

Oficios
Terrestres



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA

FACULTAD DE PERIODISMO
Y COMUNICACION SOCIAL

AUTORIDADES

DECANO

Per. Carlos Armando Guerrero

VICEDECANO

Lic. Carlos José Giordano

SECRETARIO DE ASUNTOS ACADEMICOS

Per. Alejandro Raúl Verano

SECRETARIO DE ASUNTOS ADMINISTRATIVOS

Lic. Gustavo González

SECRETARIO DE INVESTIGACIONES CIENTIFICAS Y POSGRADO

Per. Walter Hildemar Miceli

SECRETARIO DE PRODUCCION Y SERVICIOS

Per. Omar Turconi

SECRETARIO DE PLANIFICACION Y GESTION

Per. Martín Cortés

SECRETARIO DE EXTENSION UNIVERSITARIA

Per. Miguel Adrián Mendoza Padilla

Oficios Terrestres es una publicación
de la Facultad de Periodismo
y Comunicación Social (UNLP).
Av. 44 N° 676 (1900) La Plata, Prov.
de Bs. As., República Argentina.
TeleFax: (54-21)4829920/4837288
E-Mail: oficiost@perio.unlp.edu.ar
Reg. de la Prop. Int e/t.
Precio de tapa: \$15

COMITE ASESOR

Alcira Argumedo
Raúl Barreiros
Manuel Calvo Hernando
Martín Cortés
Carlos Cozzi
José Luis De Diego
José Eliashev
Aníbal Ford
Octavio Getino
Mempo Giardinelli
Carlos Giordano
Claudio Gómez
Gustavo González
Horacio González
Carlos Guerrero
Susana Malacalza
Martín Malharro
María Cristina Mata
Miguel Mendoza Padilla
Raúl Moneta
J. Angel Magariños de Morentin
Guillermo Orozco Gómez
José María Pasquini Durán
Antonio Presern
Adriana Puiggrós
Sergio Pujol
Eduardo Rebollo
Dinah Rímoli
Juan Samaja
Héctor Schmucler
Oscar Steimberg
Ramón Torres Molina
Alejandro Verano

DIRECTOR

Luciano Sanguinetti

SECRETARIA DE REDACCION

Anaís Ballesteros

COMITE EDITORIAL

Marcelo Belinche
Jorge Luis Bernetti
Cielito Depetris
Nancy Díaz Larrañaga
Carlos Giordano
Jorge Huergo
Walter Miceli
Carlos Milito
Flavio Peresson
Daniel Prieto Castillo
Florencia Saintout
Hugo Satas
Inés Seoane Toimil
Angel Tello
Washington Uranga
Carlos Vallina
Claudia Villamayor

PRODUCCION GENERAL

Omar Turconi

PRODUCCION PERIODISTICA

Fabrizio Frisorger
María Elena Beneitez
Florencia Burgos
Paula Pedelaborde
Daniel Nicolini

ARTE Y DISEÑO

Paula Romero

DIAGRAMACION Y EDICION

Celia Cuenya
Paula Romero

Staff

Sumario

Editorial

6 *Un país de rehenes*

Artículos

10 *Noticia = negociación política*

24 *Los que escriben y los que mandan*

28 *La prensa gráfica en el contexto de la videocultura*

37 *El periodismo: ¿una técnica social en peligro de extinción?*

46 *La independencia del periodista entre la información, el consumo y el marketing*

Perspectivas

56 **Raúl Fuentes Navarro**

Entrevistas

70 **Mario Kaplún (homenaje)**

76 **Ernesto Laclau**

Avances de Investigación

- 86 *La Revista Humor y la dictadura*
- 100 *Repensando la estrategia*
- 106 *MERCOSUR: la convergencia de los sectores de telecomunicaciones, medios de comunicación y tecnologías de la información en el espacio regional*
- 118 *El debate parlamentario sobre la expropiación de La Prensa (1951)*
- 127 *De los «partes» de Franco a los «Buenos días» de Carlos Herrera*

Ensayos

- 138 *La gestación de los partidos políticos en el siglo XIX occidental*
- 154 *Estado moderno, medios de comunicación y transformación educativa*
- 170 *América Latina: racionalidad policroma*

Informe especial

- 178 *Las otras ideas en la comunicación*

Sumario

Praxis: proyectos y experiencias

- 198 *Educación no formal en comunicación: nuevos agentes para nuevas políticas*
- 208 *La transformación del Estado. El imaginario de los agentes públicos*

135 Lecturas

143 Noticias

Un país de rehenes

Luciano Sanguinetti

Escribo este editorial a pocos días de un hecho que conmocionó a la opinión pública. En una ciudad del interior de la provincia de Buenos Aires, un grupo de delincuentes intenta el robo de un banco; en el proceso utilizan a circunstanciales clientes y a dos directivos como rehenes para obtener el botín. Es una verdadera *tarde de perros*. Luego de arduas e infructuosas negociaciones, en las que interviene personal policial y periodistas, los delincuentes sueñan una fuga de novela. Lo hacen en un auto; los rehenes son usados como escudos. Pero la policía de la provincia de Buenos Aires no leyó esta historia y dispara a mansalva. Resultados: dos rehenes muertos, uno herido de gravedad. De los asaltantes, dos mueren por las balas policiales y el otro se suicida en la cárcel días después.

El periodismo ha tenido otro día de gloria. Desde el mediodía la cobertura periodística sigue el *in crescendo* de esta estructura dramática clásica. La seguridad es el segundo tema de preocupación de la sociedad, según el registro de las encuestas preelectorales. Tan significativa es que un candidato a gobernador ha manifestado poco tiempo atrás que «hay que meter bala a los delincuentes». En las inmediaciones del banco, el clima es irrespirable. Tenso, pesado. Los medios transmiten en directo el diálogo con los secuestradores. Es un diálogo áspero, crudo, de un realismo paradójicamente cinematográfico. Sentado cómodamente en mi casa frente a la pantalla, tengo una sensación extraña. El delincuente que habla con el periodista parece no saber o no comprender que lo están escuchando varios millones de personas. Ni siquiera parece conocer

al periodista que lo entrevista, uno de los más famosos de la televisión argentina. Me pregunto ¿en qué país viven?, o mejor dicho, ¿en qué país vivo yo? Por supuesto, los delincuentes y los que no lo somos no compartimos la misma Argentina. ¿Pero cuántos conciudadanos que no son delincuentes comparten el país en que vivo?

Periodismo en los medios

Llamamos Periodismo al oficio de informar, es decir, de dar forma a lo que pasa públicamente relevante. A días de una nueva transición democrática en la Argentina, se ha instalado dentro de este campo la crítica más profunda y generalizada de la política, actividad que aparece en un sentido común construido por los periodistas como el ámbito de lo funesto, lo oscuro, lo corrupto. Contra lo que demuestran a primera vista las encuestas en lo reducido del voto en blanco, los periodistas presentan a la política responsable de la falta de participación, apatía, descrédito, de la crisis moral e ideológica de la Argentina.

Ciertamente, la política ha cambiado en los últimos años, pero menos por la acción de sus actores más destacados, que por el efecto de la sociedad que se transforma. Políticos de diferentes orientaciones caracterizan la transformación de la esfera pública moderna a partir de la crisis de las grandes mediaciones de la modernidad.

De los partidos políticos clásicos y sus liderazgos absolutos, a agrupamientos fragmentarios y coyunturales. De las identidades fuertes con bases culturales prácticamente inmóviles, a procesos complejos que atraviesan clases y tradiciones en el marco de relocalizaciones culturales e identidades mundializadas. De los espacios públicos legitimados por la movilización social, a nuevas formas de la política que responden más a una lógica de la heterogeneidad y circunstancialidad fuertemente marcada por los medios. De la centralidad del Estado, a formas de participación y ejercicio ciudadano que no se limitan a lo político, o mejor dicho, que no ven en lo político la única vía de representación.

En estas transformaciones que señalamos, el oficio de informar no sale indemne. Se me ocurre que hay

tres cuestiones que podemos distinguir y que nos obligan a ciertas reflexiones.

La primera parte de la premisa es que el periodismo argentino ha alcanzado una independencia profesional probablemente inédita, independencia del gobierno de turno pero no de los intereses en juego. Desregulaciones mediante y afianzamiento del proceso democrático, la prensa goza de cierta invulnerabilidad con respecto al sistema político que aleja toda posibilidad de chantaje. En dicho proceso, la prensa argentina ha adquirido un prestigio social que probablemente tenga más que ver con la defección de las otras instituciones que con los propios logros, sin dejar de reconocer las excepciones.

La segunda cuestión surge de constatar que la política, aquello que refleja el interés común, ya no se desenvuelve en los espacios públicos, sino principalmente en la televisión. Este tránsito de la plaza a la pantalla, como dijo María Cristina Mata, no sólo implica un cambio en la lógica discursiva, estética, sino también social y estructural. Porque *lo público* hoy se desarrolla dentro de las normas que impone el espacio privado, el de los Medios.

La tercera tiene un componente socioeconómico básico. La sociedad se fragmenta en el proceso de concentración económica. Desempleo, inseguridad, fragmentación cultural son parte constitutiva de la trama social cada vez más heterogénea e injusta.

La visibilidad de los actores sociales es inherente al sistema público político. Néstor García Canclini habla de un *juego de ecos*, en el que los medios reconstruyen aquello de lo que habla la sociedad y en donde, como en una reverberación, se cruzan los diálogos informales de la calle, de la familia, del trabajo, de las encuestas, de la opinión de periodistas y dirigentes. En ese juego de voces que se intersectan, lo que preocupa es la difusión en los medios de un diálogo de sordos, o peor aún, de una voz que en su lejanía no logra hacerse entender, ni sabe a quién le habla.

Artículos

Acercamiento a la valoración informativa de los diarios desde la práctica profesional

Noticia = negociación política

Walter Miceli, Emiliano Albertini
y Eugenia Giusti (*)

Las luces de la casa están apagadas, todavía es de noche. El anciano acaba de despertarse sobresaltado: ha tenido una pesadilla y no puede recuperarse. Es que aún no logra sacarse de la cabeza la imagen de aquel hombre desconocido que cae en la puerta de su hogar, con el brazo ensangrentado después de haber recibido un balazo. No entiende lo que ha pasado en la tarde del día anterior.

Mira el reloj de la mesita de luz y los números rojos le indican que son las 5.45, el diario recién llega a las 6. Desvelado, se inclina en la cama y comienza a recordar para hallar razones.

Había salido a caminar por recomendación del médico. A mitad del recorrido piensa en pasar a buscar a sus dos nietos y llevarlos de paseo a la plaza. Es la hora de la siesta y el sol apenas calienta. Cuando empieza a refrescar decide acercarse a los pequeños con su madre y emprender la vuelta a su refugio. Camina tres cuadras y ya casi llega. Hay dos hombres en la puerta, pero no le llaman la atención, piensa que pueden ser clientes del taller mecánico vecino. Sigue caminando, pero esta vez esquivando la sombra porque le da más frío.

A medida que la distancia se acorta, una voz aumenta su volumen. Levanta su cabeza buscando ese caudal sonoro: son aquellos hombres. Discuten. Sale un tercero envuelto en una vestimenta negra, le parece que es un traje. Tiene algo en su mano izquierda, que mueve de un lado al otro, pero por la distancia y su miopía no puede darse cuenta qué es. Ya

está casi en su vivienda, cuando puede distinguir que el hombre de traje negro tiene un arma en la mano y apunta, a uno y a otro. Para su marcha, el miedo no lo deja continuar.

La pistola se dispara, un gordo canoso cae en la vereda y los otros dos se van. Nadie sabe explicar qué sucede. Los policías los interrogan, pero se niegan a explicarle el confuso episodio. Tiene una última esperanza, el diario seguro publica algo.

Espía bruscamente el reloj: son las 6 en punto cuando escucha el ruido del periódico deslizándose por el piso. Salta de la cama y sin calzarse corre hasta la puerta de entrada. Recoge el matutino y vuelve a la habitación. Prende la luz y lo abre exactamente en la sección «policiales». Lee los títulos ansiosamente, da vuelta las páginas una y otra vez, pero no encuentra esa noticia. No puede entender por qué no está en el diario.

Se pregunta si los cronistas se habrían enterado. Sí, se enteraron, sólo que no lo publicaron.

¿Por qué? ¿Por dónde discurren las líneas de explicación construidas por los periodistas para comprender que un diario priorice cierta información en desmedro de otras? ¿Cuáles son los aspectos más destacados de la bibliografía elaborada desde la praxis profesional para argumentar las razones de la inclusión, exclusión y jerarquización informativa de los medios?

Las respuestas a este tipo de inquietudes están ancladas en diversas aguas, de las cuales importa remarcar en este trabajo -algunos de los materiales redactados por periodistas que se desempeñan en las empresas de comunicación, a propósito del tema convocante de Oficios Terrestres.

Equivalencias heredadas

Hay quienes acuden al recorrido evolutivo de los medios para entender las características distintivas de los materiales editoriales que se contactan con públicos masivos. Estos instrumentos, a partir de la revolución tecnológica de mediados del siglo XIX que tan fuertemente impactan sobre la industria comunicacional, adquieren aspiraciones de universalidad o, al menos, asumen intenciones de capitalizar

la fragmentación de grupos de lectores que por distintas vías consumen un mismo producto.

Se trata de asentar las claves del paso de un *periodismo doctrinario o de opinión* a otro modelo, el *periodismo de información*, con raigambre anglosajona, que gana lugares en el mercado a través del ocultamiento manifiesto del sector al cual representa.

Hasta 1860/1870, en nuestro país y parte importante de Hispanoamérica, Europa y Estados Unidos, el predominio del periodismo de opinión es evidente. Con públicos premeditadamente segmentados y con dificultades para ampliar el consumo, las publicaciones se muestran como tribunas de doctrina, espacios para *bajar línea* a las huestes sectoriales que expresan. Así pululan, entre otros, periódicos monárquicos, republicanos, liberales, socialistas, anarquistas, portuarios, ganaderos: todos son o quieren ser los voceros de sus representados, que son a su vez su público prioritario y casi exclusivo.

Con estos *nichos*, la preocupación central de los medios recae en asentar la posición de cada fracción sobre los temas que discute el poder político de turno, del cual se nutren. No se busca reportar el acontecer diario, sino que se pretende fortalecer la identidad sectorial que se expresa y propalar definiciones sobre la temática de coyuntura del candelero del poder. Resultado de esta línea de pensamiento es una igualdad utilitaria para editar: *noticia = opinión institucional de los medios*. La opinión del periódico sobre los temas del poder político es la noticia, diferenciada visualmente de la tenue publicidad gráfica.

El tono doctrinario, moralizante, persuasivo y argumentativo, al servicio de ideas políticas, económicas y religiosas, permite reconocer a esta variante, también, como *periodismo ideológico*: abundan los comentarios, escasean las informaciones y se utiliza especialmente el *comment*, típico formato redaccional opinativo creado por la prensa anglosajona.

Este impulso al perfil opinativo decae cuando el impacto tecnológico alienta a los medios para aumentar el potencial de consumidores. Al calor de las nuevas máquinas impresoras, dentro de un complejo entramado social con fuertes corrientes migratorias cruzando ciudades, naciones y océanos, la prensa

aprovecha un contexto de gran movilidad social y replanteos económicos a gran escala y promueve una transformación profunda en el sesgo periodístico: lo opinativo pierde terreno frente a lo informativo y el mayor detalle sobre el quehacer cotidiano es el arma para cazar nuevos lectores.

La factibilidad para imprimir más ejemplares, y a mayor velocidad, motoriza la construcción de un paradigma que está vigente aún en muchas redacciones: el *modelo anglosajón* o la *escuela tradicional norteamericana*, que postula a los medios como mangrullos asépticos, neutrales, que informan acerca de la realidad y los conflictos sociales sin tomar partido por las fuerzas en pugna, determina una manera distinta de relacionar a los medios, los problemas comunitarios y los lectores.

Consecuencia de ello es el especial cuidado por deslindar el material informativo predominante de las opiniones explícitas que, incluso, son distinguidas gráficamente llegando a poseer páginas exclusivas.

De alguna forma, al diferenciar el material informativo del de opinión, los periódicos apuestan a conquistar espacios de influencia político-social y ganancia económica mediante una herramienta de probada eficacia: la construcción de una *objetividad aparente*, devenida de las posiciones que cuidan minuciosamente la prescindencia formal ante los conflictos propios de intereses encontrados, base de la credibilidad necesaria para proponer públicos universales.

De allí que el énfasis en la información para vertebrar grupos heterogéneos, acotando la opinión manifiesta, promueve una equivalencia útil al editar periodísticamente: *hecho = noticia*. Llega a tal extremo la priorización del dato, que el hecho es igualado con la noticia, desdeñando que ésta, por ser un texto escrito es, básicamente, un relato del hecho. La diferencia no es menor: al equiparar los hechos con las noticias se forja una imagen de objetividad aparente, que pretende esconder los mecanismos de inclusión, exclusión y jerarquización informativa propios de la labor periodística.

Sin embargo, el periodismo de opinión y el de información conviven competitivamente, cada uno con sus herramientas, hasta la Primera Guerra Mun-

dial, momento en que el modelo anglosajón se erige triunfal.

Es también con el marco beligerante de 1914-1918 cuando se consolida con fuerza la *prensa amarilla* como la faz desacartonada del periodismo informativo de aquellos días. Aparecida cuando el siglo XIX agoniza, William Hearst y -especialmente- su historieta «Yellow Kid» delimitan un perfil desconocido hasta entonces que sirve a una feroz campaña de tono sensacionalista para que Estados Unidos se meta en el conflicto de la guerra cubana de independencia contra España en 1898, cuestión que finalmente sucede.

La novata variante apela al sensacionalismo, a la emotividad, a la dramaticidad, para crear textos que amplían la circulación editorial. Parte de los sectores populares se incorporan como consumidores de temáticas sociales y culturales originales, que consultan a fuentes de información no institucionales: las carencias sociales son explicadas por las visiones y sensaciones de los vecinos, y ya no sólo por los funcionarios, por ejemplo.

La síntesis de esta perspectiva es otra igualdad: *los hechos y las sensaciones que generan = noticia*.

De lo informativo y lo opinativo a lo interpretativo

Con el fin de la Segunda Gran Guerra (1939-1945) se cimienta otra modalidad editorial, complementaria del matiz informativo de la prensa: el *periodismo interpretativo o de explicación*. La profundidad de los cambios epocales y del conflicto ideológico en ciernes, con el comunismo y el capitalismo como alternativas de organización social para y entre los países, demanda otros conceptos, nuevos paradigmas.

En el campo del periodismo, la prensa tradicional es testigo de productos que apuntan al abordaje profundo de los hechos más relevantes, combinando formatos redaccionales informativos y opinativos e inventando otras articulaciones: en una misma página, textos de información y de análisis se complementan para elaborar una tonalidad *interpretativa*.

Si bien los medios como institución son los que se manifiestan como las *entidades informadoras objetivas* de lo que pasa en la realidad, el anonimato de los periodistas, subsumido en esas instancias

abarcativas y neutrales, comparte espacio con firmas autorizadas: políticos, expertos y especialistas suscriben los comentarios que interpretan los conflictos sociales informados por los trabajadores de prensa.

En la evolución de los modelos periodísticos y de las posibilidades de asociar reporteros, medios y colaboradores, es oportuno detenerse en el impacto en distintos órdenes que provoca la aparición de la corriente conocida como «nuevo periodismo». Esta línea, cultivada por cronistas y narradores bien formados que entremezclan los temas de actualidad con técnicas de redacción y reconstrucción escénica de ficción, explicita otra manera de ligar a periodistas y medios: los primeros son las verdaderas estrellas de la comunicación, relegando a las empresas a un segundo orden. En esta dirección, se cree que los lectores no están tan preocupados por saber aquello que pasa, sino que prefieren conocer las sensaciones y opiniones de los periodistas, involucrados taxativamente en los temas que encaran. Al parecer, contando como telón la eclosión y ruptura social de los años hippies, el *nuevo periodismo* se autopropone como la contracara de la prensa tradicional: los hechos son secundarios ante la fuerte presencia de sus redactores: *opinión y sensaciones de los periodistas = noticia*.

Obvio es reconocer que este movimiento amalgamado en Estados Unidos a mediados de la década del 60, como toda innovación movilizadora de la competencia mediática, obliga a algunas adecuaciones para el periodismo masivo: los reporteros aumentan su prestigio, las plumas individuales preocupan tanto como la cobertura total que ofrecen los periódicos y el cuidado por la estética redaccional acrecientan su importancia.

En la antesala del tercer milenio, durante la última década, las conexiones entre empresas comunicacionales y trabajadores de prensa también, en el caso de Argentina, mutan: las formas narrativas, las fusiones de géneros redaccionales, la disposición visual de los contenidos y los modos de amalgamar información, opinión y entretenimiento están en un período de rediseño.

Por ejemplo: la combinación entre textos, imágenes y blancos; el perfeccionamiento y ampliación de

los elementos de titulación; la argumentación y contextualización como poleas de una prensa post-televísiva y post-radial, y el florecimiento de las notas firmadas por los periodistas, con valor de mercado que es apropiado por diarios de públicos heterogéneos, son una señal cabal de lo que se con- signa.

Dentro del contexto reseñado, una evaluación conceptual de los modelos de periodismo masivo vigen- tes desde la Revolución Industrial del siglo XIX con- lleva al análisis del uso de la información y la opinión para obtener influencia político-social y acrecentar las arcas económicas de las entidades editoras: el periodismo de opinión, el de información y el de in- terpretación son herramientas de aplicación variable según intencionalidades y circunstancias, que es- tablecen distintas asociaciones entre los editores, los periodistas, los lectores y los conflictos sociales.

Estas vinculaciones posibles, por otra parte, como se señaló con anterioridad, se emparentan con las finalidades autoasignadas por los diarios en el capitalismo: informar y opinar o interpretar sobre la cotidianeidad. Al respecto, hay que agregar que am- bas funciones de vieja data son complementadas con otras, entre las que es preciso resaltar una, cuya cristalización como factor ineludible es cada vez mayor: entretener.

Cuando los consumos mediáticos son dispa- res e ilimitados, a juzgar por las modalidades de expresión gráfica emergentes, la necesidad de captar merca- dos y retener lectores abre el grifo a una mezcla donde se entrecruzan los objetivos de informar, in- terpretar y entretener. Tal situación despierta resque- madores entre muchos periodistas, que ven en el avan- ce de los esfuerzos por entretener la decadencia de la credibilidad: se argumenta que el auge de los re- cursos ficcionales, opacando la esencia informativa de las publicaciones, atenta contra la confiabilidad de los medios, principal elemento de inserción de los productos con pretensiones de públicos universales.

En consecuencia, en tránsito de comprender los motivos por los cuales los periódicos seleccionan y jerarquizan ciertas informaciones -y no otras-, desde el punto de la evolución histórica del concepto de *noticia*, se remarca:

-la aparición del periodismo de información asi- mila la preponderancia del dato, en tanto mecanis- mo válido para minimizar la explicitación de la opi- nión, como herramienta clave para aumentar la cre- dibilidad y crecer en públicos masivos y heterogé- neos;

-el uso de fórmulas gráficas y redaccionales que recrean la sensación de prescindencia sobre las dis- putas sociales sirve para argumentar postulaciones de un periodismo objetivo y equidistante de los sec- tores en pugna en los problemas comunitarios de los que se alimenta;

-la convivencia de aspectos propios del periodis- mo de opinión, de información y de interpretación, en diarios con crecientes niveles de hibridez, interactúa constante y utilitariamente según intencio- nalidades y circunstancias;

-al buscar influencia político-social y ganancia eco- nómica como objetivo central, las empresas de pe- riodismo convierten a éste en un instrumento dúctil, flexible, capaz de adaptarse a las necesidades de in- formar, interpretar y entretener, con replanteos cre- cientes sobre la manera de asociar a los medios, sus trabajadores, los conflictos sociales y los lectores;

-por necesidades de justificación se opera desde los medios con fórmulas que equiparan a la noticia con los hechos o con las opiniones. Este trabajo iden- tifica la falacia de ambas igualaciones y sus variantes para incorporar, en el entendimiento de la determi- nación y ponderación informativa, las interacciones entre dos campos: el contexto de construcción y legitimación de noticias y el contexto de producción, procesamiento de información y diferenciación mediática.⁽¹⁾

No obstante, antes de desarrollar los elementos de estos contextos, conviene discernir tres modalidades de abordaje, como parte del estado del arte de la investigación, en torno a la valoración, clasificación y construcción de la noticia (política) en diarios nacio- nales.⁽²⁾

La mirada pragmática de la valoración informativa

Desde una *mirada pragmática*, son numerosos los editores experimentados que en algún momento de

Notas

⁽¹⁾ Este marco teórico está inicialmente planteado en el libro: *¿Qué es noticia en los diarios nacionales? Contextos de construcción y legitimación*, Miceli, W., Albertini, E., Giusti, E., et. al., Ed. del GITEPP, La Plata, 1999, resultado del Proyecto de investigación: «La valoración, clasificación y construcción de la noticia (política) periodística en medios gráficos de comunicación», radicado en la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP y llevada a cabo por el Grupo de Investigación en Temas de Producción Periodística (GITEPP).

su carrera, habitualmente después de varios años de labor, se plantean reflexionar sobre la práctica profesional y producen libros que proponen «consejos para estudiantes o aprendices». Este tipo de bibliografía cunde en la mayoría de los cursos de capacitación en redacción periodística, incluso en los centros académicos universitarios, abriendo caminos a textos con pretensiones de consagrarse como recetas o fórmulas simples y fáciles de aplicar que, en tren de acompañar al recién iniciado, pecan de simplistas y superfluos, aunque son increíblemente atractivos. Parte de la situación se comprende por la preeminencia de la producción textual, característica de los cursos de redacción y expresión escrita, que ubica en un segundo plano a la reflexión y el análisis sobre tal cometido.

Las recomendaciones teóricas de los «veteranos periodistas» han tenido un circuito usual: nacen en la cuna del modelo anglosajón, las traducen los españoles -incorporando algunas particularidades propias de ese ambiente- y las amplifican varios autores argentinos: los patrones típicos de la escuela tradicional norteamericana impregnan este tipo de producciones.

Dentro de esta mirada, es posible señalar tres perspectivas: la ortodoxia tradicional, el nuevo periodismo y una revisión crítica contemporánea.

La perspectiva ortodoxa tradicional

La ortodoxia empírica del modelo anglosajón tradicional, durante más de un siglo casi hegemónica y filodogma hasta la década pasada en importantes centros de estudio y formación en comunicación, plantea reforzar una idea clave en su manera de entender al periodismo: como los medios no toman partido ante las pujas sociales que enfrentan a sectores de la comunidad, éste debe basarse en los hechos, independientemente de las elaboraciones o construcciones que denotan las negociaciones a partir de las cuales son editadas, priorizando determinados *factores noticiables*.

En este sentido, los cronistas son jueces de la noticia, equidistantes, que sólo interpelan a los hechos considerando el cumplimiento de criterios concerta-

dos entre las empresas y los trabajadores de la comunicación masiva: actualidad, proximidad, prominencia, curiosidad, conflicto, suspense, emoción y consecuencias, son los clásicos *factores de la noticia* que se pregonan desde antaño.

Ante la vasta bibliografía de esta corriente, Carl Warren,⁽³⁾ en su ya consagrado libro *Géneros periodísticos informativos*, al dedicar el capítulo II al interrogante: «¿qué es noticia, y por qué?», sintetiza muy bien sus aspectos principales: «Pregunte a un avezado periodista o jefe de redacción qué es noticia. Probablemente le responderá que la noticia es lo que diga el director, o aquello que se imprime en los periódicos. (...) Sin embargo, noticia, como *arte o verdad*, es una palabra breve y de múltiples significados. En el sentido estricto, se trata de un producto tan simple y directo como el jabón o los zapatos. En el sentido amplio, su calidad es escurridiza, su variedad infinita, y no tiene más límites que la propia vida. (...) Para comprender mejor esta sustancia intangible y fugitiva, sigamos los sensatos consejos del redactor veterano. (...) Estos términos (por los factores noticiables) son manifiestamente empíricos y, al igual que las definiciones de la noticia, generales y extensivos».⁽⁴⁾

Con esta plataforma conceptual, Warren apunta las implicancias de cada factor de la noticia:

-*Actualidad*: «La noticia debe ser nueva».⁽⁵⁾

-*Proximidad*: «Para todo ser humano, la cosa más interesante del mundo es él mismo y, luego, todo aquello que lo rodea físicamente o mentalmente».⁽⁶⁾

-*Prominencia*: «Las personas, lugares, cosas y situaciones conocidos por el público en razón de su posición, su riqueza, su publicidad o sus realizaciones, conceden un fuerte y persistente interés periodístico, que basta para atraer a una ansiosa audiencia cada vez que aparecen en la prensa».⁽⁷⁾

-*Curiosidad*: «El público desea que le sorprendan».⁽⁸⁾

-*Conflicto*: «Para bien o para mal, el combate entre hombres o ejércitos, el de los hombres contra los animales, el de una forma de pensar contra otra, el de un poder contra cualquier otro, siempre ha intriguado a las multitudes».⁽⁹⁾

-*Suspense*: «El periódico, colocando un espejo en el escenario de la actividad humana recoge y refleja el drama de la vida real. (...) El público lector habla y

(2) Un interesante estudio sobre el particular puede verse en dos trabajos de Cervantes Barba, Cecilia: «Valores noticiosos en el periodismo televisivo de nota roja. Búsqueda articulada de indicadores empíricos», en revista *Comunicación y Sociedad*, N° 25/26, Guadalajara, septiembre 1995-abril 1996, y «Construcción primaria del acontecer y planeación de la cobertura informativa», en revista *Comunicación y Sociedad*, N° 28, Guadalajara, septiembre-diciembre de 1996. También es importante la evaluación que realiza Lalinde Posada, Ana María, en «La noticia: construcción de la realidad», en *Industrias culturales, comunicación, identidad e integración latinoamericana*, México, Ed. Opción, 1992. En Miceli, W., op. cit., se brinda una extensa bibliografía sobre el tema.

(3) Warren, Carl, *Géneros periodísticos informativos*, Ed. ATE, Barcelona, 1975.

(4) Warren, C., op. cit., págs. 23 y 25.

(5) Warren, C., op. cit., pág. 26.

(6) Warren, C., op. cit., pág. 27.

(7) Warren, C., op. cit., pág. 30.

se preocupa por los acontecimientos de mañana en la sucesión de noticias sobre un mismo acontecimiento. El suspenso crea y expande el atractivo de la noticia».⁽¹⁰⁾

-*Emoción y apetitos humanos*: «Los elementos emocionales reunidos configuran aquella potente calidad de la noticia que se denomina interés humano».⁽¹¹⁾

-*Consecuencias*: «Con esta palabra nos referimos a la significación o importancia del hecho cara a los lectores, como individuos o en masa».⁽¹²⁾

Las definiciones antepuestas, que con claroscuros se repiten en los textos de esta corriente pragmática, son el soporte ideológico con el que los hechos son tamizados y convertidos en noticia.

La perspectiva del nuevo periodismo

Atacando la supuesta neutralidad de los medios de comunicación, los defensores del *nuevo periodismo*, en la década del 60 en Estados Unidos -con anterioridad, y luego también, vinculados con otros sectores que practican y adhieren implícitamente a sus nociones más trascendentes- ensayan un importante cambio en la concepción de las noticias.

Los libros que defienden esta perspectiva, imbuidos de una fuerte pragmática empírica, señalan la necesidad de utilizar técnicas de ficción para contar el acontecer diario y postulan fórmulas de la literatura para reconstruir los «datos de la realidad». En consecuencia, el hecho ya no es la noticia, sino que ésta es el relato del hecho: la elaboración de las notas pone en evidencia la priorización de la reconstrucción literaria de los acontecimientos, sobrevalorando la subjetividad explícita de los cronistas a través de sus sensaciones, emociones, pareceres, interpretaciones.

«El nuevo periodismo difiere del reportaje convencional practicado en la mayoría de los periódicos y revistas en dos principales formas: 1) la relación del reportero con la gente y los acontecimientos que describe reflejan nuevas actitudes y valores; 2) la forma y estilo de la historia noticiosa es radicalmente transformada a través del uso de mecanismos novelísticos prestados de historias cortas y novelas. (...) En agudo contraste con la 'objetividad' que se

esfuerza en proyectar el reportero en el artículo de noticias estándar, la voz del nuevo periodista es francamente subjetiva; lleva el sello de su personalidad. (...) La segunda área importante de cambio reflejada en el nuevo periodismo consiste en el estilo, lenguaje y forma del artículo periodístico. Desde alrededor de los años cuarenta, los reporteros de periódicos y revistas esporádicamente han experimentado con las técnicas de relatar historias de ficción aplicadas a las principales historias noticiosas».⁽¹³⁾

«El escritor de la novela de no ficción dice, en efecto: *'Esto yo lo vi y esto yo lo hice y sentí'*. Mi libro implica únicamente las impresiones y observaciones que puedo efectuar acerca de mi propia experiencia. (...) Los escritores de trabajos que han sido clasificados como la 'literatura de la realidad', la 'novela de no ficción', o el 'nuevo periodismo' no constituyen en un sentido real una escuela o movimiento. (...) Las obras de estos escritores han sido denominadas colectivamente como el 'nuevo periodismo', ya que incorporaron al reportaje el compromiso personal y la visión moral que solo se encuentra, por lo general, en la ficción. Estos escritores han generado una nueva clase de no ficción que desafía nuestra clasificación usual de 'ficción' y 'no ficción', ya que combinan elementos de ambos géneros en una variedad de formas».⁽¹⁴⁾

La perspectiva pragmática crítica

La pertenencia simultánea al campo profesional y al campo académico del periodismo, como instancia de reflexión acerca de la evaluación de la noticia, pauta una revisión crítica de la mirada pragmática, indicando puntos válidos de las negociaciones que se desencadenan entre los actores intervinientes en el proceso de selección y jerarquización de los materiales publicados.

Cabe aclarar que, paralelamente, esta corriente adhiere a una base insoslayable del modelo ya descripto: «a pesar de los cambios y las contradicciones, la comunicación periodística se sigue vertebrando en torno a tres ejes básicos: el acontecimiento, la actualidad y el período. Cualquier definición contempla que periodismo es la comunicación pe-

⁽⁸⁾ Warren, C., op. cit., pág. 31.

⁽⁹⁾ Warren, C., op. cit., pág. 33.

⁽¹⁰⁾ Warren, C., op. cit., pág. 34.

⁽¹¹⁾ Warren, C., op. cit., pág. 35.

⁽¹²⁾ Warren, C., op. cit., pág. 37.

⁽¹³⁾ Hollowel, John, *Realidad y ficción. El nuevo periodismo y la novela de no ficción*, Ed. Noema, México, 1979, págs. 36 y 39.

⁽¹⁴⁾ Hollowel, J., op. cit., págs. 22, 23 y 27.

riódica de un hecho que acaba de ocurrir o descubrirse, o que tiene previsto suceder en un futuro más o menos próximo, a un público masivo o especializado, a través de los medios de comunicación».⁽¹⁵⁾

Pese a la adscripción conceptual precedente, con espacios crecientes en los noventa, esta perspectiva crítica recoge los criterios arraigados en los textos producidos por los periodistas, pero concreta una serie de observaciones con implicancias teóricas relevantes:

- La información y la opinión son medios para alcanzar fines económicos: «Además de las funciones sociales de informar, formar, entretener y tematizar, los medios persiguen una función comercial: la de ganar dinero. La progresiva priorización de los aspectos comerciales implica, también, un progresivo abandono de las funciones sociales de informar y formar».⁽¹⁶⁾

- El espacio redaccional (diferenciado del publicitario) de los diarios «se decide mediante tres operaciones básicas: a) inclusión de información; b) exclusión de información; y c) jerarquización de la información.(...) Por lo tanto hay que seleccionar, y esa selección se hace mediante la combinación de distintos factores que son de diversa índole, pero que responden a tres tipos de razones: a) la demanda de información del público; b) el interés de un medio en dar a conocer a su público determinados hechos; y c) el propósito de distintos sectores de la sociedad de informar al público, a través de los medios, de determinados hechos que sirven a sus intereses».⁽¹⁷⁾

Al asentar estos dos supuestos que ponen al desnudo la aventura de la objetividad aparente, proclamada como posibilidad desde gran parte de la producción teórica pragmática clásica, un aporte singular de la perspectiva crítica está dado por un reconocimiento liminar: la noticia ya no es sólo el relato del hecho, sino que también, mediante técnicas ficcionales literarias, son narraciones que *no parten de hechos*.

«Hay un factor nuevo, sin embargo, que se viene desarrollando desde hace algún tiempo: actualmente hay una parte de las noticias que aparecen en los medios de comunicación que no están basadas en los acontecimientos, sino en los no-acontecimientos.

Denomino no-acontecimiento periodístico a la construcción, producción y difusión de noticias a partir de hechos no sucedidos o que suponen explícitamente una no-información en el sentido periodístico. Considero que la producción de noticias basadas en el no-acontecimiento es una clara tendencia en el periodismo actual que significa, en parte, minar las bases sobre las que se ha edificado tradicionalmente el discurso periodístico: la realidad, la veracidad y la actualidad. (...) El no-acontecimiento periodístico rompe con la idea de la actualidad (si un hecho no se ha producido ni está previsto que se produzca no hay actualidad posible) y desvirtúa la propia esencia del periodismo: en lugar de informar de hechos sucesivos o previstos, informa de hechos no previstos ni acontecidos.

‘No llueve desde hace tres meses’, la noticia informa de algo que no sucede; sin embargo, podría darse la información en positivo (‘hay sequía’) sin variar un ápice su significado.

El no-acontecimiento es, pues, un recurso utilizado por los medios. Y suele hacerse a partir de la siguiente tipología:

1. *Noticias inventadas*: son aquellas noticias publicadas en los medios y construidas a partir de elementos, declaraciones, hipótesis, etc., que no existen en la realidad y que no reciben posterior rectificación por parte de los medios.

2. *Noticias erróneas*: son aquellas noticias construidas con datos que se han dado a conocer como verdaderos y luego resultan ser falsos y reconocidos como tales posteriormente. El error puede provenir de una información insuficiente, de una incorrecta interpretación del periodista de los datos de que se dispone, o de una deliberada actitud desinformadora por parte del emisor o las fuentes de la noticia.

3. *Noticias basadas en una especulación*: son las noticias construidas sobre hipótesis no comprobadas o rumores no confirmados».⁽¹⁸⁾

En consecuencia, el recorrido por las tres perspectivas pragmáticas -la tradicional, el nuevo periodismo y la revisión crítica de los 90- deja entrever que:

-independientemente de los puntos en común y las diferencias encontradas, todas ponen en discusión aspectos complementarios y a veces contrapues-

⁽¹⁵⁾ Mar de Fontcuberta, *La noticia. Pistas para percibir el mundo*, Ed. Paidós, España, 1993, pág. 17.

⁽¹⁶⁾ Mar de Fontcuberta, op. cit., pág. 36.

⁽¹⁷⁾ Mar de Fontcuberta, op. cit., págs. 41, 42.

⁽¹⁸⁾ Mar de Fontcuberta, op. cit., págs. 26-28.

tos en torno a las estrategias de construcción de las noticias;

-las tres identifican a los periodistas y a los medios como los actores exclusivos del proceso de valoración informativa;

-las tres ocultan las negociaciones entre las empresas de comunicación, sus trabajadores y los otros actores sociales que intervienen sistemáticamente en la construcción de las noticias.

La negociación en el centro del escenario

Es el silenciamiento de las negociaciones constantes entre los cronistas, los medios y el resto de los actores que participan rutinariamente en el proceso de valoración y determinación de noticias, acaso, el elemento que condiciona fuertemente los alcances del debate sobre del tema.

La cuestión, desde el Grupo de Investigación de Temas de Producción Periodística (GITEPP), es vista a través de la interacción de dos campos: *el contexto de construcción y legitimación de noticias y el contexto de producción, procesamiento de información y diferenciación mediática.*

A partir de este reconocimiento, las noticias de los diarios nacionales son entendidas como la expresión de negociaciones políticas entre las empresas de comunicación y el conjunto de actores que intervienen en el proceso de inclusión, exclusión y jerarquización informativa, dadas en torno a los intereses en pugna, las estrategias de construcción mediática y la participación de los medios como bisagras entre los públicos y los anunciantes, en la búsqueda de dos objetivos principales: obtener ganancias económicas y lograr influencia política, social, económica y cultural.

Tal propuesta es constitutiva de un marco teórico que asume como base, además del estado del arte de la investigación, los aportes señalados por periodistas con distintos niveles de responsabilidad institucional que se desempeñan en *Clarín, La Nación, Crónica, Página 12, Ambito Financiero* -de la Capital Federal- y *El Día* -de la ciudad de La Plata-.

La comprensión del *sistema de medios*, en tanto instancia de articulación de las relaciones entre los diarios, las otras instituciones de comunicación, los

agentes del sistema productivo, las fuerzas políticas y los trabajadores y autoridades de los medios, es clave para acotar la dimensión del contexto de construcción y legitimación.

El editorialista de *Página 12*, José María Pasquini Durán, grafica la naturaleza de lo antepuesto: «a la mañana, la radio comenta y amplía los diarios. Al mediodía, la TV comenta y amplía la radio. Los vespertinos comentan y amplían a la radio y a la TV, y vuelta a empezar: la TV comenta a los vespertinos y a la radio y los matutinos comentan y amplían la TV de la noche. Al día siguiente se reanuda la rueda. (...) (es preciso que) la noticia (nacida en un diario) se multiplique en los demás medios. Los medios funcionan como sistema: un punto puede originar una noticia, pero si el sistema no la absorbe, la noticia finalmente se muere en ese punto. (...) Es un círculo constante en el que un medio legitima a otro».⁽¹⁹⁾

En esta lógica los diarios se ven obligados a dar respuesta a dos exigencias:

a) *deben asimilar la cadena y los ritmos informativos que crea el sistema*, definiendo el lugar desde donde se posicionan para diferenciarse del conjunto; y

b) *deben lograr que las noticias propias que generan sean apropiadas por el resto de los medios*, como forma de legitimar las construcciones que se contactan con sus públicos.

Ambas demandas muchas veces no son satisfechas, debido a motivaciones múltiples: propuestas mediáticas fallidas, intereses corporativos, económicos o políticos, disputas por anunciantes o lectores que cotizan para que se desvalorice o desvirtúe la relevancia del trabajo de la competencia, etcétera.

No obstante, algunos reporteros obvian esta situación: «lo que ocurre es que hay dos tipos de materiales: la información que es común a todos los medios y la que uno consigue por las de uno, ‘merca propia’, le decimos en la jerga periodística. Es mi primicia: yo la publico, y al otro día la levantan las agencias, las radios y la TV; entonces los demás diarios están obligados a tomar el tema y publicarlo».⁽²⁰⁾

La supuesta obligatoriedad por parte del sistema, de *levantar* las noticias (al menos las de real importancia) generadas por cada medio, tal como se seña-

⁽¹⁹⁾ Entrevista a José María Pasquini Durán, editorialista del diario *Página 12*.

⁽²⁰⁾ Entrevista a Fernando Almirón, redactor del diario *Página 12*.

la desde esta posición, no es tal: infinidad de ejemplos lo demuestran. De manera que, para explicar ello, resulta relevante detenerse en tres tipos de asociaciones que se estructuran alrededor del sistema de medios y que son demarcatorias para problematizar qué noticias y por qué son publicadas en los diarios nacionales:

a) *la articulación entre los diarios y los otros medios del sistema*, especialmente la televisión, ante el crecimiento y consolidación de los complejos multimediales;

b) *la articulación entre los diarios, como parte de la industria comunicacional, y los demás actores económicos y políticos* que operan en forma directa sobre la construcción de la noticia; y

c) *la articulación y tensión entre los actores internos* de los diarios en la valoración y jerarquización informativa.

Huellas multimediáticas

El manejo y propiedad sobre numerosas empresas periodísticas que caracteriza a la expansión y fortalecimiento de los multimedios, es el espacio que da pie a cuatro premisas pilares para hurgar sobre los mecanismos con que el sistema de medios y el contexto de generación y legitimación actúan en la elaboración de noticias:

a) *El potencial informativo de los multimedios como valor agregado es relativo*, puesto que la pertenencia de los diarios a un grupo empresarial con dominio sobre otros espacios de comunicación no redundan *per se* en un mejor nivel de información para los lectores. Jorge Barceló, editor de la sección política de *Ambito Financiero*, lo explica con contundencia: «a veces se equivocan feo, a veces mienten feo y a veces se ponen en campaña. La importancia de *Clarín*, o de un multimedio cualquiera sea, tenés que medirla en términos de influencia sobre el mercado cabal. Si yo, a través de lo que estoy haciendo, diciendo, opinando, publicando y emitiendo imágenes, influyo sobre 15 millones de personas, en una población de 40, evidentemente soy importante».⁽²¹⁾

b) *Los multimedios potencian el impacto de la inversión publicitaria*, con lo cual adquieren un plus

adicional ante la disputa interempresaria por la apropiación de este tipo de fondos, que con tanta fuerza gravitan en los medios y que en reiteradas ocasiones son acentos para opacar o iluminar noticias.

c) *La concentración en la propiedad de los medios afecta el espacio público y desfavorece la pluralidad informativa*, ya que el control de más de una empresa desde un mismo interés corporativo puede reducir sensiblemente el arco de diversidad de demandas y expectativas de la opinión pública. La aparición recurrente de determinados personajes, temáticas y necesidades, calla las voces de otros sectores sociales. Sobre este punto, se reconocen dos posiciones enfrentadas entre los entrevistados: los que leen una desconexión entre multimedios y atenuantes de los derechos comunicacionales y la libertad de expresión; y los que observan la reducción del espacio público y de la pluralidad informativa a partir de la concentración mediática.

Fernán Saguier, Secretario General de la Redacción de *La Nación*, defiende la primera postura: «Si me preguntás si el hecho de ser un multimedio condiciona la independencia a la hora de informar, te digo que la pertenencia a un grupo hace que se tenga mayores intereses diversificados en el ámbito de la información y, posiblemente, esos intereses pueden, o no, significar algún tipo de compromiso. Eso depende de la independencia editorial de cada medio, pero como no lo somos, te hablo de algo que no me compete».⁽²²⁾

En cambio, para Washington Uranga, Redactor Especial de *Página 12*, «la concentración de la propiedad en muy pocas manos lo que genera es una reducción y una limitación del espacio público. Los medios constituyen hoy el espacio público por excelencia, un espacio en el que confluyen las opiniones y en el que se construyen opiniones diferentes. Entonces, que la privatización lleve a que dos o tres tengan en sus manos todo el poder de los medios, me parece que es grave, muy grave para la democracia, para la libertad de expresión, para la toma de decisiones libres de los ciudadanos. Se repiten las agendas, se reduce el espectro de las opiniones. En definitiva, todos nos convertimos en rehenes de dos o tres empresas».⁽²³⁾

⁽²¹⁾ Entrevista a Jorge Barceló, editor de la sección política del diario *Ambito Financiero*.

⁽²²⁾ Entrevista a Fernán Saguier, secretario de la redacción del diario *La Nación*.

d) *Los componentes de un multimedia necesitan diferenciarse entre sí*, a fin de optimizar la mediación entre los públicos y los fondos publicitarios. La conquista de segmentos de lectores diferenciados, respecto de los que proponen otros medios, es imprescindible para captar y mantener anunciantes. Esta asociación despierta, también, visiones encontradas aun desde una misma corporación. Por ejemplo: mientras que para Héctor Lorenzo, Director de *Crónica*, éste «es el único multimedia donde el diario y los otros medios del multimedia no se matan entre sí»,⁽²⁴⁾ para el redactor del citado matutino/vespertino, Alejandro Magaldi, «los multimedios también te obligan a competir internamente. (...) Uno está con un ojo en lo que está haciendo la persona que está trabajando para la misma empresa y con el otro en lo que está haciendo la competencia, así que en algún sentido te condiciona. Es decir, no te condiciona 'mal', sino que te abre los ojos para estar mucho más atento: eso la competencia también lo genera».⁽²⁵⁾ En la misma dirección, el redactor de *Página 12* Fernando Almirón acota: «hay una cuestión muy clara en el caso del *Grupo Clarín*: los periodistas que escriben en el diario, a su vez, trabajan en la radio y en la TV. (Marcelo) Bonelli escribe en *Clarín*, es columnista de economía en *Radio Mitre*, en *Telenoche*, *TN* y *Clarín*. ¿Cómo que no hay uniformidad periodística?»

Por otra parte, en relación a las vinculaciones entre los diarios y la televisión, asumida por su capacidad de inserción e influencia como el centro del sistema de medios, las opiniones recabadas en la investigación delinearon tres modalidades:

a) *La televisión incide ocasionalmente en la determinación de noticias que hacen los diarios*: la valoración informativa de la prensa gráfica sólo recoge las construcciones televisivas cuando los temas y los protagonistas resultan de especial interés para los públicos específicos de los periódicos.

b) *La televisión es la principal fuente de información y de agenda de los diarios*: «pensá en un matutino cuando se está ordenando el cierre... Yo vengo y digo: 'el jamón crudo viene muy salado'. 'Eso: ¿a quién le importa?', me pueden decir. 'Pero estuvo todo el día en la televisión', digo. Este es un buen argumento

para defender la noticia, porque si estuvo todo el día en la TV, yo sé que hay millones de personas comentando en sus casas: 'parece que el jamón crudo viene muy salado, por las dudas no compremos porque hace mal'», afirma Pasquini.

c) *La televisión impone un estado de alerta informativa* a los diarios durante el proceso de construcción de las noticias que llevan a cabo. Germán Sopena, pro-secretario de Redacción de *La Nación*, apunta: «(la TV) se usa como un alerta, sobre todo con los canales de cable que informan las veinticuatro horas. Nunca se va a poder hacer un título en base a lo que indique la televisión, porque detrás de la imagen: ¿qué hay? Muy poco».⁽²⁶⁾ En consonancia con ello, Saguier estima que «la televisión es un disparador de noticias, un 'enterate', un estímulo fugaz. No podés quedarte al margen. De hecho, la Redacción está invadida por pantallas que sintonizan las señales de *Crónica TV*, *TN* u otras que tiran flashes al instante. El periodismo de *La Nación* es post-televisivo: de análisis, de interpretación, de profundización de los hechos, de historia, de archivo, de buceo».

La industria comunicacional de las otras industrias

En lo que se refiere a las premisas para entender de qué manera la articulación entre la prensa escrita, las fuerzas políticas y las organizaciones del sistema productivo inciden directamente sobre la valoración informativa, desde la práctica periodística se reconoce la necesidad de que los diarios sean rentables: la industria gráfica, al explotar su rol comunicacional de las otras industrias, actúa como bisagra: vende publicidad a sus lectores y lectores a sus anunciantes.

En este sentido, aparece una frágil frontera fruto del cruce permanente entre los principios éticos del redactor, la línea editorial de los periódicos, los intereses económicos de la empresa y el lucro visto como objetivo central.

El Jefe de la corresponsalía de *Clarín* en La Plata, Rodolfo Lara, alerta: «hay que partir de una base insoslayable: los diarios (...) son empresas comerciales y lo que defienden básicamente es el negocio. Y esos intereses condicionan lo que debe ser una práctica

⁽²³⁾ Entrevista a Washington Uranga, redactor especial del diario *Página 12*.

⁽²⁴⁾ Entrevista a Héctor Lorenzo, director del diario *Crónica*.

⁽²⁵⁾ Entrevista a Alejandro Magaldi, redactor del diario *Crónica*.

⁽²⁶⁾ Entrevista a Germán Sopena, pro-secretario de redacción del diario *La Nación*.

sana. A medida que se privilegie un nivel sobre el otro, esta práctica va a ser afectada».⁽²⁷⁾

Luciano Román, Secretario de Redacción de *El Día*, suma otros puntos: «por supuesto que todos los diarios son empresas, en consecuencia tienen sus intereses empresarios. (...) Lo que resulta clave es separar en todo este proceso de valoración cada cosa. Separar lo que son los intereses de las empresas, que por supuesto existen, y separar muchas veces la posición editorial del diario del hecho objetivo de la noticia».⁽²⁸⁾

Los obstáculos para deslindar lo comercial de lo informativo son notorios. Uno de los Pro-secretarios de Redacción de *Clarín*, Carlos Eichelbaum, remarca factores convergentes: «uno, central, es el tipo de relación que tiene el medio como grupo. (...) Los medios son, cada vez más, productos económicos. Por lo menos los criterios de selección tienen que ver con los intereses del grupo o con los intereses sociales con los que el grupo tiene intereses comunes. Hay un criterio comercial mucho más grande de lo que se supone que es».⁽²⁹⁾

La labor periodística, los intereses y expectativas del lector y las necesidades para mantener y acrecentar los espacios en el mercado se contactan al puntualizar las presiones económicas sobre los periódicos durante la valoración de la información: «ese es un problema de las empresas, no de los periodistas. Y es un problema grave porque afecta y reduce el espacio público. Los periodistas, creo que estamos en un segundo nivel de presiones, aunque no inminentes», afirma Uranga.

Al identificar las modalidades con que las presiones económicas inciden en la construcción de las noticias de los diarios, de los testimonios obtenidos surgen cuatro mecanismos: el chivo periodístico, el soborno, la seducción material hacia los periodistas y el manejo de la publicidad.

Pasquini liga estos mecanismos de acción con los operadores de prensa: «Por ejemplo, la agencia *Télam*, que maneja la publicidad del Estado, desde su creación con el primer gobierno de Perón hasta hoy mantiene un procedimiento: entrega los avisos día por día, y con esto te dice: ‘si vos te portás mal hoy, papá no te trae caramelos mañana’. Eso sucede también

en la empresa privada. No es una característica ni del Estado ni del menemismo: es una característica de la relación entre el poder económico y el poder de los medios».

Además, al profundizar la conexión entre los fondos publicitarios y la evaluación de las informaciones, dos líneas de comprensión son las predominantes: los periodistas que niegan los condicionamientos determinantes de la publicidad durante la construcción de las noticias; y los que afirman que la publicidad modera la labor periodística: «No creo que haya nadie independiente’ es una mentira, tengas el medio que tengas. Para ponerlo en términos más lejanos: un boletín parroquial está presionado por el párroco, que tiene intereses concretos, un mensaje para difundir, una idea de su imagen y de su institución, etcétera. Entonces, cada vez que vos trabajás en un medio es un complejo sistema de transacciones, cuyo límite está determinado por tus necesidades y por tus convicciones», reafirma Pasquini.

En el señalamiento de los sujetos que forman parte del contexto de generación y legitimación, además de los ya citados (el sistema de medios, la televisión, los reporteros, las empresas de comunicación y los anunciantes), se visualizan a: la organización interna de los periódicos, los lectores, la competencia entre los medios, la línea editorial de los diarios y los operadores de prensa.

Son estos últimos los que encierran atractivos particulares: «si le llamás así al intento de influir en las noticias o en la opinión de un medio, esto (por las operaciones de prensa) existirá siempre. Porque no conozco ningún político, gobernante u hombre de poder que no quiera tener buena prensa. Y a medida que la prensa se hace más importante y universal, este deseo aumenta», insiste Pasquini.

De la relación entre los operadores de prensa y los periodistas, tres son las modalidades de vinculación reconocidas desde la práctica profesional: los que pretenden opacar la labor de los operadores, los que apelan a estos como fuente informativa y los que reconocen cierta dependencia del periodista con respecto al operador.

Finalmente, cabe señalar dos aspectos de la activi-

⁽²⁷⁾ Entrevista a Rodolfo Lara, jefe de la corresponsalía del diario *Clarín* en la ciudad de La Plata.

⁽²⁸⁾ Entrevista a Luciano Román, secretario de redacción del diario *El Día*.

⁽²⁹⁾ Entrevista a Carlos Eichelbaum, pro-secretario de redacción del diario *Clarín*.

dad de los operadores:

a) los mecanismos de acción más usuales para incidir sobre la construcción de las noticias son: el chivo periodístico, el manejo de la publicidad, la seducción material hacia los periodistas, el soborno, el intercambio de información, el off the record y la confesión de noticias exclusivas;

b) los periodistas, en general, se ven muy sólidos para acotar la posibilidad de que los operadores los engañen o los lleven a cometer errores graves.

La cocina interna de las noticias

Para completar los nexos entre los principales elementos del contexto de generación y legitimación hay que plantear las tensiones emergentes de la práctica de los participantes internos de los periódicos, que implica analizar:

a) *los límites y posibilidades de los periodistas como parte de una corporación mediática;*

b) *los mecanismos de generación y construcción informativa devenidos de las rutinas profesionales.*

Acerca del primer postulado, surgen dos tipos de asociación: simbiosis absoluta entre medio y periodista (los trabajadores son, además, militantes del medio: se da una total fusión profesional, ideológica y económica) y negociación y concertación entre medio y periodista («el medio te mete en cajas», sintetiza Lara).

A propósito de ello, Almirón añade: «el público elige al medio que considera más certero. Es decir, no es que ese diario tenga la verdad, sino que se posiciona como yo quiero la verdad». Uranga ubica la cuestión en términos prácticos: «a la misma noticia, *Crónica* y *Ambito Financiero* eligen tratarla de distinta manera, no tanto por una diferencia ideológica, sino por los públicos, los lugares de entrada. Para *Ambito* la Reforma Laboral es un tema político, para *Crónica* es un problema del salario del trabajador».

Si se trata de sistematizar el funcionamiento de los periódicos, algunos ponen reparos: «la rutina de los diarios es una rutina que no tiene rutina, es decir, es una metodología que tiene que tener un alto grado de flexibilidad para no perder la riqueza de los acontecimientos que se generan y se modifican a cada

momento», adelanta Uranga.

Aun sin desconocer -en parte- la vigencia de la sentencia precedente, los trabajadores de prensa consultados reconocen una cadena de acción grupal e individual mecanizada, con instancias de evaluación, planificación y concertación colectiva, que disparan acciones de desarrollo individuales, y luego son reevaluadas en los últimos espacios de definición colectiva (el cierre) donde inciden notoriamente las jerarquías periodísticas. A medida que avanza el proceso, el colectivo se reduce en cantidad de participantes, mientras que se amplía el curso de las acciones individuales en forma constante.

El lector es una estrategia de construcción

El contexto de producción, procesamiento de información y diferenciación mediática permite entender cuáles son las herramientas que utilizan los periódicos para optimizar su mediación entre los lectores y los fondos provenientes de la publicidad. Se trata de comprender las estrategias comunicacionales de los medios, destacando sus tratamientos originales de la información periodística.

Así, los lectores son uno de los elementos más importantes para pautar la diferenciación mediática: «el lector también es una construcción del medio, es una especie de promedio establecido habitualmente con algún tipo de trabajo», enfatiza Eichelbaum. Magaldi agrega: «cada medio tiene su identidad y su forma de trabajar de acuerdo a los lectores a los que esté enfocado».

De las distinciones encontradas en la definición de los lectores, cabe rescatar dos criterios:

a) el lector se construye apelando a la fragmentación evidente o a la máxima universalización posible;

b) el lector se construye como un sujeto que interactúa con un medio objetivo y distante, al cual le exige ecuanimidad y pluralidad, o como parte de un colectivo que encuentra en el diario un mecanismo válido para expresarse por intereses compartidos: políticos, sociales, económicos y/o ideológicos.

Según Luciano Román, «a los lectores les interesa que el diario represente algunos de sus intereses, de sus preocupaciones esenciales, que sepa captar por

Bibliografía

- Atorresi, Ana, *Los estudios semióticos. El caso de la crónica periodística*, Conicet-Prociencia-Programa de perfeccionamiento docente-Lengua y Literatura, Montevideo, 1996.
- Bernal, Sebastià y Chillón, Lluís Albert, *Periodismo informativo de creación*, Ed. Mitre, Barcelona, 1985.
- Cervantes Barba, Cecilia, «Valores noticiosos en el periodismo televisivo de nota roja. Búsqueda articulada de indicadores empíricos», en revista *Comunicación y Sociedad*, N° 25/26, Guadalajara, septiembre 1995-abril 1996.
- Cervantes Barba, Cecilia, «Construcción primaria del acontecer y planeación de la cobertura informativa», en revista *Comunicación y Sociedad*, N° 28, Guadalajara, septiembre-diciembre de 1996.
- Clarín, *Manual de estilo*, Ed. Clarín-Aguilar, Bs. As., 1997.
- Clarín, suplemento «Cultura y Nación», en diario *Clarín*, Bs. As., 6 de junio de 1996.
- Camps, Sibila y Pazos, Luis, *Así se hace periodismo. Manual práctico de periodismo moderno*, Beas Ediciones, Colec. Así se hace..., Buenos Aires, 1994.
- Covarrubias, Jorge, *Manual de técnicas de redacción periodística*, Associated Press, New York, 1996.
- Del Río Reynaga, Julio, *Teoría y práctica de los géneros periodísticos*, Ed. Diana, México, 1991.
- El País, Diario de estilo*, Ed. El País, España, 1990.
- Fraga, Rosendo, *Autopercepción del periodismo en la Argentina*, Editorial de Belgrano, Bs. As., 1997.

-Gomis, Lorenzo, *Teoría del periodismo. Cómo se forma el presente*, Ed. Paidós, España, 1991.

-Halperín, Jorge, *La entrevista periodística. Intimidaciones de la conversación pública*, Ed. Paidós, Estudios de Comunicación, Bs. As., 1995.

-Hernández R., María Elena, *La producción noticiosa*, Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades, Guadalajara, 1995.

-Hollowel, John, *Realidad y ficción. El nuevo periodismo y la novela de no ficción*, Ed. Noema, México, 1979.

-Lalinde Posada, Ana María, «La noticia: construcción de la realidad», en *Industrias culturales, comunicación, identidad e integración latinoamericana*, Ed. Opción, México, 1992.

-La Nación, *Manual de estilo y ética de La Nación*, Ed. La Nación, Bs. As., 1997.

-Loyola, María Inés, *El periodismo gráfico: los periodistas, el periódico, los géneros*, Ed. Op Oloop, Córdoba, 1996.

-López, Manuel, *Cómo se fabrican las noticias*, Ed. Paidós, Bs. As., 1995. Mar de Fontcuberta, *La noticia. Pistas para percibir el mundo*, Ed. Paidós, España, 1993.

-Martínez Albertos, José Luis, *El lenguaje periodístico*, Ed. Paraninfo, Madrid, 1989.

-Miceli, Walter (Editor), Albertini, E.; Arellano, F.; Dietrich, F.; Fernández Echevarría, I.; Giusti, E.; González, L.; Inda, L.; Koch, N.; Medeot, L.; Pellegrino, L.; Serrano, E.; Soto, K.; Velázquez, X. y Watkins, F. *¿Qué es noticia en los diarios nacionales? Contextos de construcción, legitimación y diferenciación mediática*, Ed. del GITEPP, La Plata, 1999.

dónde pasan algunas preocupaciones básicas de la gente y se haga cargo de estas preocupaciones».

Es, entonces, el lector como segmento del mercado a trabajar lo que agita el uso de estrategias de construcción de la noticia, de las cuales es pertinente consignar:

a) *Construcción de la noticia por descarte primario*: consiste en reconocer que no existen noticias propias de los medios gráficos en general, sino que cada diario delimita sus propias noticias. «En el ejercicio profesional lo que uno sabe, en cada medio en el que va a trabajar, es qué no es noticia en función de su línea editorial. (...) No hay una definición genérica de noticia: sí hay una definición particular de qué es noticia para cada medio y en cada momento», explica Pasquini.

b) *Construcción de la noticia según el involucramiento del medio y de los periodistas*: se refiere a cómo se posicionan ambos elementos ante el público, tomando como parámetro la explicitación de los recursos típicos de la objetividad y la subjetividad en la redacción periodística.

c) *Construcción de la noticia mediante los formatos redaccionales*: a mayor cantidad de público potencial, mayor es la obligación de mostrar imparcialidad. Se trata de distinguir los textos informativos de los opinativos o de análisis y, más aún, de los de entretenimiento. Sin embargo, desde los 90 está en curso una redefinición de la utilidad de los formatos tradicionales que alberga fusiones de géneros y estilos, aunque ello no se da con la misma fuerza en todos los diarios. En uno de los extremos de estos cambios, Pasquini pone sobre el tapete la necesidad de entretener por sobre las de informar y opinar: «ahora cada vez más la noticia es ficción: está producida en busca de atrapar la atención de la audiencia(...) En la medida que la competencia se hace más severa y más grande, para retener el interés del lector yo te tengo que entretener, que sorprender cada vez más, para que vos sigas ahí y no cambies de información. Entonces, la noticia en sí misma puede no ser interesante, pero yo la puedo hacer interesante».

d) *Construcción de la noticia prescindiendo de los hechos*: se trata de la producción y procesamiento de información que no se basa en hechos sucedidos

o que esté previsto que sucedan, sino que son inventos, creaciones ficcionales presentadas a los públicos como noticias que reportan lo que supuestamente sucede en la comunidad.

e) *Construcción de la noticia de acuerdo al lugar de pertenencia*: se enlaza con las modalidades adoptadas por los diarios para resolver la relación proximidad/comunidad.

En el caso de los diarios considerados en la investigación, el nivel de análisis aludido se complejiza por la atención de un frente de expectativas con doble cara: por un lado, los medios son producidos y vendidos primordialmente en Capital Federal, razón por la cual la información propia de este ámbito se considera de mayor impacto; pero, como estas publicaciones aspiran a circular y captar publicidad en el ámbito nacional, las noticias generadas o aludidas desde otras jurisdicciones entran en tensión para llegar a tener contacto con el lector. Resultado de ello es que, muchas veces, lo capitalino es igualado con lo nacional: «Los diarios nacionales son diarios de puerto. Se hacen con criterios de puerto también: lo que tiene interés prioritario para la región se impone en muchos casos como interés nacional. Y, en cambio, la realidad de otras regiones del país sólo pasa a tener dimensión nacional en el criterio del diario cuando el efecto llegó hasta acá (por la ciudad de Buenos Aires)», destaca Eichelbaum.

f) *Construcción de la noticia a partir de las buenas o malas acciones de los sujetos políticos*: el matiz benevolente o pernicioso de la información es una decisión editorial de cada medio. Tanto los intereses corporativos de la empresa de comunicación como el perfil de sus lectores son elementos claves para definir la estrategia y el lugar de la perspectiva política publicada.

g) *Construcción de la noticia ante la evanescencia de categorías tradicionales*: las distinciones entre hecho, acontecimiento, suceso y noticia tienden a esfumarse: el periodismo, los diarios deben narrar historias.

h) *Construcción de la noticia trabajando el drama, el conflicto y la contradicción*: la fusión e hibridación de los géneros periodísticos alimentada con la redefinición de las estrategias para responder a las

expectativas de información, opinión y entretenimiento, motorizan el uso de herramientas basadas en la exaltación del drama, el conflicto y la contradicción para atrapar y retener la atención del lector.

i) *Construcción de la noticia mediante los factores típicos del modelo anglosajón*: al distinguir las estrategias más usuales, rápidamente se individualizan desde el campo profesional los factores con mayor arraigo que se trabajan bajo la concepción del modelo anglosajón: novedad, interés público, imprevisión, implicación, originalidad, incidencia en la toma de decisiones y condicionantes de la agenda pública fueron explicitados por la mayoría de los periodistas consultados.

Conclusiones iniciales

Mostrar en tan pocas líneas un marco teórico más abarcativo que los que históricamente se armaron desde la perspectiva pragmática, obviamente redundará en amputaciones dolorosas que el lector sabrá entender, pero que -sin embargo- no anulan la posibilidad de indicar las carencias de la visión tradicional y las posibilidades de investigar alrededor de las negociaciones políticas que explican qué noticias y por qué son publicadas en los diarios nacionales.

Por lo tanto, como parte de las conclusiones iniciales de la investigación que se pone a consideración, se ratifica:

a) entender a las noticias -en parte- como expresiones de las negociaciones políticas propias de las interacciones que se producen entre los actores identificados en el contexto de construcción y legitimación abre el debate a zonas hasta ahora opacadas, escondidas, que redundan en la posibilidad de avanzar en la apropiación de nuevos conocimientos para potenciar el aprovechamiento y la crítica de los medios de comunicación;

b) escuchar las voces emanadas de la práctica de medios y ponerlas en tensión con categorías analíticas forjadas desde la necesidad de entender para transformar el objeto de estudio, dispara nuevas oportunidades y desafíos para entrecruzar los esfuerzos y experiencias desde las instancias académicas y profesionales del periodismo y la comunicación.

(*) *Periodistas. Integrantes del Grupo de Investigación en temas de producción Periodística. (GITEPP). Facultad de Periodismo y Comunicación Social UNLP.*

- Miceli, W., *Políticas científicas de la comunicación. Un enfoque estratégico desde la universidad pública*, Ediciones de Periodismo y Comunicación, N° 10, La Plata, 1998.
- Miceli, W., «El diario contraataca», en revista *Oficios Terrestres*, N° 4, La Plata, 1997.
- Ramos, Julio A., *Los cerrojos a la prensa*, Editorial Amfín S.A., Bs. As., 1993.
- Rodrigo Alsina, Miguel, *La construcción de la noticia*, Ed. Paidós, Bs. As., 1989.
- Rodríguez, María Luisa, «Historia del Nuevo Periodismo», en *Chasqui*, Revista Latinoamericana de Comunicación, N° 26, Quito, abril-junio de 1988.
- Sanucci, María Elena: «A propósito de la prensa escrita: ocaso y renacimiento», en revista *Oficios Terrestres*, N° 1, La Plata, Diciembre de 1995.
- Saintout, Florencia, *Los estudios de recepción en América Latina*, Ediciones de Periodismo y Comunicación, N° 12, La Plata, 1998.
- Tcherkaski, Osvaldo, «Qué es hoy una noticia», en diario *Clarín*, 3 de noviembre de 1996, Segunda Sección, Bs. As.
- Warren, Carl, *Géneros periodísticos informativos*, Ed. ATE, Barcelona, 1975.
- Wolf, Mauro, «Segunda Parte: Nuevas tendencias de la investigación: medios de comunicación de la realidad», en *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*, Ed. Paidós, Colec. Instrumentos Paidós, México, 1991.
- Wolf, Mauro, «Modelos periodísticos en transición. La influencia de los sistemas de edición electrónica», en revista *Telos*, N° 28, España, diciembre/febrero 1991.
- Wolfé, Tom, *El nuevo periodismo*, Ed. Anagrama, Barcelona, 1984.

Los que escriben y los que mandan

Luis Salinas (*)

El «western» es un género de géneros y por eso es un poderoso creador de estereotipos. Aunque nunca son figuras principales, hay unos cuantos periodistas de película del oeste, parecidos uno al otro como primos. Ellos representan El Progreso; llegan a un inocente pueblo salvaje (siempre vienen de otra parte, con algo de anarquistas en el empecinado amor por los tipos de plomo y la tinta de imprenta) y se lanzan, no a la aventura comercial de un medio permanente, sino a publicar un único «cero» en el que denuncian una injusticia puntual cometida por el mandamás del lugar. Apenas la hojita ve la luz, el aludido manda a sus pistoleros a quemar todo el tinglado, pero es tarde, la opinión pública ya irrumpió y arrasó con la simpleza de la vida.

Los periodistas de las películas del oeste suelen ser pacifistas, moderadamente calvos, descreídos, alcohólicos y miopes. No usan armas, o sólo Derringers de tahir, traidoras como los micrograbadores de hoy; andan a pie, son algo enclenques, visten tweed, ridículas viseras de celuloide, mangas de género negro, y a pesar de evidentes desventajas comparativas de su sex appeal entre tipos que destacan por su destreza de tiradores y jinetes y su ropa de cuero y lona, se quedan a menudo con alguna de las chicas en juego, lo que sólo se vuelve explicable al saber que el far & wils west y todas las patrañas añejas fueron en gran medida urdidos por la prensa del este para un público ansioso de exotismo. Muchos de entre los primeros corresponsales: Zane

Grey, Stephen Crane, James Caldwell, Ambrose Bierce, el pintor Fréderick Remington, Mark Twain por sobre todos ellos, no eran estrictamente periodistas, o siéndolo sobrepasaban en mucho la definición, pero todos vivían de los periódicos. Ellos crearon un uso particular de la lengua y -antes de que ese uso derivara en productos más nobles- los dueños de los diarios lo popularizaron en función de sus propios intereses y de un proyecto de sociedad. Como la historia mostraría con total claridad, la impulsión de la reforma agraria y los derechos humanos en el Wyoming no eran parte de ese proyecto.

De los ejes de discusión en que ustedes participarán a lo largo de la vida laboral, (hablo a un hipotético público de estudiantes de periodismo) entre aquellos que seguramente ya están discutiendo, uno central será sin duda cuánto nos toca a nosotros mismos de la tal meneada libertad de prensa, es decir, qué espacio le queda a nuestro propio criterio confrontado con el interés de la empresa que nos contrata. Cuanto más veterano sea el periodista que responda a esta pregunta, más probable es que la respuesta sea: ninguno. No se desalienten; con el tiempo también aprenderán que el escepticismo generalizado, incluyendo una dosis de franca autodesvalorización es uno de los que pueden considerarse gestos elegantes del oficio. Cien años después de terminada la conquista del oeste, allí, aquí y en todas partes, los medios gráficos siguen poblados por una variedad de especímenes que escriben, solo algunos de los cuales son periodistas de oficio, licenciados o idóneos. Conozco a varias decenas de escritores y ni uno sólo que se atreva a ponerlo en el casillero «profesión» de los formularios (ni que hablar de los poetas). Casi todos zafan (zafamos) con el cómodo «periodista», y no es del todo mentira, porque casi todos vivimos colateralmente o principalmente de la prensa. Cuando uno no está muy seguro, ¿por qué es menos pedante hacerse pasar por periodista que por escritor, que es sin embargo una definición mucho menos precisa? Porque a pesar del auge de las carreras y su producción de titulados, nadie tiene del todo claro cual es la «ars» -la suma de técnicas, procedimientos e instrumentos- de este laburo. Se puede argüir que en el marco de la concentración económi-

ca tampoco un médico, un ingeniero, un docente o un abogado son libres en tanto empleados de corporaciones, para definir la proyección de sus carreras en función de la realización personal y el bien social común, pero aunque cambien los marcos y la razón de ser del empleador fluctúe más cerca de la acumulación de dinero que del progreso de la humanidad, los pasos técnicos para tratar un hígado son los mismos, trabaje uno para Shylock Medical Group o para la OMS. Esto no sucede con la prensa ni con los periodistas. Nuestras técnicas son profundamente arbitrarias porque nuestras materias primas -las informaciones- son pura ideología. No hay, en principio, algo así como «La Información» ni existen sociedades más informadas que otras, las hay informadas en un sentido o en otro. Hipotéticamente hubo, hay y habrá sociedades en las que la información disponible fluye con más facilidad y alcanza de modo más homogéneo a la mayor parte de sus miembros, en este sentido la nuestra, surcada y sostenida por un constante intercambio de datos debe ser casi la menos democrática que pueda concebirse.

Informar y desinformar, abstrayendo por un momento lo peyorativo del segundo verbo, son dos acciones tan inseparables como inspirar y expirar. La primera decisión en una redacción es suprimir noticias: con un adecuado mecanismo de recolección, siempre hay cien sueltos disponibles para el espacio de quince. En el corte, la subjetividad del criterio es inevitable, pero nunca es inocente. La dirección de un vespertino decide que la fractura de tobillo de un cantante con éxito en La Matanza merece el título principal y la quiebra de una industria, el nivel de desocupación o la relación población-vivienda en el mismo partido sólo ocasionalmente el secundario, y con más frecuencia ninguno. La de un noticiero de TV filtra de modo que el concepto de «seguridad» quede determinado por la cantidad de asaltos callejeros y robos domiciliarios y no a través de datos como la circulación de armas de fuego; o la falta de controles sanitarios; o los montos que implican los delitos sumados, cuanto se pierde en la suma de todos los robos con fractura de todo un mes, contra un solo hecho a gran escala con la participación delictuosa de una institución, sea el asalto a un ban-

co perpetrado por policías o una estafa con títulos de propiedad; la CNN nos explica en detalle la violencia interétnica en el territorio de la ex Yugoslavia, y luego en qué lugar preciso ha caído cada bomba, pero no dice una palabra sobre el abandono antes y la entrada a saco del capital salvaje después de los bombardeos. Existen treinta maneras distintas de explicar una misma caída de la bolsa, aunque ninguna de ellas sea necesariamente cierta, todas operarán sobre la realidad generando en consecuencia otros hechos. No sólo puede afirmarse que la materia prima del periodista es la ideología, sino que, en general, es la ideología ajena. Los ejemplos anteriores son generalidades, pero en nuestro país contamos entre cientos con algunos precisos y actuales. Una obviedad: la concentración de los medios de comunicación y la expansión de sus intereses hacia las telecomunicaciones, los espectáculos, el deporte, la política. El tema no tiene solo cada vez más relevancia en la sociedad en general sino que es personalmente fundamental para el mismo trabajador que lo trata o deja de hacerlo. Nadie podrá investigar con garantía de acceso a datos veraces y objetivos (y sin temor a consecuencias) el campo de influencia y los cruces de intereses de la empresa de la que depende, ni la información que vuelque sobre la expansión de la competencia merecerá ningún crédito del público avisado. En un plano ingenuo (no tan ingenuo comercialmente) ni la crítica de cine publicada en *Clarín* respecto a una película producida por *Pol-Ka*, por *Artear* o por *Sono Films*; ni las semblanzas de artistas de *Telefé* realizadas en notas de *Gente*; ni las evaluaciones de un jugador de fútbol que cotice en bolsa, hecha por un periodista de un grupo de medios que entre otras cosas es bolsero, pueden ser entendidos como información pura. Sí puede ser objeto de un análisis «zurdo», con lectura y relectura entre líneas, estilo «que es lo que se dice, lo que se quiere decir, lo que se quiere ocultar». Este tipo de lectura depende de la posesión de datos previos que no figuran en la nota y probablemente nunca hayan sido publicados sino fragmentariamente (quizás por otras fuentes a la vez desconfiables) el primero de ellos es saber quien es, económicamente hablando, el que nos anoticia. Esa información general no está

al alcance del público y en detalle, ni siquiera de los hombres de prensa.

No es exagerado afirmar que con un desarrollo de la concentración como el que ya existe, en muchos casos los periodistas no sabemos con precisión para quienes trabajamos. En los países del este europeo, antes de la caída del muro, con mayor o menor grado durante las dictaduras, la gran prensa fue o es funcional al poder. También lo es en la actual fase del capitalismo en los países democráticos occidentales, pero en estos casos el poder no tiene un discurso único, no reside exclusiva (ni principalmente) en el Estado; según el tema a mostrar-ocultar, su capacidad de censura puede ser tan o más feroz que aquella.

Quizás permita más filtraciones, pero a la vez hace más difícil comprender en qué dirección se manipula la información. Este es otro de los tantísimos aspectos en los que la ley de la oferta y la demanda no se porta como los liberales dicen que debiera hacerlo. En este marco, sin siquiera saber cuáles son los intereses precisos de la «empresa» (es notorio como de un tiempo a esta parte se habla en todas las grandes «cuadras» de Empresa y Redacción como dos entidades separadas de manera clara. La «empresa», como las damas, es la dueña del sí y del no; y como el corazón, tiene razones que ni la razón ni la redacción entienden) desde la visión desangelada del veterano periodista antes citado, un profesional de éxito es el que desarrolla el instinto para adivinar de donde calienta el sol: como solemnizar las boberías y aguar datos fundamentales en función de no pisar los callos de quien paga, en sentido directo y en sentido lato. El guardaboquisismo espontáneo u obsecuencia autopropulsada guardará una relación de proporcionalidad directa con la expansión de los intereses de la empresa.

Sin embargo, no es casualidad que este tipo de brulotes cínicos sean por lo general expresiones de colegas que, a pesar de la amargura y casi el tanteo, insisten en atenerse a códigos éticos difusos, tácitos, personales, y enseñarlos con la práctica. Los periodistas, como los escritores y los poetas, creemos en la palabra, y porque creemos en ella, en su verdad implícita y las obligaciones que genera, seguimos siendo quienes creamos los códigos de cada época. La

herramienta de control de los dueños de los multimedios no es la producción sino la selección entre textos. Su impotencia para crear textos propios es curiosa, dados no sólo la enormidad de su poder económico y político sino el hecho de que entre los dueños de los multimedios hay no pocos ex periodistas, no voy a ponerme a analizar aquí esa esterilidad porque no estoy muy seguro de cual es su explicación e intuyo que debe ser algo largo y complejo agotarla. Una punta inicial, sin embargo, es su incapacidad para respetar reglas básicas del oficio tales como el respeto por lo que ya se informó con anterioridad. En tiempos recientes dos hechos: la contra reforma policial en la provincia de Buenos Aires y la fuga y seudo persecución del banquero Moneta ponen en evidencia esta insubstancialidad de las líneas editoriales. En el primer caso, los grandes medios «olvidan» que ellos mismos y todo el espectro político habían advertido sobre el riesgo de auge del delito como producto de las cesantías en la PPBA. La fuga del banquero Moneta afecta intereses de todos los grandes grupos de prensa del país, desnuda en parte sus relaciones económicas con el poder político, y muestra el proceso de concentración del sector bajo otra luz (el tercer grupo, el mendocino *Uno-Supercanal*, que en los últimos tres años apareció como competencia entre *Clarín* y el *CEI-Ateo*, hoy parece más bien el campo de concertación entre ambos y los capitales más desprolijos del gobierno). También en este caso la información central «olvida», al informar sobre las escuchas ilegales del teléfono del juez Leiva que Moneta es codueño de *Telefónica* a través del CEI; «Excálibur», el programa de cruzamiento de datos que fue la estrella del caso Cabezas, parece no haber existido nunca.

En el primero de los casos se juega una concepción de sociedad, bajo la presión de lobby de las policías y los aparatos políticos. En otro el interés puro y desnudo de las empresas. En ambos, solo se puede esperar información veraz y completa de investigadores independientes o bien de los propios grandes medios pero excéntricos a las líneas centrales.

Pero los hay. No existe un medio gráfico regimentado desde el primer al último hombre. Ningún diario o revista responde en todas sus líneas a la estricta

visión de la sociedad que su dirección editorial pretende reproducir. Si lo intentara, acabaría con el periodismo que es justamente el producto que la empresa vende.

En ese mínimo espacio sobrevivimos.

Entretanto, la duda y la imprecisión, el oficio sigue tratando de cortar un perfil en base a reglas a la vez inexplicables y sacras, como corresponde a todo buen tabú. Cuando yo empecé a escribir en diarios -en el '84, más o menos- los novatos éramos impuestos de mandamientos disparatados, como la prohibición absoluta de iniciar los títulos con monosílabos, lo que originaba chirriantes verbos reflexivos del tipo «planíffcase» o «aguárdase» que se convertían en tics del oficio, casi como los «afirmativo-negativo» de los milicos. Existía una pelea surrealista entre redactores y diseñadores alrededor de si la fotomecánica era capaz de reproducir correctamente fotos en color. Esta discusión afectaba pruritos de honor de ambas categorías hasta el punto de que los diseñadores decían: «No pibe, esto no va a salir» incluso de fotos que ya habían salido tan tranquilas antes, diseñadas por ellos mismos. Este seudo conflicto tan divertido fue barrido por las PC (junto, hay que decirlo, con muchos de aquellos diseñadores) el anterior desapareció por decrepitud. Se conservan sin embargo otras supersticiones centenarias, como la regla de la pirámide invertida y, sobre todo, la exigencia de objetividad en el lenguaje, con absoluta supresión del punto de vista subjetivo. Toda la práctica en medios gráficos persigue un objeto de deseo: que a uno lo dejen firmar. Y una firma, como es evidente, vale por doscientos «yos». Sería absurdo pretender otra cosa de estudiantes a los que se obligó a leer el «l'acusse» de Zola como uno de los textos fundantes del oficio. En medio de la saturación de datos producidos en masa, sólo la capacidad de interrelacionarlos según una visión original de la sociedad y el mundo son la cualidad de un periodista que destaque.

La reivindicación de esa «propia visión» de las cosas producirá colateralmente neurosis típicas, tales como la pretensión de mantener bases de datos siempre actualizadas, hasta que -tras mucho digitalizar o juntar papeles- uno comprende que está compitiendo con la hemeroteca del congre-

so, y que allí todo está mucho más ordenado que en casa.

En el western con periodistas hay siempre una secuencia en la que los ejemplares van saliendo de la plana, a veces con la transparencia de las llamas que vienen a sugerir la venganza del poderoso y, contradictoriamente, también la luz que ilumina el criterio público. Mediante fundidos, la escena puede incluir también la satisfacción del estribo mirando al trasluz una página húmeda y los corrillos de personas entre los que se va expandiendo la verdad llevada en mano por los canillitas. Y cuando el ex poderoso haya sido con justicia denunciado, y su chanchullo completamente expuesto se agote como tema ¿cómo alcanzaremos otra vez ese punch? ¿Quién será el anunciante del próximo número? ¿De qué va a vivir en el futuro el maldito escriba? En el mismo momento en que nosotros nos angustiamos, y por las mismas razones, el villano denunciado se consuela. Quizás obligue a su capataz, el jefe de los incendiarios, a convertirse en nuestro prosecretario de redacción.

() Escritor y periodista. Ha ejercido la profesión en diversos medios gráficos, entre otros la revista política El Porteño y el diario Nuevo Sur.*

La prensa gráfica en el contexto de la videocultura.

Algunas aproximaciones a su morfología

María Elena Sanucci (*)

Cultura y medios: la estrategia de la sustitución

A través de las distintas épocas y a medida que el ser humano inventa y reinventa nuevos medios de expresión y comunicación, aparecen siempre presagios: se alcanzan voces proféticas que auguran la agonía, cuando no la muerte de creaciones anteriores desplazadas ineludiblemente por las novedades. Lo más reciente anula lo anterior y da un carácter sustitutivo al nuevo producto o artefacto.

Nuestra época es particularmente afecta a este tipo de planteos, que se fundamentan en la rapidez y la velocidad de los avances tecnológicos, en el deslumbramiento que producen (respondiendo siempre a deseos de actualización permanente) y en miradas «a la page» de la realidad, poco afectas a bucear y a comprender los procesos históricos.

Al respecto y en lo referido específicamente a los medios de comunicación masiva, han surgido, a lo largo del siglo XX, distintas posturas que dan cuenta de las problemáticas generadas por la sucesiva aparición de medios nuevos respecto de los preexistentes. Ello puede, en última instancia, resumirse como las sucesivas tensiones que provoca la relación comunicación- tecnología, con énfasis en esta última, según afirma con acierto Lilia Jorge: «Y no es que falten pronósticos, sino que en la mayoría de los casos éstos se encuentran más ligados al desarrollo de la técnica y la tecnología comunicacional que a lo específico del discurso periodístico y su significación social.»⁽¹⁾

Así, a través de este siglo, aparecieron pronósticos sucesivos: la fotografía desplazaría a la pintura; la radio, al periódico; el cine, a la fotografía; la televisión, a la radio y a la prensa; finalmente -por lo menos hasta ahora-, la computadora, que pondría en crisis a los demás medios anteriores por su ductilidad de máquina sincrética y polifuncional, lo cual le permite la condensación y la integración de todos los demás medios y formas expresivas, por su carácter de «multimedia».

Lo positivo del «discurso de la sustitución» es que, a partir de detractores y defensores, ha permitido la reflexión y el análisis y, de alguna manera, la delimitación de campos y especificidades, de nuevos perfiles e identidades. Por eso, más fructífero que pronosticar lo impronosticable, es ver cómo la irrupción de nuevos medios y tecnologías no ha producido la desaparición de los precedentes, sino un cambio y una reconfiguración, lo cual permite tanto la competencia como la complementariedad dentro del macrosistema de la comunicación.

De ahí que resulte más pertinente oponer, a la visión sustitutiva relacionada con lo tecnológico y con el futuro, la visión histórica del cambio vinculada con la idea de proceso evolutivo que sustenta, por ejemplo, Umberto Eco: «Debray nos ha recordado que el invento de la fotografía ha liberado a los pintores del deber de la imitación. Estoy de acuerdo. Sin el invento de Daguerre, el impresionismo no hubiera sido posible. Pero la idea de que una tecnología abole [sic] un rol anterior es demasiado simplista. Después del invento de Daguerre, los pintores ya no se sentían obligados a servir como meros artesanos encargados de reproducir la realidad tal y como creemos que la vemos. Pero esto no significa que el invento de Daguerre sólo alentara la pintura abstracta. Existe toda una tradición en la cultura moderna que no podría existir sin el modelo fotográfico: no estoy pensando sólo en el hiperrealismo, sino también en Hopper. La realidad es vista por los ojos del pintor a través de la mirada fotográfica.

«Desde luego, la aparición del cine o de las tiras cómicas ha liberado a la literatura de ciertas tareas narrativas que tradicionalmente tenía que llevar a cabo. Pero si existe algo llamado literatura posmo-

derna, existe porque se ha visto muy influida por las tiras cómicas o el cine. Esto significa que, en la historia de la cultura, nunca nada ha acabado con nada. En todo caso, lo ha cambiado profundamente.»⁽²⁾

Como es evidente, pues, se trataría de acercarse a un concepto de cultura más integral y abarcativo, que contuviera a los medios, y fuera orientado por una política atenta a las posibilidades de todos ellos.⁽³⁾

La página del diario y las pantallas: ¿miramos el diario?

En los noventa, ha aparecido con singular potencia, dentro del ya conocido discurso de la sustitución, la discusión sobre la posible desaparición del libro y del periódico, del material impreso en general, suplantados por el texto electrónico. Se trata de una problemática amplia y decisiva que conlleva variados planteos relativos a aspectos parciales: la dicotomía oralidad/escritura; la relación entre el texto verbal y la imagen; la oposición cultura de la imprenta/cultura televisiva; las características de la cultura impresa y sus aportes a través del tiempo; la lectura y los lectores, y las estrategias y los modos de lectura; el libro y el diario como objetos y como soportes textuales; la relación entre los diversos géneros; los diseños y estructuras; las retóricas nuevas confrontadas con las viejas...

Como camino hacia una futura línea de investigación, nuestro propósito consiste en tratar de detectar, dentro de tan profusa temática, algunos tópicos que permitan la caracterización de la prensa escrita actual e identificar en qué «ha cambiado profundamente», de acuerdo con las palabras ya citadas de Umberto Eco, al tener que instalarse en un contexto, primero, audiovisual y, últimamente, multimediático. Para ello parece apropiado seguir un recorrido que indague:

-algunas cuestiones relacionadas con el texto verbal periodístico, eje o centro -por lo menos, hasta ahora- de la prensa gráfica;

-la inclusión de la imagen en el discurso gráfico periodístico y las distintas relaciones que se establecen entre texto verbal y texto icónico: en síntesis, las

propiedades paratextuales del periódico;

- la influencia del discurso televisivo sobre la prensa, tanto en el texto verbal como en el paratexto.

Correlativamente:

-los modos de lectura de la imagen televisiva y los modos de lectura de la prensa gráfica;

-la pantalla de la computadora y su relación con el diario;

-el periódico «On Line»;

-la iconicidad de la escritura.

El texto verbal y la página

Desde el desarrollo de la imprenta y hasta nuestros días, el texto verbal escrito ha ejercido su hegemonía cultural y social (lo que Roger Chartier ha denominado «el orden del libro»). Ello es debido a determinadas propiedades, algunas de las cuales se vinculan con su objetividad: la espacialidad -el diario tiene un cuerpo y un formato, sea tabloide o sábana; la linealidad relacionada con un orden y un modo de lectura -la parte izquierda de la página es la «entrada» y la derecha, la «salida»-; la demarcación y sus límites -los de cada página como unidad y los del diario como totalidad-; la clara separación de texto verbal e imagen; la clausura -el diario es un texto «cerrado» y «encerrado» en el límite de páginas, columnas y líneas-.

Otra propiedad tiene que ver con la manera de vinculación con el lector a través de una comunicación diferida en el tiempo y en el espacio. Así, como texto verbal gráfico, se manifiesta en una superficie -la página-, un espacio que debe ser transitado en la lectura, lo cual implica la inserción de la temporalidad necesaria para la realización del recorrido lineal. Como se dijo, el texto queda, entonces, delimitado y encerrado en el espacio de la página, objetivado y ajeno ya a su autor colectivo.

Este autor y el lector, separados temporal y espacialmente, sólo se podrán comunicar por el texto, pero sin posibilidad de intercambio alguno. Al respecto, la única posibilidad de interacción autor-lector permisible en el diario son las «cartas de lectores», equivalentes, en última instancia, a las llamadas telefónicas y los televotos en la radio y la televisión.

Notas

⁽¹⁾ Jorge, Lilia, «El futuro de la prensa, desde la historia». En: *Diálogos de la comunicación*, Lima, 1998, N° 51; pág. 38.

⁽²⁾ Eco, Umberto, «Epílogo». En: Nunberg, Geoffrey (compilador). *El futuro del libro. ¿Esto matará eso?* Ed. Paidós, Barcelona, 1998; págs. 312-313. Las cursivas son nuestras.

⁽³⁾ Op. cit.; pág. 306.

⁽⁴⁾ Cortázar, Julio, *Historias de cronopios y de famas*. Ed. Minotauro, Buenos Aires, 1964; pág. 71.

⁽⁵⁾ Vacchieri, Ariana (compiladora) *El medio es la TV*. La Marca Editora, Buenos Aires, 1992; pág. 6.

⁽⁶⁾ Sartori, Giovanni, *Homo videns. La sociedad teledirigida*. Ed. Taurus, Madrid, 1998.

⁽⁷⁾ Sarlo, Beatriz, *Escenas de la vida posmoderna. Intelectuales, arte y videocultura en la Argentina*. Ed. Ariel, Buenos Aires, 1994; págs. 87 y 82.

⁽⁸⁾ Sarlo, Beatriz. *Instantáneas. Medios, ciudad y costumbres en el fin de siglo*. Ed. Ariel, Buenos Aires, 1996; pág. 235.

⁽⁹⁾ Walter Benjamin ha considerado que, si bien siempre la obra de arte ha sido «susceptible de reproducción», a comienzos del siglo XIX su técnica alcanza un grado totalmente nuevo con la litografía: «Con la litografía, la técnica de la reproducción alcanza un grado totalmente nuevo. El procedimiento, mucho más preciso, que distingue la trasposición del dibujo sobre una piedra de su incisión en taco de madera o de su grabado al aguafuerte en una plancha de cobre, dio por primera vez al arte gráfico no sólo la posibilidad de poner masivamente (como antes) sus productos en el mercado, sino además la de ponerlos en figuraciones cada día nuevas. La litografía capacitó al dibujo para acompañar, ilustrándola, la vida diaria. Comenzó entonces a ir al paso con la imprenta. Pero en estos comienzos fue aventajado por la fotografía pocos decenios después de que se inventara la impresión litográfica.» V. Benjamin, Walter. *Discursos interrumpidos I*. Ed. Taurus, Madrid, 1989; pág. 18.

En suma: la fijeza y la inmutabilidad del texto impreso forman parte de su esencialidad.

En el caso específico del diario, tal fijeza no significa perdurabilidad, ya que su vigencia «expira» cotidianamente, al ser reemplazado por su sucesor, el cual también seguirá su misma suerte al día siguiente. Desde la ficción literaria, Julio Cortázar ha mostrado elocuentemente el circuito que sigue un diario al cabo de un día: quien lo compra, lo lee (es un diario) y lo deja abandonado en un banco de plaza (el diario ya es un montón de hojas impresas); un segundo individuo lo toma y lo lee, para dejarlo nuevamente abandonado; por último, una anciana lo encuentra, lo lee y envuelve con sus hojas medio kilo de acelgas, «que es para lo que sirven los diarios luego de estas excitantes metamorfosis.»⁽⁴⁾

Las propiedades puntualizadas, que en la actualidad cuestionan las diversas variantes del texto electrónico, han seguido sustentando hasta hoy el discurso de la prensa escrita, sin que ni la radio ni la televisión logran desplazarlo.

La imagen en la página del diario

Es un lugar común, pero no por ello menos cierto, la consideración del fin de este siglo como una época signada por la imagen, y, más precisamente, por la imagen percibida, «mediada», a través de los medios y las nuevas tecnologías. «Videocultura», «iconosfera»: son términos acuñados para dar cuenta de la situación iniciada, en buena medida, por la televisión, la cual, como dice Ariana Vacchieri, «nació maldita». Fue criticada desde sus orígenes por diversos sectores, pero esa crítica se complejizó a partir de los años 80: «La televisión se sofisticó y obligó a la crítica y a la teoría a complejizarse con ella. Actualmente estudiar la televisión es también, necesariamente, estudiar el video, el satélite, el videocable, los videotextos, los videojuegos, el videoclip; es decir, todas aquellas tecnologías que tienen a la televisión como soporte. Es estudiar una videocultura.»⁽⁵⁾

A su vez, Giovanni Sartori, por ejemplo, alerta sobre algo que la televisión genera: la sustitución del homo sapiens, con capacidad simbólica y cognoscitiva, con competencia para la abstracción, por el

homo videns, atrofiado y restringido a un conocimiento por contacto (perceptual) y sin capacidad de simbolizar y abstraer.⁽⁶⁾

Por otro lado, Beatriz Sarlo considera que «la sociedad vive en estado de televisión», dentro de una mimética «cultura espejo» donde todos pueden reconocerse y donde la TV es un «espacio mítico» y «al mismo tiempo próximo».⁽⁷⁾ En otro lugar, señala con un dejo de ironía: «Destrezas del futuro: sin duda, la posmodernidad es la etapa de la alfabetización mediática, por encima de la alfabetización de la letra.»⁽⁸⁾

Lo que interesa subrayar, en todo caso, es una coincidencia generalizada en la crítica respecto de que existe una crisis vinculada con los modos y las formas de representación.

La imagen como tal acompañó al ser humano desde sus orígenes y cumplió funciones estéticas, informativas, memotécnicas y religiosas en diversas culturas y civilizaciones.

Con la aparición de la imprenta, a partir del Renacimiento, y la progresiva generalización del libro como objeto de propagación cultural, comenzó a tener un lugar junto a la escritura, de la que era dependiente, ya que funcionaba como una «ilustración» de lo verbal. Se va así abriendo tímidamente paso en el mundo de la escritura y del texto impreso signado por la palabra.

Finalmente, el siglo XX le da la posibilidad de expandirse y tener validez independiente a través de la generalización de la fotografía y el cine, y la posibilidad de su reproducción técnica.⁽⁹⁾ A partir de allí, la imagen eclosiona mediante la televisión y sus derivados y todas las formas del texto electrónico (video, hipertexto, CDROM, Internet, la realidad virtual, etc.).

La imagen se abre paso a múltiples usos, se abre camino en un mundo signado por la cultura de la letra impresa, pasando así de un mundo simbólico a otros signos más naturales, a un mundo de representaciones perceptuales. En él parecería tener menos cabida la letra impresa, el prestigio de la escritura. Al mismo tiempo, surgen nuevos modos y formas de lectura, y una profusa bibliografía destinada a reafirmar la escritura y la lectura del código verbal: al respecto, no parece casual en la actualidad la publica-

ción de diversas obras referidas a la problemática y la historia de la lectura.

Las fotos en el diario

Paulatinamente, la página de prensa comienza a incluir la fotografía. A partir de los ochenta, por lo menos en la Argentina, la foto cobra verdadero protagonismo. Las primeras planas aparecen con fotos de grandes dimensiones, ahora en color, en detrimento del texto verbal, que se ve restringido o es enviado hacia páginas interiores. En los últimos años, además, la fotografía digitalizada ha facilitado también la circulación y la llegada a los medios gráficos.

Las fotos aparecen compitiendo con la letra y se llega a una especie de «equilibrio inestable» a través de las diversas relaciones y tensiones que se establecen entre lo icónico y la escritura, en una verdadera renegociación de los dos lenguajes con una finalidad informativa. Como lo explicita Lorenzo Vilches, quien realiza la conexión e integración icónico verbal es el propio lector a través de inferencias que se realizan en el acto de la lectura y que responden al desarrollo de competencias lectoras: «La conexión entre texto escrito y fotografía es más compleja que la de una simple funcionalidad comunicativa y se relaciona con las competencias tanto icónicas como verbales que, en un caso el redactor y en otro el lector, ponen en juego a través del diario». Y más adelante: «Tanto el texto icónico como el texto escrito poseen las competencias para ser realizados en un discurso coherente desde el punto de vista informativo. Pero quien realiza esa 'performance' indispensable es sólo el acto dinámico de lectura porque la conservación de una competencia no significa que se aplique correctamente.»⁽¹⁰⁾

Desde su lugar de «puesta en escena de la noticia» y «certificado de veracidad»⁽¹¹⁾, la fotografía de prensa puede desempeñar múltiples funciones, muchas veces no excluyentes, sino complementarias. Algunas de ellas son las que siguen:

-Información: la propia foto es noticia. Sustitución de lo verbal por la imagen.

-Documentación: certificación de veracidad de la información. La foto como prueba.

-Contextualización: sitúa a un personaje, una acción, un contexto histórico, social, etc.

-Ilustración: simple «glosa icónica» y espejo de lo escrito, es redundante desde el punto de vista informativo; en otros casos, actúa como ornamentación para romper la monotonía del texto verbal.

-Descripción: muestra detalles y características de un personaje, de un suceso o de un ámbito.

-Narración: la narración o relato es reemplazada total o parcialmente por una imagen. En este último caso, la imagen puede corresponder a la apertura del relato -por ejemplo inicio de un viaje- o a su desarrollo -generalmente «ilustran sobre el momento principal del acontecimiento en el cual el protagonista se convierte en su propio rol».⁽¹²⁾ En cuanto a las imágenes de clausura narrativa -las más frecuentes-, se refieren a los efectos o consecuencias del acontecimiento.

-Complementación: la foto complementa la imagen, mostrando un aspecto no mencionado, obviado en el texto verbal.

-Anticipación: la foto actúa como primer impacto noticioso -por ejemplo, en las primeras planas, anunciando un suceso y remitiendo al texto verbal en páginas interiores-.

-Metáfora: a veces puede sustituir y aludir indirectamente, a través de asociaciones, al verdadero significado que se le pretende atribuir. Con frecuencia se acude, en estos casos, a operaciones de foto-montaje.

Además de las posibles relaciones y negociaciones entre la imagen y el cuerpo textual verbal del diario, hay una relación peculiar más directa e interactiva, entre la foto y el pie de foto, constituyendo así un texto mixto. Este microtexto hace saber cuál es el contenido informativo de la imagen, generalmente la explica y la «ancla» verbalmente, indicando lugar, tiempo y personas.

Lorenzo Vilches, a partir de Newhall⁽¹³⁾, comenta e ilustra una posible clasificación de algunos tipos de leyenda tópicos de la foto de prensa, entendiendo por tales, a veces, textos de cierta extensión acompañados de imágenes⁽¹⁴⁾:

-Leyenda enigma: una frase sin relación con el texto central, lo que provoca una particular secuencia

⁽¹⁰⁾ Vilches, Lorenzo, *Teoría de la imagen periodística*. Ed. Paidós, Barcelona, 1987; págs. 71-72 y 74.

⁽¹¹⁾ *Ibídem*; pág. 91.

⁽¹²⁾ *Ibídem*; pág. 218.

⁽¹³⁾ Newhall, Nancy, «La legende: L'interrelation des mots et de la photographie». En: *Les cahiers de la Photographie*. 2, 1952.

⁽¹⁴⁾ Vilches, Lorenzo, *La lectura de la imagen. Prensa, cine y televisión*. Ed. Paidós, Barcelona, 1986; págs. 193-196.

de lectura, que se inicia en la foto, sigue con el pie de foto y regresa nuevamente a la imagen, para finalmente acudir a la lectura del texto central y así poder desentrañar y explicar la leyenda.

-Leyenda miniensayo: texto más bien extenso, acompañado de una sola fotografía con la que forma una unidad autónoma.

-Leyenda amplificadora o retórica: es «un texto donde no se expone ni se cuenta nada, sino que salta sobre el acontecimiento para exponer una nueva forma de ver»,⁽¹⁵⁾ que surge de la combinación de las connotaciones existentes en el texto verbal y en la imagen. Este tipo particular muchas veces produce efectos humorísticos y satíricos o irónicos, mediante asociaciones o juegos de palabras.

-Leyenda narrativa: el relato es verbal-visual e integra al redactor y al fotógrafo en un texto común.

-Leyenda aditiva: propia de la fotografía documental y testimonial. Un texto autónomo, muchas veces ya existente, acompaña a la foto; sumados ambos, funcionan como un texto mixto.

Una línea interesante de estudio, en los medios gráficos argentinos, sería el análisis de la relación foto/pie de foto en sus distintas variantes, estilos y funciones.

También es dable destacar que confluyen en el texto periodístico otros mensajes visuales, desde los dibujos y caricaturas hasta la gráfica: «...Visual en su totalidad, la 'gráfica' -mapas geográficos, redes camineras, diagramas- es ampliamente 'arbitraria', lo que la define no es su visualidad, que comparte con muchos otros sistemas, sino su propia organización».⁽¹⁶⁾ Así caracteriza Christian Metz las distintas variantes de la representación gráfica, «la parte racional del mundo de las imágenes».⁽¹⁷⁾ La representación visual de la información, a partir de la computadora, es hoy frecuente no sólo en el mundo de la investigación, sino también en los periódicos.

El paratexto en el diario

En la evolución y el diseño del periódico, incidieron, sin lugar a dudas, desde mediados del siglo XX, la aparición y consolidación de los medios audio-visuales. El periodismo gráfico debió enfrentarse con

dos consecuencias interrelacionadas: la necesidad de competir en el mercado, captado en gran parte por la radio y la televisión, obliga a crear un producto más vendible y atractivo, más impactante visualmente, y al mismo tiempo responder a las nuevas formas de lectura y a un nuevo tipo de lector, el «homo videns», más integrado al mundo sensible de la imagen que al inteligible, más afecto a la información de los sentidos que a la abstracción y la conceptualización de la escritura. El diario, entonces, interesará no sólo por su contenido, sino también por su continente icónico-verbal (formato, tipografía, fotografías, uso del color, distribución textual, número de columnas, tapa, organización de titulares, ilustraciones, secciones, páginas, etc.).

«El aspecto de los periódicos -afirma M.R. García- está cambiando con rapidez, debido, en parte, a una mejor presentación, más espacios blancos, nuevos tipos, fotos de mayor tamaño, publicidad mejor distribuida y una nueva ola de creatividad gráfica».⁽¹⁸⁾ De esta manera, y sobre todo a partir de los ochenta, el periodismo escrito responde a la impronta de la visualidad, con sustanciales cambios en aspectos morfológicos, dando preponderancia al diseño y a la concepción gráfica general. Se pone énfasis en la forma de presentación, en la diagramación, en el modo como el lector ve y lee el diario, ya que para poder competir en el mercado necesita ser atractivo a la vista. Surge así el llamado «periodismo óptico», basado principalmente en la atención a cuatro factores: utilización de caracteres más legibles, empleo de fotografías informativas, aplicación del color y creación de nuevas secciones.⁽¹⁹⁾

Todos estos elementos paratextuales cumplen una función mediadora: contribuyen a facilitar la lectura y la comprensión, favorecen una mejor recepción y permiten, por medio de índices perceptuales, que el lector elabore estrategias de lectura y que hipoteticamente el tipo textual y las características de la información que luego leerá. Todo lector asiduo de un medio puede deslindar, a partir de estos aspectos formales -por ejemplo, de la ubicación, número de página, tipo de titulación, firma o no del texto, presencia o ausencia de fotos, recuadros, etc. -, si se trata de un texto de información, opinión, humorístico, un mensaje

⁽¹⁵⁾ Ibídem; págs. 192-194.

⁽¹⁶⁾ Metz, Christian, «Más allá de la analogía, la imagen». En: Metz, Christian y otros. *Análisis de las imágenes*. Buenos Aires, Barcelona, 1982; pág. 18.

⁽¹⁷⁾ Bertin, Jacques, «La gráfica». En: Metz, Christian y otros. Op. cit; pág. 215.

⁽¹⁸⁾ García, Mario R., *Diseño y remodelación de periódicos*. Pamplona, EUNSA, 1984. Citado por: Martín Aguado, J.A. *Lectura estética y técnica del periódico*. Ed. Alhambra, Madrid, 1987; pág. 19.

⁽¹⁹⁾ Ibídem; págs. 20-21.

publicitario, un editorial...En este sentido, todo lector cotidiano de un periódico crea una competencia particular que le permite ubicar con facilidad y discriminar la información que se le presenta.

Otra problemática que surge, ante estas cuestiones, es la de la relación existente entre información periodística y materialización de la información, lo cual permite analizar las incidencias y cambios entre las distintas formas de presentación y representación del contenido. Como plantea Nunberg, si bien no cambian las propiedades o la naturaleza de la información -fragmentación, uniformidad, cuantificabilidad-, sí lo hacen, influidas por su sintaxis y su forma material, las propiedades semánticas -objetividad, autonomía-, ya que éstas se relacionan con las estrategias de lectura y las competencias interpretativas de los consumidores.

La televisión y el diario

Más allá de la influencia obvia reflejada por la presencia de fotos, color y cambios tipográficos, que hacen que sobre todo las tapas o portadas del diario se metamorfoseen casi en revistas, tratando, quizás, de establecer un cierto paralelismo entre la página y la pantalla televisiva (luego, la pantalla de la computadora), la televisión tiene características discursivas propias que generan formas de lectura y ejercen su influencia en diseños y estilos del periodismo gráfico. Patrick Bazin, refiriéndose al posible impacto de la computadora en el lector, plantea una cuestión que podría aplicarse también a la televisión: al dejar de ocupar el texto impreso su posición central, al dejar de ser el objeto básico y único de referencia, se produce una reconfiguración centrada esta vez en el propio proceso de lectura. Proceso dirigido ahora hacia una politextualidad configurada por los textos de diferentes tipos -imágenes, sonidos, películas, bancos de datos, servicios de correspondencia o redes interactivas- que interactúan y se interfieren unos con otros. De esta interactividad progresiva y paulatina surge un nuevo modo de lectura: «una nueva dimensión (polimórfica, transversal y dinámica) que podemos denominar me-talectura».⁽²⁰⁾

Algunos rasgos del discurso televisivo permiten ser

referidos a la politextualidad y a la metalectura: por ejemplo, el fragmentarismo a que dan lugar los distintos programas en el continuum de la programación general, y, dentro de cada programa, las subdivisiones en unidades internas menores (los cortes publicitarios, los flashes informativos, adelantos de programación, anuncios de programación especial, mensajes solidarios, etc.). Esa discontinuidad y heterogeneidad tiene como contrapartida una continuidad indispensable para crear la unicidad e integración de la programación general de una emisora: el llamado macrodiscurso televisivo.⁽²¹⁾

Tal tensión fragmentarismo/unicidad también es observable en la estructura del diario, constituida por diversos tipos de cortes y trozos: secciones, suplementos, columnas, páginas; y, dentro de cada página, la multiplicidad de informaciones, descripciones de hechos diversos y acontecimientos que pueden leerse, y que, a veces, carecen de relación entre sí, pero que resultan homogeneizados en una misma presentación física, determinada por cánones periodísticos relativos al formato, la cantidad de columnas, las líneas.

Los textos aparecen condicionados, en muchos casos, por la diagramación y el espacio. Junto a la segmentación formal, en el diario se presenta una segmentación temporal, originada en su propia esencia y funcionalidad: «Todos los procesos históricos deben servirse como acontecimientos de inmediato significado diario, que ocurre cada uno en un único lugar; las universalidades o generalidades se presentan sólo en el contexto de sus manifestaciones particulares como 'noticia'».⁽²²⁾ Esta segmentación resulta contrapuesta, complementada y morigerada por las secciones, las remisiones a otras páginas y los editoriales, que actúan como elementos cohesivos y dan coherencia al discurso periodístico.

La fragmentación se vincula con la heterogeneidad textual, con la politextualidad: pueblan sus páginas editoriales, noticias, crónicas, entrevistas, cartas al director, publicidad, crítica de espectáculos o bibliográfica, tiras cómicas, información de servicios, comentarios, ensayos, informes. Esta politextualidad y heterogeneidad también se advierte en la televisión, donde muchos programas -por ejemplo, los noticie-

⁽²⁰⁾ Bazin, Patrick, «Hacia la metalectura». En: Nunberg, Geoffrey (compilador). *Op.cit.*; pág. 158.

⁽²¹⁾ González Requena, Jesús, *El discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad*. Ed. Cátedra, Madrid, 1992.

⁽²²⁾ Nunberg, Geoffrey, «Adiós a la era de la información». En: Nunberg, Geoffrey (compilador). *Op.cit.*; pág. 123.

ros- abordan variedad de textos y géneros. En ambos medios, los géneros se fusionan y se hibridizan, y llegan a producir, a veces, una falta de límites entre información y opinión.⁽²³⁾

En suma, ambos medios, la televisión y el diario, exhiben así la tensión fragmentarismo/unicidad a través de segmentos discretos que, simultáneamente, buscan la integración en un macrodiscurso que los contenga: la programación total de un canal o la totalidad del diario.

Otros puntos de contacto que podrían establecerse tienen que ver con la espectacularización de la información, hecho que se magnifica más aún en la televisión. Como plantea Sarlo, el efecto de mostración lleva al medio a tener el show como «estilo marco», inclusive, para el noticiero, con su mezcla genérica o para los programas de opinión. El lema de «*Hora Clave*», el programa de Mariano Grondona, por ejemplo, es «Un espectáculo para pensar», con lo que se intenta marcar dos cuestiones: una, el común denominador de la televisión, el show, pero, simultáneamente, el indicio diferenciador que señala el componente «pensar». De ello se infiere que, si este show conduce a la reflexión, los demás son solo mostración e impacto de imagen.

En cuanto a los medios gráficos, como ya se ha dicho, logran ese efecto a través del protagonismo fotográfico, de las fotografías de grandes dimensiones, o de tapas «de llamada» que producen desde lo perceptual, un fuerte efecto receptivo.

Y, en lo que atañe a la relación entre texto verbal e imagen en los programas televisivos, quizás el género más apropiado para cotejar con la prensa sea el telenoticiero, donde, como plantea Oscar Landi, la imagen autentifica el discurso lingüístico y le otorga verosimilitud, es decir, cumple con las funciones básicas que también se presentaron oportunamente para el medio gráfico.⁽²⁴⁾

Finalmente, interesa referirse al zapping como forma de lectura interactiva del televidente. La fragmentación, la velocidad y la heterogeneidad propias del medio han generado en el telespectador una nueva forma de lectura o de metalectura y de organización del discurso televisivo, con cierto parentesco con el videoclip, generada por el control remoto, al que

Sarlo llama «máquina sintáctica», por cuanto otorga al espectador el poder de realizar y ejercitar un montaje personalizado. La ensayista ha hecho una excelente caracterización de esta estrategia: La instantaneidad, la rapidez, la sucesión ininterrumpida de imágenes reiteradas y redundantes que limitan la información pero que, al mismo tiempo producen «un efecto de información»; la modificación sufrida por el medio a partir del zapping: de ser hace medio siglo «una atracción basada en la imagen se ha convertido en una atracción basada en la velocidad». Estética del parpadeo, saturación de imágenes, reiteración, heterogeneidad y uniformidad, instantaneidad, yuxtaposición y adición son algunas de las cualidades del zapping.⁽²⁵⁾

Página-mosaico, troceada, interrumpida, salteada, con grandes titulares y fotos «espectaculares»: esta vez no es un zapping creado por el lector. El diario le es dado objetivamente con una estructura impresa, con una territorialidad zapping, para que él, sí, utilice la misma estrategia: ojear, hojear, barrer los titulares y tener así el «efecto de información» casi con el solo mirar. Pero también, convengamos, el diario permite la selección y el abordaje en profundidad de artículos que realmente proporcionen al lector la información y le posibiliten la reflexión.

Por otra parte, en estos entrecruzamientos entre medios y lenguajes, habría también una cuestión interesante por mencionar: el deseo de la prosa periodística, por impronta de la imagen, de volverse icónica, de mimetizarse con los medios, a través de descripciones minuciosas de personajes y ambientes, o de titulares metafóricos, creadores de imágenes visuales o táctiles.

Finalmente, un aspecto de ineludible tratamiento es el impacto del texto electrónico, del hipertexto, en la cultura escrita. En este sentido, deberían cotejarse dos cuestiones.

La primera cuestión se refiere a los efectos en el medio gráfico tradicional: las consecuencias de la pérdida de bordes del texto, la desaparición del papel como soporte, el reemplazo de la lectura intensiva por la extensiva, la interactividad que permite el cambio en las relaciones comunicacionales (queda borrada la comunicación diferida), la politex-tualidad y la coexis-

⁽²³⁾ La crítica a esta cuestión apareció en *La Nación*, en la sección «Espectáculos», el 7/3/ 99 con el título de «Los fiscales de la noticia»; allí se desarrolla en dos páginas la problemática de los noticieros televisivos de la televisión abierta: su descenso considerable en el rating señalado por una encuesta de Ibope, la reducción de programas de esta índole en cuarenta y cinco horas semanales, debido al levantamiento de varios informativos, y el desplazamiento de funciones de los conductores, quienes de informadores pasaron a editorializadores, con la consecuente conversión de la información en opinión. Al mismo tiempo, en algunos canales se dedica más espacio a problemas vecinales, a noticias policiales o a noticias de interés general, haciéndose escaso hincapié en la información política, para evitar, seguramente, los compromisos que puede ocasionar un año electoral.

⁽²⁴⁾ Landi, Oscar, «Mirando las noticias». En: Vacchieri, Ariana (compiladora). Op. cit.; págs. 78-82.

⁽²⁵⁾ Sarlo, Beatriz, «Capítulo II. El sueño insomne». En: *Escenas de la vida posmoderna. Intelectuales, arte y videocultura en la Argentina*. Op. cit.; págs. 57-105

tencia de diversos lenguajes, la funcionalidad verbal-visual-sonora, etc. Por ejemplo, cómo adquieren características «hipertex-tuales», de página-pantalla, algunos medios, con especial énfasis en lo visual. El caso paradigmático es el periódico norteamericano «USA Today» que presenta una organización gráfica de tapa con rasgos morfológicos cercanos al texto electrónico. En nuestro medio, se advierten algunos elementos significativos: así, en *Clarín* hay profusión y variedad de colores, una importantísima presencia de fotos, dibujos, mapas e indicadores icónicos climáticos, y de infografías (respecto de las infografías, véase el apartado siguiente). La página, sobre todo la portada, presenta rectángulos semejantes a los de la pantalla multimedia, con pequeños dibujos o fotografías que visualmente se asemejan a los botones icónicos de la computadora.

La segunda cuestión por abordar sería el estudio de las versiones de la prensa «On-line» y sus relaciones con la prensa tradicional; por el momento, se advierte el proceso inverso al que hemos descrito: el periodismo electrónico copia más bien formatos y estilos, mimetizándose con el periodismo gráfico.

La síntesis discursiva: la infografía

Como otra manera de dar respuesta a los nuevos hábitos de lectura visual rápida y debido a la posibilidad generada por computadoras de producir gráficos en el tiempo requerido por el diario, aparece, en los noventa, en los diarios argentinos, una nueva técnica, un nuevo modo de presentar la información que es, simultáneamente, un nuevo género periodístico gráfico: la infografía.

Si bien surge en los tabloides norteamericanos, llega a la Argentina por otra vía: «Sin embargo, la explosión infográfica en nuestro país tendría otro origen. A comienzos de los '90, ante los juegos olímpicos de Barcelona y contrariando la tradición iconoclasta de la mayoría de los diarios europeos, los tabloides españoles, que escribieron con ímpetu moderno el capítulo del posfranquismo, darán rienda suelta a las imágenes y lograrán hacerse ver en otros contextos. Las áreas deportivas y de lectura distendida -suplementos de fin de semana, revistas dominicales- son

el escenario de este nuevo lenguaje que se impone como modelo de lectura moderna.»⁽²⁶⁾

Este «nuevo lenguaje» es sincrético: heredero directo de la gráfica tradicional -tablas, mapas, cuadros y de la historieta, combina e integra códigos icónicos con el código verbal, con el objetivo de presentar sintética y visualmente una información amplia y precisa, «para lo cual un discurso verbal resultaría más complejo y requeriría más espacio.»⁽²⁷⁾

Si bien existen en libros y revistas infografías de otra índole -las llamadas «ilustrativas»- relativas a cualquier temática más universal y atemporal, la infografía periodística de actualidad inmediata reviste otra funcionalidad. Permite presentar gráficamente información imposible de fotografiar: un accidente de aviación o de tránsito, un atentado, un asalto a un banco, un crimen, etc. En algunos casos, si existen fotografías sobre las consecuencias de un hecho, también son incluidas junto a su reconstrucción narrativa.

La infografía, como nueva narración visual periodística, como relato sintético para mirar, combina el diseño, la ilustración y lo verbal con la rigurosidad informativa del periodismo, sin descuidar la dimensión estética, fraccionando, secuenciando y a la vez cohesionando y unificando una información. Por eso, esta forma, producto de la videocultura y de los videolectores, abre un nuevo espacio para el desarrollo del estudio de los lenguajes en la prensa gráfica.

Conclusiones

1. La aparición de nuevos medios y tecnologías sustentadoras modifica la relación de fuerzas entre los mismos, creándose interacciones, préstamos y nuevas fisonomías, producto de las diversas tensiones y asociaciones entre los lenguajes.

2. En esa interacción se produce un doble movimiento: a) de diferenciación, que busca la profundización de los rasgos idiosincrásicos o nuevas vías, pero partiendo siempre de la potenciación de su identidad; b) de mimetización con el medio masivo más novedoso, tomando rasgos o buscando sustituciones o equivalencias.

3. En el caso de la prensa gráfica, surgieron en su momento como nuevas vías de profundización el

²⁶⁾ Lo Celso, Alejandro, «De oficio, infógrafo». En: *Revista Tipográfica*. Buenos Aires, Nº 40; pág. 11.

²⁷⁾ Colle, Raymond, «Estilos o tipos de infógrafos». En: *Infografía periodística*. <http://www.puc.cl/cursodist/infograf/texto/igraf6.html>

periodismo interpretativo, el periodismo de investigación y el nuevo periodismo. En cuanto al movimiento de asimilación de la cultura audiovisual, se advierten rasgos como la importancia en el diseño y la diagramación, la proliferación de la imagen y la gráfica, es decir, la sustentación en un fuerte aparato paratextual, hoy sobredimensionado.

4. Puede advertirse una correlación o correspondencia entre propiedades y características del medio televisivo y electrónico y la prensa gráfica: fragmentación/integración, espectacularización, hibridación genérica, adecuación a nuevas modalidades lectoras, búsqueda de televidentes/lectores más particularizados, a través de la televisión por cable y, en el caso de la prensa, mediante ediciones especiales, revistas, secciones de páginas especiales que

cada vez cobran mayor amplitud, para, al mismo tiempo, responder a las demandas de mayor cantidad de consumidores.

5. Como forma propia de la videocultura, en su carácter de narración sincrética y sintética, la infografía abre un nuevo campo y una nueva relación de fuerzas entre los lenguajes en la prensa gráfica.

ACLARACIÓN: El presente trabajo retoma y amplía aspectos ya abordados en uno anterior. V. Sanucci, María Elena. «A propósito de la prensa escrita. ¿ocaso o renacimiento?» En: *Oficios Terrestres*, Año 1, N°1, 1995; págs. 62-67.

(*) *Docente e investigadora de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP*

El impacto de las nuevas tecnologías sobre los medios de comunicación y el ejercicio del periodismo, constituye una temática de análisis e investigación que en los últimos tiempos es abordada en los ámbitos académico y profesional con distintas y controvertidas miradas.

Entre esas diversas ópticas, tomando como eje la profesión, dos autores han lanzado una afirmación aparentemente categórica: «El periodismo está en vías de extinción».

¿Provocación? ¿Profecía fatídica? ¿Hipótesis? Muchos pueden ser los interrogantes que despierte esta aseveración, pero de una u otra forma provoca reflexiones que no pueden pasar desapercibidas a quienes estudian, investigan y trabajan en periodismo. Dada la controversia y la discusión que el tema genera, la intención es presentar en estas líneas las posturas y los pensamientos expuestos por José Luis Martínez Albertos e Ignacio Ramonet.

El Ocaso del Periodismo

José Luis Martínez Albertos, Catedrático de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid, Director del Departamento de Periodismo I (Análisis del Mensaje Informativo), en su último libro *El Ocaso del Periodismo* parece no tener dudas: «La galaxia Marconi está derrotando en todos los frentes a la galaxia Gutenberg. Y en este enfrentamiento con derrota ya prevista, los periódicos impresos no van a ser una excepción. Incluso me atrevo a formular una fácil profecía: la prensa escrita, especialmente los diarios, desaparecerá mucho antes que los libros (...) No sólo desaparecerán los diarios impresos, los periódicos convencionales que conocemos y amamos. Probablemente también desaparecerá con ellos el periodismo».

Detrás de la contundencia de su afirmación, Martínez Albertos, nos presenta un desafío reflexivo y nos plantea su preocupación académica y científica actual:

«Busco ver, estudiar, adivinar, en la medida que se pueda, si en este momento esta actividad, esta técnica social llamada periodismo, con la invasión

El periodismo: ¿una técnica social en peligro de extinción?

de las nuevas tecnologías, tiene mucho futuro, o al revés, puede ser una actividad de enorme prestigio, benemérita a lo largo de sus cien años, pero condenada a desaparecer como ha sucedido con otras técnicas de trabajo a lo largo de la historia».

En el prólogo de su libro *El Ocaso del Periodismo*, editado en Barcelona a fines de 1997, sostiene que «los periodistas han perdido el horizonte de su oficio». En realidad, según él mismo advierte, esa idea surge de un pensamiento del escritor Gabriel García Márquez manifestada en la 52ª Asamblea de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP) celebrada en Pasadena (California) en los primeros días del mes de octubre de 1996 y que tuvo una amplia difusión en España a través de un extenso artículo publicado por el diario El País.

Para el catedrático español, «el texto es sugerente como suele ser lo de Gabriel García Márquez, un poco diríamos, caótico, donde aborda muchas cosas. Parece que su principal objetivo era hacer un canto a los modos de reporterismo. Más que en el campo de la tecnología, está centrado en el campo del periodismo de investigación, y echa en falta determinado modo de romanticismo, de comportamientos muy humanistas, podríamos decir, de otras épocas, y que cada vez se van perdiendo y que va dando pie a un tipo de profesional muy tecnificado, que a lo mejor domina muy bien las teclas y los botones, pero que luego escribe con faltas de ortografía y sobre todo tiene grandes defi-

María Angélica Gómez
y Analía Elíades (*)

ciencias en el campo de la construcción sintáctica de las oraciones.

Es un texto sugestivo, nostálgico, y un poco demodé, pero tiene unas consideraciones en el campo de las tecnologías que a mí me venían bien porque, de alguna manera, conectaban con lo que era mi planteamiento, y en ese sentido lo aproveché. Pero no sería justo atribuir a Gabriel García Márquez la denuncia de que el periodismo va a quedar aplastado como consecuencia de la tecnología, aunque es cierto que él dice 'Los periodistas se han extraviado en el laberinto de una tecnología disparada sin control hacia el futuro..'.».

El impacto tecnológico que afecta a la actividad informativa y al concepto mismo de periodismo se constituye en el centro de análisis de Martínez Albertos, para quien el marco de abordaje temporal de la actualidad no alcanza y es necesario presentar conjeturas sobre el futuro: «como consecuencia de la implantación progresiva de la tecnología, tenemos dos realidades, que a mí me parecen obvias, que ocurrirán en los próximos años. Por un lado la desaparición de los periódicos impresos. Si no una desaparición al cien por ciento, una desaparición muy considerable. De tal manera que el periódico impreso va a ser una especie de dinosaurio, un vestigio de prestigio cultural, pero reducido a unas tiradas pequeñas, a unas élites muy claras en cada una de las comunidades. Hay unas técnicas que ya existen que se llaman las PIAS,⁽¹⁾ que son una especie de calculadora de bolsillo, con una pantalla ligeramente más grande, a la que se puede en cualquier momento acudir a buscar cualquier noticia de las que pueda suministrar un banco de datos, con el cual se esté conectado por cualquiera de los procedimientos que existen ahora, sin necesidad de conectarlas a un enchufe.

Me parece que ésta es una de las previsiones, ojalá me equivoque, pero creo que se tiende por ahí. Aunque hay autores que dicen que ésta es una previsión absolutamente catastrofista, apocalíptica. No deja de resucitar aquella polémica que Umberto Eco adelantó en los sesenta, el enfrentamiento entre los apocalípticos y los integrados. La mía sería una visión apocalíptica, aunque para otros el periódico tiene más futuro, más destino.

Por otro lado, la previsión que quizá menos se entienda tiene que ver con el concepto de periodismo. Mi temor es no que desaparezca el periódico impreso, sino que también desaparezca, y esto resultaría mucho más peligroso, el concepto de lo que se entiende por periodismo. ¿Cómo razono este asunto? Parto de una idea muy estricta de lo que se debe entender por periodismo: es una actividad social mediante la cual unos profesionales actúan como intermediarios al servicio de intereses colectivos. Con la nueva perspectiva parece que los profesionales van a hacer otras actividades que no son precisamente las que venían siendo características del periodismo.

Hay aquí incluso tres niveles distintos en los que se establece la contraposición: la primera de las características del periodista es que es un mediador-codificador de mensajes amplios, es decir que no tiene un conocimiento especializado en el campo temático, sino que es un especialista en saber codificar mensajes, en saber dar esa forma necesaria para que el contenido se plasme en un mensaje a través de los medios de comunicación de masas. El proveedor de información, que sería el sustituto del periodista y al que no quiero llamarle periodista, es cada vez más un especialista temático en una cuestión, en un campo concreto, es el que elabora textos sobre temas de economía, de cultura, de deporte, de cualquier otro tema. La segunda característica del periodista es que actúa movido por criterios de interés general que son las cuestiones que afectan a bloques importantes de personas. Por su parte, el proveedor de información puede olvidarse del interés general, está actuando al servicio de clientes especializados, de clientes particulares en cada uno de los campos temáticos. La tercera característica es que el concepto de periodismo va unido a una visión, a un concepto, a una realidad social que llamamos cultura de masas. Los proveedores de información no conectan con la cultura de masas, sino que lo hacen con una cultura individualizada. Frente a la *mass communication* hay una *self communication*, la posibilidad de que cada persona pueda elaborar sus propios conocimientos y recibir aquellos mensajes que realmente le interesen, como consecuencia de esto, el periodista que es ahora ese intermediario mediático al servicio de grandes bloques de población se pierde,

Notas

⁽¹⁾ Se refiere a las tabletas electrónicas inteligentes conocidas por las siglas PIA (Aplicaciones de Información Portátil).

entonces, el nuevo profesional de la comunicación, el proveedor de información, tendrá otros objetivos, al servicio de intereses especializados, de clientes que pagan por ese servicio».

*El «Proveedor de Información»:
¿competidor o sustituto?*

El profesor español, nos presenta a un nuevo «profesional», a quien bautiza como «proveedor de información», que no es «periodista» pero que competirá y convivirá con él, aunque en distintos ámbitos de actuación.

«El proveedor de información puede actuar en tres niveles distintos, de menor a mayor dignidad. La más indigna de las actuaciones sería como un botón, al nivel del chico de los recados, como decimos en España, del mozo que transporta material que va a buscar en una biblioteca los archivos. Es la tarea sucia que hay en toda faena intelectual, buscar el material. Es el nivel más ínfimo, el menos destacado, el menos noble desde un punto de vista intelectual.

Puede actuar en un segundo nivel en el que actúan hoy por ejemplo las secretarías. Las secretarías no solamente hacen ese acarreo de papeles y de materiales, sino que también elaboran una serie de trabajos de cierta responsabilidad. No toman decisiones pero una buena secretaria puede preparar y hacer muchas actividades que liberan al intelectual, al investigador de todas esas tareas.

La tercera función que puede realizar un proveedor de información, la más noble desde el punto de vista científico, académico, incluso social, sería la de ser lo que somos los profesores universitarios, un tutor, un asesor del trabajo de investigación de la gente, de los clientes que actúan a través de los canales y los procedimientos tecnificados.

Digo que el proveedor de información no es un periodista, puede ser un botones, una secretaria, un director de tesis, pero ninguna de estas tres actividades es una actividad específica del periodismo.

El periodismo es otra cosa, es esa actividad que consiste en recoger datos, elaborar mensajes al servicio de un interés general, y que está indisolublemente unida a ese concepto sociológico que en-

tendemos por cultura de masas. Si esta desaparece, desaparecen los periodistas y aparece otro tipo de personaje, a lo mejor incluso más noble, más responsable, más benemérito que el propio periodista, pero ya no actúa en la cultura de masas, sino en una suma de culturas individualizadas.

La impresión que yo tengo es que durante cierto tiempo convivirán ambas manifestaciones culturales: la *mass communication* frente a la *self communication*. La cultura de masas cuyo pontífice y sacerdote litúrgico es el periodista y esa otra cultura individualizada, tipo de formación universitaria, cuyo pontífice sería el proveedor de información. Durante cierto tiempo pueden convivir y a lo mejor conviven durante muchísimo tiempo y no acaban matándose la una a la otra. McLuhan en su visión de las sucesivas etapas en la evolución de las comunicaciones señala que efectivamente las nuevas tecnologías acaban aplastando a las anteriores pero no lo hacen del todo, sino que incorporan elementos aprovechables de la etapa anterior.

Lo que yo estoy presentando apocalípticamente es una situación de disociación total, una especie de corte histórico: hasta aquí llega la cultura de masas, en el año 2.020, punto. Y a partir de aquí empieza la cultura individualizada de las nuevas tecnologías. Creo que ésto no va a tener lugar y puede haber un período de coexistencia largo, y cuando digo largo, pueden ser veinte, treinta, cincuenta años, y a lo mejor perdura, pero pienso que a la larga acabará imponiéndose la nueva cultura tecnológica al servicio de intereses individuales sobre la cultura tecnológica al servicio de intereses de masas».

Martínez Albertos reconoce que incluso el punto de vista inicial, el punto de partida de su estudio está imbuido de pesimismo y desazón y admite la desaparición del periodismo como inevitable: «Está claro que va a haber un período en el que haya elementos de una y otra cultura; pero puede que llegue un instante en que el corte se produzca de una manera efectiva, nunca radical, sino que irán perviviendo determinados elementos de la etapa anterior presentes con los elementos de la nueva etapa y habrá una presencia cada vez más mayoritaria, más significativa y más definitiva de los nuevos elemen-

tos. Los fenómenos propios de la cultura de masas en la cual hay que insertar el periodismo creo que tienden a desaparecer.

Hay también unos factores de carácter ideológico que corresponden al concepto de la posmodernidad, de la cultura posmoderna. El periodismo es un fenómeno típico de lo que es una mentalidad moderna, las nuevas tecnologías nos introducen dentro de una mentalidad muy distinta que es la mentalidad posmoderna, donde por ejemplo, y esto me afecta directamente, no se respetan las pautas estilísticas de los géneros, de los estilos y de los comportamientos acordes con una determinada norma. No existe el maestro y prácticamente en la mentalidad posmoderna ni siquiera existe el autor del texto, es una visión que desborda lo que es la pura realización, la pura plasmación de la personalidad del autor para introducirse en otras dinámicas muy curiosas.

También podría ir por ahí, es decir, que el periodismo es algo que tiene que ver con una mentalidad moderna, en la medida en que parece que la mentalidad moderna ha terminado y da origen a una nueva mentalidad donde no hay maestro, ni autoridades, ni géneros, ni pautas, sino que todo está metido dentro de una dinámica diferente, el periodismo tampoco tiene razón de ser. Soy un absoluto convencido y esta es la disciplina académica en la cual estoy trabajando hace muchos años, que todo periodismo tiene que estar asentado en el respeto a unas determinadas normas de comportamiento profesional, no porque sea un capricho de unos pretensiosos profesores que hemos dicho que ésto debe hacerse así, sino por una razón muy importante y es que del respeto de esas pautas estilísticas se deriva el respeto a la libertad de recepción de los ciudadanos y si no se respetan esas normas de codificación, el receptor que no sabe descodificar, está continuamente abocado a ser manipulado, a ser engañado, a ser llevado a aquellas conclusiones que no debe llegar. Como el derecho de la información es algo que corresponde no al sujeto profesional sino a los sujetos receptores o ciudadanos de una determinada comunidad, mientras que ellos lo deseen, tienen derecho a pedir que se escriba de acuerdo con unas determinadas pautas y la primera de esas pautas es que existe una manera de escribir sobre hechos comprobables,

lo que llamamos noticias y hay otra manera de escribir acerca de opiniones.

Esto me parece que todavía subsiste. Pero puede que llegue un momento en que se pierda, sería la implantación definitiva de la mentalidad posmoderna, entonces el periodismo, desde mi punto de vista, habría muerto de una manera total y definitiva. No descarto la posibilidad de que se siga llamando periodismo a este otro modo de comportamiento, así como en la actualidad se llama periodismo a determinadas manifestaciones en el mundo de la prensa escrita, radiofónica, televisada, que evidentemente no tienen en cuenta estas normas».

La pervivencia de los géneros

El autor de *La noticia y los comunicadores públicos* (1978) y *Curso General de Redacción Periodística* (1983) ha sido reconocido en el ámbito iberoamericano por su estudio y defensa de los géneros periodísticos. Quienes han leído y seguido desde la cátedra estos libros básicos podrán preguntarse sobre su pensamiento acerca de la vigencia o la pérdida de los géneros periodísticos ahora que anuncia el posible fin del periodismo.

«Mientras el periodista sea ese profesional que elabora mensajes para montones de gentes de acuerdo con unos esquemas, las tecnologías influirán en algún aspecto o en otro, pero sustancialmente se mantendrá la división en los dos grandes géneros: los relatos y los comentarios. Creo que las nuevas tecnologías no van a influir demasiado, sino que se seguirá trabajando en esta doble vertiente, con posibilidades de que haya en el campo del relato algunas manifestaciones nuevas que aún no acabamos de ver.

Las nuevas tecnologías sí que pueden modificar sustancialmente el trabajo, no de los periodistas, sino de los proveedores de información, éstos no trabajan con mentalidad de género sino que ofrecen paneles, bancos de datos, listines telefónicos, datos estadísticos, gráficos, ahí sí que puede haber un cambio sustancial, ya no hay géneros periodísticos, sino simplemente material informativo.

El género periodístico supone una construcción literaria de mayor o menor importancia. Esa cons-

trucción prácticamente no existirá o será reducida al mínimo. También hay una construcción literaria en la cartelera de espectáculos del periódico *ABC* o *El País*, en la lista de conferencias que se darán esta tarde, en el listado de difuntos del día, pero no es eso un género periodístico».

Mientras convivan los periodistas y los proveedores de información, puede ser que el límite entre la actividad que están realizando sea demasiado estrecho ¿Cómo evitar que el profesional caiga en la tentación de creerse periodista cuando, en realidad, es nada más que un proveedor de información? Martínez Albertos expone su teoría.

«El cambio se irá produciendo poco a poco y sin darse cuenta, el profesional irá evolucionando de una forma u otra. En relación a este tema muchos me preguntan ¿cómo se explica que siendo usted profesor de periodismo, sea profesor de una técnica de trabajo que usted dice que está condenada a desaparecer? Y yo doy mi explicación: en primer lugar, porque a lo mejor si tenemos una conciencia reflexiva de lo que es el periodismo, podemos evitar, demorar o aplazar la hora de su muerte, y en segundo lugar, es necesario clarificar los objetivos y las técnicas sociales, y que no confundamos las actividades, de la misma manera que hoy día sabemos claramente dónde termina el periodismo y donde comienza la publicidad.

Si tenemos una idea muy clara y muy rigurosa de lo que es el periodismo, puede que en algún momento podamos decir, aunque solamente sea desde una perspectiva histórica, el periodismo llegó hasta aquí, y a partir de este momento empieza la invasión de las nuevas técnicas de trabajo profesional y el periodismo va desapareciendo y se convierte en una técnica residual que cada vez practica menos gente. A partir de este instante, habrá determinadas personas que llamándose periodistas, sin embargo no lo sean, sino que trabajen con una mentalidad distinta. Esto dará origen a una polémica, a un debate en los colegios profesionales, asociaciones de la prensa, en cualquier tipo de corporación de derecho público o privado que cobije, proteja o defienda los intereses profesionales. Estos son los que en primer lugar deberán plantear la discusión. Así como durante cierto tiempo se debatía en los colegios profesionales de periodistas

sobre la gente que trabajaba en los gabinetes de prensa. El trabajo en una oficina de prensa no es el ejercicio profesional del periodismo, sino una operación de relaciones públicas al servicio de la empresa que paga ese gabinete, que implica a muchísima gente con titularidad académica de periodista, incluso con una mentalidad inicial de periodista. ¿Cuál es el defecto? Pues que los mensajes que elaboran estos seudoperiodistas no son mensajes periodísticos. Un mensaje periodístico, por definición, es ese mensaje no intencional donde el periodista se distancia de su propio mensaje. Se agota en su propia difusión. Mientras que todo mensaje de relaciones públicas, como de propaganda o de publicidad, es interesado y busca provocar una respuesta favorable. Los gabinetes de prensa tienen siempre una finalidad interesada, que los mensajes vayan con aquella línea que le interesa a la empresa patrocinadora y propietaria. En España, en las asociaciones y colegios de periodistas están mezclados tanto los periodistas como la gente que trabaja en los gabinetes de prensa ¿Eso es bueno o es malo? Creo que es malo desde el punto de vista de lo que debe ser la debida clarificación intelectual del oficio, del trabajo, de la profesión. Pero es difícil evitar que esto suceda y creo que con el campo de los proveedores de la información, está pasando lo mismo».

¿Derrota prevista?

La pesadumbre que inevitablemente generan estas reflexiones no están exentas de provocación, y a la vez se presentan como una alerta, un llamado a la defensa de una de las instituciones básicas de la sociedad democrática.

«No se puede negar que el periodismo ha rendido a la sociedad una enorme cantidad de ventajas, de elementos positivos, sobre todo en el campo de la política. La democracia no se explica sin ese fenómeno de la cultura de masas que es el periodismo. A mí no me gusta la expresión «el cuarto poder» porque induce a errores, pero sea un cuarto poder, o un contrapoder, o como a mí me gusta llamarle el perro guardián, el *watch-dog* de las instituciones, tiene unos méritos históricos enormes. Probablemente no

haya nada en la historia de la humanidad que haya contribuido a salvaguardar la pureza de las instituciones y los mecanismos democráticos como el periodismo. Posiblemente el papel de los periodistas pierda importancia en lo sucesivo, en lo político, para que una vez el periodista convertido en proveedor de la información, vaya a trabajar en otra línea no política sino técnica, científica, cultural.

Pero si todos se dedican a ser proveedores de información no habrá perro guardián, por eso creo que durante cierto tiempo habrá una coexistencia entre éstos y los periodistas residuales. Pero habrá una mortandad enorme de periódicos. La labor del *watch-dog* no tendrá por qué ser a través del periódico, las emisoras de radio o de televisión sino que será posible realizarla a través de los medios digitales.

Cuando aparece el periodismo alrededor del año 1850 asume dos papeles o funciones importantes: transmisión de los datos de interés y defensa de las instituciones. En primer lugar, proveedor de datos esenciales para la supervivencia, la transmisión de noticias y en segundo lugar, el estar mordiendo a todos aquellos que por un elemento u otro se dejan corromper. ¿Este ha cumplido su papel histórico ya? Me temo que sí, pero aparecerá otra cosa que quizá no sea el perro guardián como lo conocemos hasta ahora, pero creo que habrá una serie de procedimientos por los que se siga estableciendo ese control que hay que tener constantemente sobre los poderosos para evitar que se envalentonen y aplasten a la gente. Estos perros guardianes tendrán otra mentalidad, realizarán su labor a través de la pantalla y por qué no a través de correo electrónico, o de páginas web de Internet. De hecho ya hay algunos intentos de llevar ciertas polémicas mundiales a una discusión a través de Internet. De todos modos, yo creo en los periódicos, en los periodistas, en los medios de comunicación, sobre todo en la prensa escrita. Estos pueden ver su trayectoria histórica con cierta satisfacción, han contribuido denunciando, criticando, depurando muchas de las cosas supuestas de la sociedad y ésto lo han hecho en la medida que adoptaron una actitud ácrata».

En este contexto, si desaparece el periodismo y entonces los perros guardianes se manifestarán por

medio del correo electrónico o de páginas web o necesitarán de los medios tecnológicos para manifestarse, es crucial no olvidar ni dejar de lado los sectores que inevitablemente queden marginados de la tecnología: «Cuando hablamos de estos temas -señala Martínez- cometemos un gravísimo pecado social, los analizamos desde el punto de vista de lo que sucede en Europa y en otras sociedades desarrolladas.

Cuando me refería a que puede llegar un momento en que a través de los medios de difusión no haya periodismo, sino cuadros, gráficos, información temáticamente especializada en cada materia, pensaba en esos ricos que existen actualmente en el mundo que no necesitan echar mano de los periódicos para enterarse de lo que ocurre. Tienen acceso a bancos de datos por los procedimientos que sean y pueden tener al día toda aquella información que les interesa. Pero ésto, no deja de ser una circunstancia para sociedades privilegiadas y diríamos para personas privilegiadas en sociedades privilegiadas, como son Europa, América del Norte, y algunos sectores de América del Sur».

Una visión europea

«La visión que he tratado es la de estas sociedades privilegiadas donde algunas cosas ya son palpables, pero éstas, en el mejor de los casos, representan sólo una cuarta parte de todo el bloque de seres humanos que en este momento están en el mundo. Es cierto, estamos en una situación de egoísmo total y absoluto, estamos prefigurando y preparándonos para el futuro, pero exclusivamente desde la perspectiva de estas sociedades privilegiadas, donde estos problemas están planteados, y en cambio despreciamos olímpicamente, porque los ignoramos como si no existieran, a toda esa gente, a esos miles y millones de personas que están en África, en Asia, en algunos países de América, e incluso que están en los sustratos inferiores de las mismas sociedades europeas o de los países desarrollados americanos.

En este sentido, hubo un aldabón, el famoso debate que organizara la UNESCO sobre el nuevo orden mundial de la información y de las comunica-

ciones, el informe McBride que quedó en agua de borrajas, pero dejó algo positivo, la idea de que no se puede cambiar el futuro de la humanidad exclusivamente teniendo en cuenta los intereses, exigencias y necesidades culturales, políticas, etc. de las sociedades privilegiadas. Hay desigualdades que a medida que se avanza da la impresión de que son cada vez mayores.

El periodismo es el producto de dos coordenadas: una de la evolución tecnológica y la otra, de la evolución ideológica. Si la evolución tecnológica necesaria no ha existido, el periodismo es muy difícil. Pero sobre todo, si falta la mentalidad liberal que inspira el hecho de que el periódico pueda ser ese perro guardián, tampoco existe periodismo. Y entonces, si no existe el periodismo ¿cuál es el lamento que hacemos para esto?

Yo tengo fe en las capacidades inherentes del ser humano para encontrar siempre los recursos y los procedimientos que le permitan sobrevivir en circunstancias adversas. Si desaparecen los perros guardianes, aparecerá otra cosa. Si desaparece el periodismo, aparecerá algo distinto que pueda cumplir esos objetivos sociales de defensa del individuo frente a la acometida, al acoso de los poderosos».

En *La Información en una Sociedad Industrial*⁽²⁾ (1972) Martínez Albertos, hablaba fundamentalmente de la función social de la información y de la actividad periodística como fomentadora y organizadora del diálogo social. En principio, parece que esa afirmación no valdría en la actualidad. «Ese libro está inserto en lo que es la mentalidad liberal, de la cultura de masas, de sociedades industriales del papel del periódico como vigilante. En este momento, la sostendría como un desideratum, pero creo que es difícil planteárselo como una realidad, al menos por lo que está sucediendo. Insisto en que los medios de comunicación van a tener cada vez menos credo en la cultura de masas y más credo en otro tipo de cultura más individualizada, es obligatorio replantearse aquello que entendimos, deseamos y procuramos que fuera así».

De todas maneras, el catedrático español, desde su espacio académico y reivindicando el rol de la Universidad reconoce la existencia de pilares que

tendríamos que apuntalar para evitar el ocaso del periodismo: «Son necesarias una formación y una enseñanza donde los periodistas no sólo se eduquen técnicamente en el uso del lenguaje, de las tecnologías, de los medios, sino que haya también una formación de carácter ético, político, donde el periodista se impregne de valores profesionales y esté dispuesto a defenderlos, a luchar por ellos.

El peligro es que esto que estoy diciendo lleva consigo un grave riesgo de dictadura intelectual. Estamos implantando una especie de norma, de unidad, de cumplimiento sobre la base de una pauta ideológica que nosotros transmitimos. A lo mejor a las generaciones que vienen les parece que el papel de los periodistas es otro y que lo mejor es que desaparezcan.

A mí, este tipo de informaciones técnicas dirigidas a los periodistas me parecen siempre muy peligrosas, por eso resulta importante el sistema de autorregulación en el cual los periodistas deben ser quienes decidan mediante la discusión y un debate abierto, cuáles son los valores por los que están dispuestos a luchar. Para ello están los códigos de ética profesional, los cuales hasta ahora establecen el principio de que el periodista tiene que denunciar, luchar por la justicia, hacer una valoración crítica de la vida pública. Puede llegar un momento en que éstos sean cantos de sirena. A veces estos grandes principios teóricos, con el uso y el abuso terminan perdiendo significado.

Mi postura personal es que la solución estaría en un pacto general de periodistas y de docentes de periodismo en el que nos pusiéramos de acuerdo en cuáles son los objetivos sociales para enseñar en las cátedras de la universidad y para comprometerse en el ejercicio profesional en las redacciones y en los colegios profesionales. Es necesario establecer una coordinación para evitar que se enseñe una cosa y por el otro lado, la realidad sea distinta. Esta coordinación sería importante para lograr esa toma de conciencia generalizada de que el periodismo debe subsistir en esa doble función de transmisión de datos y de defensa de los valores de la comunidad.

Si esto que últimamente se llama la mentalidad posmoderna continúa, todo lo que estoy diciendo

⁽²⁾ Martínez Albertos, José Luis *La Información en una sociedad industrial. Función social de los mass media en un universo democrático*. Ed. Tecnos. Barcelona, 1972. Págs. 189 y 190.

no sirve absolutamente para nada. Porque ésta no acepta ningún principio dogmático, ya venga de autoridades o de pactos sociales establecidos. El principio fundamental posmoderno es la creación libre y espontánea de cada individuo para escribir textos de cualquier tipo».

La mecanización del periodista

Desde otro lugar, Ignacio Ramonet, Director, en París, del mensual *Le Monde Diplomatique* y del trimestral *Manière de voir*,⁽³⁾ en su último libro *La Tiranía de la Comunicación* dedica un capítulo especial al tema «Ser periodista hoy», y aunque en el mismo se adentra en otros aspectos que hacen al ejercicio del periodismo en la actualidad, desde el inicio mismo lanza la misma predicción, coincidente con la del catedrático español: «Si nos preguntamos acerca de los periodistas y de su papel en la actual concepción dominante del trabajo informativo, podemos concluir que están en vías de extinción. El sistema informacional ya no les quiere. Hoy puede funcionar sin periodistas reducidos al estadio de un obrero en cadena, como Charlot en Tiempos Modernos. Es decir, al nivel de retocador de despachos de agencia. Hay que ver lo que son hoy las redacciones, lo mismo en los diarios que en las radios y en las televisiones. Se ve a las celebridades que presentan los telediarios de la noche, pero se esconde a un millar de profesionales que tiran del carro. La calidad del trabajo de los periodistas está en vías de regresión, lo mismo que su status social. Hay una taylorización de su trabajo».

Para Ramonet, hoy «vivimos una doble revolución, de orden tecnológico y de orden económico. Quizá estamos a punto de experimentar en este momento lo que yo llamaría la segunda revolución capitalista. Produce una energía enormemente importante que cambia muchas cosas y modifica notablemente el campo de la comunicación y muy particularmente el campo de la información, en la medida en que supone una entronización del mercado de la globalización de la economía. Todo esto se encuentra en el propio núcleo de la situación descrita».

Esa doble revolución, produce, según este autor, impactos importantes sobre la información y su ca-

racterización siendo superabundante, extremadamente rápida y conceptualizada como mercancía. La propia definición de información se ha transformado y ya no se corresponde con la que se enseñaba en las Facultades de Periodismo y de Ciencias de la Información: «Hoy informar es esencialmente hacer asistir a un acontecimiento; es decir, mostrarlo, pasar al estadio en que el objetivo consiste en decir que la mejor forma de informarse es hacerlo directamente. Y esta relación es la que cuestiona al periodismo».

Periodista-Relaciones Públicas-Instantánea

Así como Martínez Albertos nos presenta a un nuevo y peligroso profesional, «el proveedor de información», Ramonet se orienta en otro sentido, el de «relaciones públicas» y advierte que «cada vez son más los periodistas que se van a ese refugio que constituye la comunicación en el sentido de «relaciones públicas». Una de las grandes enfermedades de la información hoy es esta confusión entre el universo de la comunicación y las relaciones públicas, y el de la información. ¿En qué se convierte, en este nuevo contexto comunicacional, la especificidad del periodista? Esta cuestión se plantea porque vivimos en una sociedad en la que todo el mundo comunica y donde todas las instituciones producen información».

También para Ramonet, la causa de la desaparición de la especificidad del periodista radica en el desarrollo de las nuevas tecnologías porque «a medida que las tecnologías de la comunicación se desarrollan, el número de grupos que comunican es mayor. Mayo del 68 no hubiera sido posible sin la fotocopiadora, por hacer un chiste. El fascismo no hubiera sido lo que fue sin los altavoces y los micrófonos, porque no se puede llegar sólo con la voz a mil personas a la vez. Son las tecnologías de la comunicación las que produjeron la explosión de las radios libres, o el fax. Hoy Internet hace que cada uno de nosotros pueda, si no convertirse en periodista, sí estar a la cabeza de un media. ¿Qué les queda como especificidad a los periodistas? Es una de las razones del sufrimiento de los media. Y, en particular, de la prensa escrita. Los media que se desarro-

⁽³⁾ Es necesario aclarar que Ignacio Ramonet, también se desempeña como profesor de Teoría de la Comunicación Audiovisual en la Universidad Denis-Diderot (París - VII), pero en el trabajo comentado centra su análisis desde el interior de los medios con una óptica basada en la profesión y su ejercicio.

llan son los ligados a tecnologías del sonido, de la imagen. E incluso cuando se sigue escribiendo, se hace sobre una pantalla».

Los tiempos actuales exigen otra respuesta a los periodistas, y es aquí donde el valor de la información depende, entre otros factores, de la rapidez con la que se difunda: «Si se tiene una información y se tarda un mes en emitirla, pierde mucho de su valor. Pero la pregunta es: ¿cuál es el grado de rapidez plausible? Hoy es la instantaneidad, y es evidente que la instantaneidad se presta a enormes riesgos. Si se analiza el término periodista desde este ángulo, puede ser considerado como el «analista del día», cuenta con ese lapso de tiempo para analizar lo que ha pasado. Se puede decir que es rápido si consigue analizar lo que ha pasado. Se puede decir que es rápido si consigue analizar lo que ocurre en un día. Pero hoy el ejercicio del periodismo es en directo y en tiempo real. Sin interrupción. Ya sea en la televisión o en la radio. La instantaneidad se ha convertido en el ritmo normal de la información. Un periodista hoy no debería llamarse periodista, debería llamarse «instantanéista». Pero analizar en el instante no se sabe hacer todavía. Y además no se puede hablar de análisis porque no hay distancia. Finalmente, el periodista tiene cada vez más tendencia a convertirse en un simple conducto. Es el hilo que permite empalmar el acontecimiento y su difusión. Y no tiene el tiempo de filtrar, de comparar, porque si pierde demasiado tiempo en hacerlo, los colegas le pisan. Y naturalmente esto se le reprocha».

Ramonet también vislumbra, pese a todo, una esperanza: «...hay que indagar en la propia información, en la comunicación. Es necesario que los media analicen el funcionamiento de los media. No pueden hacer como si creyeran que son el ojo que mira pero que no puede verse. Es verdad que el ojo ve y no se ve. Pero no puede aplicarse esta metáfora a los media porque no tienen esa posición de periscopio o de panóptico privilegiado. Todo el mundo les ve y todo el mundo sabe de una u otra forma que no son perfectos. Las gentes esperan que los media hagan su autocrítica, que se analicen a sí mismos. Del mismo modo que pueden ser exigentes respecto a otros sectores y profesiones, ¿por qué no

van a serlo respecto a sí mismos? Los medios de comunicación deben desarrollar, cada vez más, análisis sobre su propio funcionamiento, aunque sólo sea para que sepamos cómo funcionan, y para recordar que no están a salvo de la inspección, de la introspección y de la crítica. Pero este camino se recorre de una forma relativamente lenta porque resulta muy comfortable juzgar a los otros sin ser juzgado».

Pero, en esa necesaria autocrítica, debemos agregar, hay que discernir a los medios de los periodistas, y analizar desde qué lugar puede colaborar o formar parte de tal tarea, y ahondar en los escasos espacios de libertad que los profesionales tienen en el marco de la empresa.

El director de *Le Monde Diplomatique* sostiene que hay un cierto número de elementos que evidencian actualmente la transformación del periodismo y se pregunta si tal mutación provocará su desaparición. Advierte que es la pregunta que nos hacemos todos y a la cual, según él «nadie osa responder». Sin embargo, notamos que tal pregunta sí tiene osados en responderla, por un lado, desde la profesión, el mismo Ramonet y por otro, desde lo académico, Martínez Albertos no duda en vaticinar el «ocaso del periodismo» y ubicar la profecía en el centro de una reflexión abierta a discusión y debate.

(*) *Analia Eliades es Lic. en Comunicación Social y Abogada, experta en información internacional de países del sur. Magister en derechos humanos y doctorante en la Universidad Complutense de Madrid.*

María Angélica Gómez es Lic. en Comunicación Social y doctorante en "El mensaje periodístico: códigos, formas, contenidos y prácticas discursivas" en la Universidad Complutense de Madrid.

La independencia del periodista entre la información, el consumo y el marketing

Analia Eliades

Abordaje deontológico. Concepto

La ética periodística, entre otros principios, ha abordado últimamente el estudio del principio de la «independencia» del profesional de la información frente a las presiones externas e internas que se le presentan cotidianamente.

Precisamente, el carácter no normativo que hace a la esencia de este principio es el que permite abrir la discusión sobre su factibilidad a partir del momento en que el periodista se inserta laboralmente en un medio de comunicación.

Dado entonces el debate, la complejidad y los pensamientos encontrados que puede suscitar la formulación de este principio, el objetivo de estas líneas es tan sólo exponer algunos de los distintos abordajes que el mismo presenta.

Por ello, y con el fin de comprender el significado del principio: «independencia del periodista con respecto al medio», es necesario abordar las distintas aristas y enfoques que el mismo presenta:

Perspectiva semántica

Según el Diccionario de la Real Academia Española:

«Independencia»: Cualidad o condición de independiente. Libertad, autonomía, especialmente la de un Estado que no es tributario ni depende de otro. Entereza, fuerza de carácter.

«Independiente»: Que no tiene dependencia, que no depende de otro. Autónomo.

Dícese de la persona que sostiene sus derechos u opiniones sin admitir intervención ajena.

Perspectiva organizacional de la actividad periodística

En el marco del análisis del principio «independencia del periodista con respecto al medio», es necesario tener en cuenta que el trabajo periodístico requiere la integración individual de los componentes e individuos que hacen al medio en un trabajo de conjunto y mancomunado. Esto implica la integración del periodista en una organización periodística concreta, que las más de las veces tendrá una estructura empresarial, con un tipo societario determinado, pero, puede también que la organización sea una cooperativa, o bien puede ser una empresa del Estado.

No obstante la forma organizacional que los diversos medios de comunicación posean, el rasgo que aquí se quiere destacar es específicamente, la integración del profesional periodista en una organización, hecho que deberá ser tomado particularmente en cuenta como un aspecto de la independencia del periodista con respecto al medio, puesto que el grado de integración a una tarea de conjunto como lo es ésta, puede impactar de distinta forma en esta norma moral de conducta.

Bajo esta línea de pensamiento, Ana Azurmendi⁽¹⁾ afirma: «La integración de las actividades de comunicación en el ámbito laboral no es una opción pacíficamente compartida. Es cierto que las necesidades de una mayor eficacia y profesionalidad en el trabajo hacen imprescindible que se realicen dentro de una organización empresarial, puesto que de otro modo se haría muy difícil responder a las expectativas de la sociedad sobre los medios de comunicación. Sin embargo hay quienes ven en esa integración una incompatibilidad con la naturaleza misma de las actividades de la comunicación. Estiman que tanto la carga de creatividad que conlleva, como el necesario grado de autonomía que requieren, y el valor inmaterial de sus productos, las excluyen de la generalidad de las relaciones laborales. Se puede

admitir una relación laboral para la realización profesional de una actividad comunicativa, pero salvaguardando el carácter especial que tiene».

Por su parte, Elena Real Rodríguez,⁽²⁾ luego de dar un panorama de los diversos integrantes de un medio de comunicación, afirma: «si algo ha estado claro en todo momento es que el trabajo global de la información y de la comunicación es, y continuará siendo, el resultado de una conjunción y conjugación de tareas, saberes y capacidades, armónica y coherentemente ordenadas».

Esta consideración organizacional, deriva necesariamente en el abordaje y análisis de las relaciones laborales.

Perspectiva laboral

Como paso previo al estudio de las relaciones laborales propias del ejercicio del periodismo profesional, cabe tener presente los elementos caracterizadores de las relaciones laborales en general.

La doctrina y el Derecho español,⁽³⁾ consideran la existencia de cuatro presupuestos sustantivos que hacen a la conformación de la relación laboral: Libertad, Remunerabilidad, Ajenidad y Dependencia.

-Libertad: «cabe pensar que este requisito es innecesario desde el punto de vista del derecho de obligaciones, en la medida en que todo contrato exige el consentimiento de los contratantes. Ha de tenerse en cuenta, aun así que la libertad no sólo ha de existir al tiempo de la celebración del contrato, sino durante toda la vida de éste. En caso contrario se admitiría la validez de una servidumbre o esclavitud contractual. Por esta razón, Hegel puso de relieve que dar a otro de por vida el uso de las propias capacidades, convierte a la persona en propiedad ajena. Se prohíbe la servidumbre y la esclavitud.

-Dependencia: es trabajador sujeto de un contrato de trabajo quien aparece, en la prestación de servicios, dependiente de -o subordinado a- un empleador.

Se ha mantenido que nos hallamos ante una relación jurídica de trabajo subordinado cuando existe una subordinación técnica, esto es, cuando el trabajador se encuentra bajo la dirección técnica del

empleador con respecto al modo de cumplimiento de su prestación. Se trata quizá de la acepción más antigua de la subordinación. La doctrina más moderna la ha criticado, como consecuencia de la dilatación del ámbito del contrato de trabajo, que no sólo se aplica a los trabajos manuales, sino también a los servicios intelectuales, y debido a la mejora en la formación de los trabajadores y a los avances tecnológicos, que pueden hacer del trabajador un experto en la utilización de aparatos cuyo funcionamiento desconoce el empresario.

En segundo lugar, se ha defendido que el término dependencia ha de entenderse como subordinación económica, es decir, como dependencia económica del trabajador con respecto al empleador. Dicha acepción se fija, sobre todo, en la existencia de la retribución como nota esencial del contrato de trabajo. Resulta fácil criticarla. En un sistema de economía de mercado, la regla general es la existencia de una retribución por cualquier servicio que se presente, sin que importe la relación jurídica de que traiga causa.

En tercer lugar, y más modernamente, se ha mantenido que existe subordinación cuando el presunto trabajador incorpora su trabajo al ámbito productivo y organizativo del empleador. El ET consagra normativamente dicha acepción. De acuerdo con el artículo 1.1. ET, los servicios se prestan «dentro del ámbito de organización y dirección de otra persona, física o jurídica, denominada empleador o empresario».

El artículo 20.1 ET insiste en que el trabajo ha de realizarse «bajo la dirección del empresario».

Según esta interpretación, el empleador no necesita ser un técnico para dirigir el trabajo, sino que su cometido esencial reside en organizar, con una finalidad concreta, la incorporación de los servicios del trabajador o trabajadores de su empresa para culminar su cometido empresarial, que, por cierto, no tiene por qué ser lucrativo.

Entendida como inclusión en el ámbito de dirección y organización de un empresario, la subordinación o dependencia significa que éste puede dar directrices e instrucciones sobre la realización del trabajo concertado, así como sobre el tiempo, lugar

Notas

⁽¹⁾ Azurmendi, Ana, *Derecho de la Información. Guía Jurídica para profesionales de la comunicación*. Ed. EUNSA. 1997. Pág. 199.

⁽²⁾ Real Rodríguez, Elena, «La Licenciatura en Periodismo, única vía de acceso y capacitación para el ejercicio profesional como periodista». *Cuadernos de Información y Comunicación*. Número 3. Servicio de Publicaciones Universidad Complutense 1997. Facultad de Ciencias de la Información. Departamento de Periodismo III.

⁽³⁾ Sagardoy Bengoechea J.A., Del Valle Villar J.M., Gil y Gil, J.L., *Prontuario de Derecho del Trabajo*. Tercera Edición. Ed. Civitas, Madrid, 1997.

y contenido del trabajo, y también fijar las retribuciones y dar cohesión a la actividad del complejo empresarial».

Habiendo comentado las notas características de la relación laboral, ceñidas en el presente a la libertad y dependencia, es menester analizar la particular mirada que requiere el trabajo periodístico.

Así, Ana Azurmendi,⁽⁴⁾ sostiene: «Un simple reconocimiento no modifica en la práctica su forma de integración en la organización empresarial. Es la filosofía de cada empresa de comunicación quien en última instancia decide. En nuestros días, es frecuente la convivencia de un sistema dual, en el que para unos pocos profesionales -a quienes se potencia en un progresivo protagonismo personal- se respetan unas condiciones de trabajo acordes con las características de la actividad comunicativa, mientras que para una mayoría de profesionales, el régimen del asalariado supone convertirse en una mano ejecutora de las estrategias comerciales de la empresa, estrategias dominadas por las «tiranías de las audiencias». Los Estatutos de redacción, como garantía de profesionalidad del periodismo, también de su deontología, pueden constituirse en una defensa frente al servilismo ocasionado por la relación laboral. En cualquier caso, no debe olvidarse que existe otra forma de integración en la empresa que es la de la contratación civil, es decir, el acuerdo entre las partes contratantes para la consecución de intereses mutuos. Suelen ser contratos de obra o contratos de arrendamiento de servicio. En ambas situaciones, la regulación existente es la voluntad de las partes y las normas generales sobre los contratos».

La voluntariedad en el acuerdo que supone el contrato y la participación en una actividad que está bajo la dirección y organización del empresario, como objeto de la relación contractual, son características que determinan las obligaciones del profesional de la comunicación dentro de la empresa. Puesto que, aunque se mantenga la responsabilidad directa del comunicador frente al público, destinatario de sus mensajes y el carácter intelectual de las actividades de la comunicación, la prestación del trabajo informativo coincide con el desempeño de una función de interés público, independientemente

de que su relación de trabajo se desarrolle dentro de una empresa privada, el periodista realiza su tarea bajo una doble dependencia: la del director del medio y la del empresario, y por su contrato laboral tiene los deberes de:

a) Cumplir con las obligaciones concretas de su puesto de trabajo, de conformidad a las reglas de la buena fe y diligencia.

b) Cumplir las órdenes e instrucciones del empresario en el ejercicio regular de sus facultades directivas.

En este marco, y en pos del entendimiento del significado del principio «independencia del periodista con respecto al medio», es necesario considerar el Convenio Marco del Sector Prensa, en cuyo Preámbulo se declara:

«La Libertad de expresión, el derecho a la información y el derecho de los periodistas a ejercer libre y honestamente su profesión constituyen, hoy en día, elementos básicos de una sociedad democrática. Esta tríada de derechos y libertades forman un todo y se complementan para hacer posible que el proceso político, económico y social de esta sociedad avance progresivamente, en el marco de la Constitución. Su respeto o vulneración permite valorar, en suma, el talante democrático o no de una comunidad.

Los Medios de comunicación, vehículo de expresión al servicio de la sociedad española y garantes, por su propia naturaleza, del sistema democrático, de sus instituciones y de los derechos reconocidos en el Artículo 20 de la Constitución Española, deben mantener la independencia frente a cualquier tipo de presión ideológica, social o política, para ofrecer a los ciudadanos una información de la más alta calidad, es decir: veraz, rigurosa y contrastada.

Para que esto sea posible, se debe garantizar la independencia de la Redacción y de todos sus miembros, a través del presente estatuto de la Redacción que regula las relaciones profesionales de los Redactores, con la Dirección de la empresa, tutelando sus derechos deontológicos, morales y materiales, con independencia de las relaciones laborales y sindicales y sin interferir los cauces en que discurren éstas.

Dentro del Estatuto-Marco del Convenio se incluye un Código Deontológico, del que cabe señalar:

⁽⁴⁾ Azurmendi, Ana. Op. Cit.

Artículo 8: «Los redactores se comprometen a respetar el Código Deontológico de la Federación Internacional de Periodistas y la Empresa a facilitar su cumplimiento.

Código Deontológico. Esta declaración internacional se proclama como norma de conducta profesional para los periodistas que se ocupan de recoger, transmitir, divulgar, comentar noticias e información y descubrir hechos.

2. El periodista defenderá, en toda ocasión, el deber de investigar y publicar con honestidad la información, la libertad de comentario y de crítica; el derecho de comentar parcialmente y a criticar con lealtad.

9. Todo periodista digno de llamarse tal, se impone el deber de cumplir estrictamente estos principios. En el marco del derecho vigente, el periodista sólo aceptará, en materia profesional, la jurisdicción de sus iguales, excluyendo cualquier injerencia gubernamental o de otro tipo».

Perspectiva Profesional

Conesa Sánchez,⁽⁵⁾ sostiene que «la libertad de prensa entraña inexcusables deberes para los profesionales de la información. Es decir, los periodistas se benefician de la libertad de prensa, pero también quedan obligados por ella. Voyenne indica que el público tiene más derechos sobre la información que los que tienen los profesionales, con lo que viene a insinuar la relevancia del derecho a la información.

El profesional no es «dueño» de la información, lo es en la medida en que, en cuanto hombre, es sujeto universal de ese derecho, pero no lo es en cuanto profesional de la información. Todo lo informable constituye el objeto de un derecho que, por naturaleza, corresponde a todos y cada uno de los hombres, razón por la que el sujeto cualificado está al servicio del sujeto universal, que es el titular del derecho a la información. Por eso es condenable cualquier tipo de manipulación informativa, porque, independientemente de otras consideraciones, constituye un atentado a un deber de justicia: el deber de informar».

«Y para cumplir debidamente con ese deber -sostiene Conesa Sánchez- el profesional requiere una

serie de condiciones, fundamentalmente dos: valía intelectual e independencia interior».

El autor citado, señala que en 1906 Rafael Mainar⁽⁶⁾ decía que «el periodista no ha de tener ideas propias, sino que sus ideas son de «quien las paga». ¡Gran cosa es tener ideas propias! Pero al periodista le es más necesario tener las propias...de quien las paga. Lo que sí es indispensable es el saber presentarlas, exteriorizarlas cuando se las dan y hasta adivinarlas cuando no se las dan. En todo caso no puede, no debe olvidar que cuando escribe lo hace por cuenta ajena, pero con responsabilidad propia, y a lo sumo, en caso de conciencia, puede salvar la firma, no poniéndola, en lo que después de todo nada hará de más».

Esta afirmación, además de ser un blanco fácil de crítica atenta en forma directa contra el principio de la independencia.

Conesa Sánchez,⁽⁷⁾ también ataca tal concepto, alegando que «la situación ha variado notablemente desde entonces porque el periodista de hoy aspira a ser algo más que un simple amanuense. Puesto que existen periódicos de muy variadas tendencias, cada periodista debe ir a aquel que mantenga una línea más acorde con su manera de pensar, del mismo modo que un ciudadano se inscribe en -o vota por- el partido que más le convence, puesto que no puede fundar uno él sólo. Esta observación viene a poner de relieve que la participación no consiste en que cada profesional intente que el periódico responda a su personal ideología. Sin embargo, aún aceptando las líneas generales que caracterizan a una determinada publicación, continúa existiendo el problema de la participación, es decir, la necesidad de participar en la vida de la empresa no desaparece por el hecho de que la redacción se sienta plenamente identificada con la orientación de la publicación que la empresa edita».

La argumentación de Conesa Sánchez, tampoco puede ser compartida, y es igualmente fácil de rebatir, puesto que la independencia del periodista está marcada por su profesionalidad, y por su real capacidad de autonomía con respecto al medio.

En esta línea de análisis, cabe mencionar el análisis que realiza Daniel Hallin⁽⁸⁾: «Se ha dicho a menu-

⁽⁵⁾ Conesa Sánchez, Fernando, *La libertad de la Empresa Periodística*, Ediciones Universidad de Navarra S.A. Pamplona, 1978, págs. 422, y ss.

⁽⁶⁾ Mainar, Rafael, *El Arte del Periodista*, Manuales Soler, Barcelona, 1906.

⁽⁷⁾ Conesa Sánchez, F., Op. Cit.

⁽⁸⁾ Hallin, Daniel. «Comercialidad y Profesionalismo en los medios periodísticos estadounidenses». Director del Departamento de Comunicación. University of California. San Diego. *Cuadernos de Información y Comunicación*. Número 3. Servicio de Publicaciones Universidad Complutense, 1997. Facultad de Ciencias de la Información. Departamento de Periodismo III. Págs. 123 a 142.

do que la noción de «profesional» aplicada al periodista resulta ambigua y en muchos aspectos inapropiada. Muchos periodistas se reconocen a sí mismos como practicantes de un oficio, más que miembros de una profesión. En ciertos casos, en Estados Unidos, algunos periodistas han acudido ante los tribunales alegando que no debían ser considerados como profesionales sometidos a sus correspondientes leyes laborales, sino simples trabajadores asalariados, dedicados a actividades rutinarias y realizadas bajo estrecha supervisión y, en consecuencia con derecho a exigir retribución adicional por horas extraordinarias. Muchos trabajadores de la industria mediática encajan en esa descripción, y por supuesto, también, hay muchos otros que no, sobre todo, en los puestos de mayor rango periodístico. El periodismo es además algo muy diferente de las profesiones clásicas -derecho, medicina, arquitectura e ingenierías- ya que la práctica de aquél, a diferencia de estas, no está basada en ningún cuerpo sistemático de conocimientos. La titulación en periodismo -en Estados Unidos- es optativa, y probablemente resulta más necesaria en los puestos inferiores que en la cúspide de la profesión; no se requieren exámenes de acceso u obtención de licencias y ningún comité de revisión de colegas juzga la competencia de nadie».

Hallin destaca dos etapas importantes en la historia de la información periodística en Estados Unidos, una marcada por el profesionalismo y la actual marcada fundamentalmente por el comercialismo, con la consecuente crítica a esta última, aunque tampoco ahorra observaciones a la etapa del profesionalismo.

Las características fundamentales del profesionalismo serían las siguientes: la creencia en el progreso, en la racionalidad y en verdades universales o estándares, así como la convicción de que es posible estar integrado en el sistema, -con bienestar económico, accesibilidad y prestigio y al mismo tiempo independencia-, formando parte de la vanguardia en el arte y de la función de «perro guardián» en el periodismo.

Reconoce que en esta etapa había «una cíclica tensión respecto a los límites de las prerrogativas de

los empresarios y la autonomía periodística. Pero aún así, parecía alcanzada una solución provisional que a todas las partes implicadas - periodistas, empresarios, lectores y políticos-, parecía resultarles suficientemente operativa. La moral de los equipos de redactores se mantenía alta, el prestigio de los medios crecía y existía relativamente escasa controversia sobre la fundamentación ético-filosófica y el papel político de la actividad periodística».

Como contraposición, el actual período comercialista o «periodismo de mentalidad mercantil» está revelando un declive substancial en la satisfacción de los periodistas por su trabajo, que según Hallin, está en parte motivada por la reducción de su autonomía de iniciativa. Rescata que no todo está perdido en la actualidad y sostiene: «es en nombre del profesionalismo como muchos reporteros resisten los dictados de los mercantilistas que prefieren informar de las fiestas con champagne de las urbanizaciones, insistiendo por el contrario en ocuparse de los asuntos municipales. El profesionalismo de ninguna manera es tampoco exclusivo de la élite de redactores que trabajan en Washington; miles de periodistas de a pie, diseminados por todo Estados Unidos han mantenido ese ideal como protección del «privilegio» de una más bien modesta autonomía. Personalmente me he visto a menudo sorprendido, cuando hablaba con gente de televisiones locales, de la irritación manifestada, sobre todo por los empleados del escalafón más bajo, como por ejemplo los cámaras de reportajes, ante la presión de los formatos sensacionalistas. Dentro de las emisoras locales de televisión estadounidenses está bien claro que la tendencia hacia esos programas de realismo dramático viene impuesto por la dirección, mientras que el profesionalismo proporciona la dialéctica de resistencia desde abajo.

Es también en nombre del profesionalismo como los periodistas resisten a menudo contra las presiones por adaptar la información a los intereses políticos de los empresarios, no atreviéndose a menudo estos últimos a intentar ejercer esa influencia siquiera. La decadencia del profesionalismo, sin embargo, suscita la cuestión de si la alianza entre la propiedad empresarial y el poder político podría llegar a

ser más estrecha en el futuro. La profesionalización no elimina, por supuesto, la capacidad del empresariado mediático para influir sobre el contenido político de la información de actualidad.

Pero el profesionalismo y sus normas éticas sirven de una manera significativa para limitar la manipulación de las noticias por propietarios empeñados en favorecer sus particulares convicciones políticas e intereses».

Perspectiva Académica

Elena Real Rodríguez,⁽⁹⁾ sitúa en la formación académica y en la capacitación la condición *sine qua non* para el ejercicio profesional como periodista:

«Si el grado de competencia, especialización y profesionalidad de los periodistas llegase a estar determinado tan sólo por quienes detentasen en exclusiva el poder omnímodo de informar y de comunicar, ya no haría falta acceder a la acción de informar y de comunicar poseyendo la formación y titulación académica superior específica (en este caso la correspondiente Licenciatura de Periodismo), porque sería «el empleador», quien fijase e impusiere las condiciones materiales y hasta la línea de pensamiento que iluminase el hacer y el acontecer para cualquier aficionado voluntarioso, cómodo y autodidacta que llamase a una Medio de comunicación pidiendo una oportunidad.

La calidad de la información, la opinión y la comunicación (en lo que es básicamente consustancial a ellas, la libertad, la veracidad y el interés humano) queda de inmediato en entredicho si su sujeto profesional no tiene acreditada una solvente formación académica (y se comporta de acuerdo a un código de deberes y derechos laborales, deontológicos y sociales) que todos deben respetar.

La Universidad es, hoy por hoy, el lugar más indicado para la formación de profesionales aptos, capaces, competentes, especializados, autónomos (con el suficiente espíritu crítico y conscientes de sus derechos, deberes y responsabilidades. La presencia del periodismo en la Universidad como una carrera más se hace a estas alturas incuestionable».

Además, sostiene, que muchos citan el Artículo 20 de la Constitución Española en falso y malinterpretan el derecho de dar y recibir información:

«Se confunde la titularidad de un derecho que, efectivamente, corresponde a toda persona física o jurídica, con la necesidad de una competencia profesional para dar forma a los mensajes difundidos a través de los medios de comunicación social. Al contrario de lo que, por error, se ha pensado, si se quiere hacer eficaz el derecho a la información para su titular universal (los públicos), su realización ha de estar en manos de personas expertas y capacitadas, tanto más cuanto más amplio y complejo vaya siendo el proceso informativo y comunicativo en su aspecto intelectual, profesional y técnico. La mejor garantía de la libertad de expresión está en una mayor solvencia e independencia por parte del periodista. Y esto pasa irremediable e irrenunciamente, por la existencia de las Facultades de Ciencias de la Información y la Comunicación. No hay que confundir título con carné, ni titulación académica con el tantas veces denominado «placet» profesional.

Si la realidad incuestionable es que para ser periodista hay que pasar los filtros del empresario o de las centrales sindicales, ¿no parece más objetivo que exista primero el filtro de la Universidad, que es el habitual en todas las profesiones importantes? ¿Quién puede garantizar mejor el derecho a la información y la libertad de expresión de todo ciudadano: el periodista silvestre, sometido a la empresa o al sindicato que le han dado la patente de ejercicio, o el periodista formado, al igual que el resto de las profesiones universitarias en un «pensum» científico y sobre una base deontológica? Sin duda, en el fondo de toda esta polémica, subyacen intereses ocultos de tipo económico y político que desean seguir manejando al periodista a su antojo y no tienen ningún interés en que éste se convierta en un profesional titulado, independiente y autorresponsable».

Perspectiva Deontológica

Partiendo de la idea de que los códigos deontológicos, para ser efectivos no deben constituir úni-

⁽⁹⁾ Real Rodríguez, Elena, Op. Cit.

camente un catálogo de los deberes de los periodistas, sino también de todos aquellos que desde el interior de las empresas informativas o desde el exterior puedan condicionar el ejercicio de la profesión periodística y que el periodista se encuentra actualmente en una encrucijada en la que confluyen información, consumo y marketing, Manuel Núñez Encabo,⁽¹⁰⁾ distingue dos tipos de presiones: las internas y las externas que atentan contra la independencia del periodismo.

«Las presiones internas parten de la propia estructura empresarial de los medios de comunicación. Este es el punto de vista básico y fundamental para tratar actualmente el tema del periodismo. Es necesario partir del respeto al empresario y al editor y también su ideario. Es perfectamente legítimo y por supuesto legal, que el empresario o el editor privado creen un medio de comunicación con un ideario propio, porque así está protegido por las Constituciones democráticas, pero al mismo tiempo se debe llegar a la cohabitación y convivencia entre el empresario y el periodista, en orden a garantizar el resultado final del periodismo: las noticias y las opiniones y más concretamente, la veracidad de las informaciones y la independencia y la ética de las opiniones. Por ello, la empresa periodística hay que entenderla no como una empresa puramente económica, sino como una empresa socio-económica. Se abre así un debate sobre un nuevo planteamiento jurídico de la empresa informativa que debe partir de la necesidad en la transparencia de la propiedad y de los cambios que se produzcan en la misma. Se garantizan también los derechos de los periodistas a través del reconocimiento de los estatutos de la profesión periodística, la cláusula de conciencia y el secreto profesional. En definitiva, se garantizará la libertad de los media y la libertad en los media.

En relación con los factores que pueden condicionar el resultado final del trabajo periodístico, los peligros se concretan en los poderes públicos y en los poderes económicos. En relación con los primeros, en la sociedad democrática los mayores peligros de presión sobre el periodismo no provienen de los poderes públicos, éstos ya no son los principales enemigos de la libertad de expresión de los medios de co-

municación desde que se abolió la censura previa, aunque las presiones directas o indirectas ni hayan desaparecido a través, por ejemplo, de la discriminación en el otorgamiento de publicidad institucional o de la transparencia de la información, con trato de favor y discriminaciones. Las correspondientes presiones no sólo vienen a veces de los poderes públicos como tales: ejecutivo, legislativo y judicial, sino que frecuentemente procede de algunos de sus componentes individualizados, de políticos determinados, sectores concretos de los partidos políticos que quieren influir frente a otros sectores, determinados miembros de los Gobiernos presionando frente a otros, sectores de los jueces y del poder judicial que quieren tener un protagonismo por cuestiones de prestigio público o para poder ser titulares de los máximos puestos en la Magistratura, etc, etc.»

«Todo código deontológico debe salvaguardar los objetivos fundamentales del periodismo que son, por una parte, la transmisión de la información, de las noticias y de los datos con veracidad, es decir, a través de la verificación y la comprobación oportunas y, por otra parte, la emisión de opiniones éticas e independientes».

«Es necesario señalar una vez más - sostiene Núñez Encabo⁽¹¹⁾- que las empresas informativas son propietarias de los medios de comunicación pero no de los contenidos de la información. El derecho a la libertad de expresión de empresarios y periodistas está limitado por el deber jurídico de informaciones veraces y la obligatoriedad ética en las opiniones».

«Nos encontramos en unos momentos de gran confusión en que la apelación a la ética y a la autorregulación es la mayoría de las veces un mero recurso retórico y nominalista para causar buena imagen, en que sin embargo se reduce la ética a una cuestión de estética, es decir, a una estética de la ética. Es por ello el momento de recordar que la autorregulación ética de los medios de comunicación y del periodismo queda vacía de todo contenido y, por tanto, será ineficaz si no se configura a través de Códigos Deontológicos que sólo merecerán tal nombre como se señala por el Código Europeo de Deontología del Periodismo del Consejo de Europa, si además de constar de principios éticos

⁽¹⁰⁾ Núñez Encabo, Manuel, «España: entre la ética y el derecho. Latinoamérica: entre el desarrollo integrador y el colonialismo». *Revista de Ciencias de la Información*. Número Extraordinario 1995. Ed. Universidad Complutense, Madrid. 1995. Págs. 275 a 284.

⁽¹¹⁾ Núñez Encabo, Manuel, «La necesaria autorregulación de los Códigos Deontológicos del Periodismo». *Revista Temas para el Debate* Nro. 42. 1998. Madrid. Pág. 42.

que deben ser asumidos públicamente porque la ética pública, su cumplimiento queda garantizado a través de Consejos u Organos plurales e independientes y de sanciones asumidas voluntaria y previamente por empresarios y periodistas».

Códigos Deontológicos

Dentro de los Códigos deontológicos analizados, el Código Europeo de Deontología del Periodismo, es el que con mayor claridad y énfasis, se refiere al principio de independencia del periodista con respecto al medio. Es necesario advertir que muchos códigos, ni siquiera tienen mención directa del mismo, por lo cual el mencionado, se destaca particularmente.

Como primera observación, el Código de Europa diferencia el derecho a la información como derecho fundamental de las personas, editores, propietarios y periodistas.

10- «El tratamiento del periodismo debe efectuarse teniendo en cuenta que éste se ejerce desde los medios de comunicación, que están sustentados en un soporte empresarial y donde se deben distinguir editores, propietarios y periodistas, por lo que además de garantizar la libertad de los medios de comunicación es necesario también salvaguardar la libertad en los medios de comunicación evitando presiones internas.

13- En el interior de las empresas informativas en relación con la libertad de expresión deben coexistir editores y periodistas, teniendo en consideración que el respeto legítimo de la orientación ideológica de los editores o propietarios, queda limitado por las exigencias inexorables de la veracidad de las noticias y de la ética de las opiniones, lo que es exigible por el derecho fundamental a la información que poseen los ciudadanos.

14- En función de estas exigencias es necesario reforzar las garantías de libertad de expresión de los periodistas a quienes corresponde en última instancia ser los emisores finales de la información. En este sentido es necesario desarrollar jurídicamente y clarificar las figuras de la cláusula de conciencia y el secreto profesional de las fuentes confidenciales,

armonizando las disposiciones nacionales sobre estas materias para ejercerlas en el marco más amplio del espacio democrático europeo».

Otros códigos

- Proyecto de Código de Honor Profesional de las Naciones Unidas⁽¹²⁾ (1973)

Artículo 2: «El ejercicio honrado de la profesión exige la dedicación al bien público. En consecuencia, hay que excluir, cualesquiera que sean sus motivos, toda búsqueda de ventajas personales y cualquier apoyo a los intereses privados contrarios al interés general».

- Código de la Organización Internacional de Periodistas (OIP), en Praga. Checoslovaquia. Julio de 1954.

Preámbulo

«... es necesario que la libertad de prensa y de información sea observada en todos los países del mundo, ya que es éste uno de los derechos humanos fundamentales y la base de todas las demás libertades; por eso no debe ser ejercida ninguna presión sobre los periodistas, ni por las autoridades, ni por los propietarios de prensa y servicios de información, ni por ningún otro estamento».

- Código Latinoamericano de Ética Periodística. Caracas. 1979.

Artículo 6: «El periodista debe ejercer su labor en los marcos de la integridad y la dignidad propias de la profesión; exigirá respeto a sus creencias, ideas y opiniones, lo mismo que al material informativo que entrega a su fuente de trabajo; luchará por el acceso a la toma de decisiones en los medios en que trabaja. En el aspecto legal, procurará el establecimiento de estatutos jurídicos que consagren los derechos y deberes profesionales».

- Nuevo Código Internacional de Ética Periodística. 21 de noviembre de 1983. En París, sede de la UNESCO.

3.- «La responsabilidad social del periodista: La responsabilidad social del periodista requiere que éste actúe en todas las circunstancias en conformidad con su propia conciencia ética».

(12) Barroso Asenjo, Porfirio, *Códigos Deontológicos de los Medios de Comunicación. Prensa, Radio, Televisión, Cine, Publicidad y Relaciones Públicas*. Ediciones Paulinas, Ed. Verbo Divino, Madrid, 1984.

Perspectivas

La investigación de la comunicación en América Latina: condiciones y perspectivas para el siglo XXI^()*

Raúl Fuentes Navarro (**)

En septiembre de 1974 Luis Ramiro Beltrán presentó en Leipzig su célebre recuento sobre La investigación de la comunicación en América Latina ¿indagación con anteojeras? Con base sobre todo en la documentación compilada por CIESPAL, Beltrán enumeraba las principales áreas de concentración temática, subrayaba las tendencias en cuanto a tópicos investigados y a resultados obtenidos en los últimos quince años, y constataba que: «es obvio que la investigación de la comunicación en América Latina ha seguido las orientaciones conceptuales y metodológicas establecidas por los investigadores en Europa y los Estados Unidos. El efecto de esto, en esencia, ha significado que algunos estudios han enfatizado la comprensión conceptual por encima de la producción de evidencias empíricas, mientras que otros estudios han hecho exactamente lo opuesto».⁽¹⁾

La influencia predominante y más duradera era la que Beltrán llamaba «orientación europea clásica» (caracterizada como histórica, intuitiva, filosófica, especulativa y escolástica), presente sobre todo en los estudios de historia del periodismo y legislación de la comunicación. En segundo lugar quedaba la influencia de la «orientación norteamericana» (positivista, empirista, sistemática y funcionalista), especialmente en los trabajos de difusión de innovaciones agrícolas, estructura y funciones de los medios y comunicación educativa, es decir, televisión, radio y audiovisuales grupales. Finalmente, la influencia

de la «orientación europea moderna» (semiótica, estructuralista) era la más reciente y menos fuerte, concentrada en los análisis de contenido. Se detectaban «influencias mixtas» en las áreas de análisis de contenido y efectos de la programación televisiva, y sobre el flujo de noticias y las influencias extra-regionales sobre los sistemas de medios. En cuanto a los enfoques metodológicos, Beltrán observaba que «si los estudios existentes se clasificaran en descriptivos, explicativos y predictivos, probablemente la mayoría quedaría dentro de la primera categoría, algunos en la segunda y los menos en la tercera» (op.cit. p. 24-25). Aunque las «áreas temáticas» han variado sustancialmente, no puede decirse que en su estructura fundamental el campo haya cambiado demasiado, sobre todo en sus alcances teórico-metodológicos.

Pero la investigación de la comunicación como práctica social se explica también en otras dimensiones. Aquel documento de Beltrán termina significativamente con comentarios sobre la «mitología de una ciencia exenta de valores» y sobre el «riesgo del dogmatismo». La oposición, en muchos sentidos maniquea, entre el rigor de la ciencia y el compromiso político con la transformación social, referida directamente a la polémica entablada poco tiempo antes entre los grupos de investigadores encabezados por Eliseo Verón en Argentina y Armand Mattelart en Chile, da lugar a una pregunta crucial, con la que Beltrán remata su recuento: «¿Podrá esto significar que la investigación latinoamericana de la comunicación estará algún día en riesgo de sustituir el funcionalismo ideológicamente conservador y metodológicamente riguroso por un radicalismo no riguroso? Sea tan amable el paciente lector de responder a esa pregunta. Y ojalá esa respuesta nos dé lúcidas claves sobre si la investigación latinoamericana de la comunicación dejará de ser la búsqueda con anteojeras que a veces parece haber sido... independientemente del color de las anteojeras» (op.cit. p. 40).

En homenaje a Luis Ramiro Beltrán, veinticinco años después, y ante una evidente multiplicación de los colores, modelos, tamaños y orígenes de las anteojeras en uso, propongo en este trabajo algunas

^(*)Ponencia preparada para la mesa de trabajo «Cambios epistemológicos: las claves para el desarrollo teórico y los reajustes metodológicos en la década del 90» Seminario Internacional: Tendencias y retos de la investigación en comunicación en América Latina. Pontificia Universidad Católica del Perú/Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social Lima, Perú, 20 y 22 de julio de 1999.

interpretaciones personales acerca de las inercias e iniciativas predominantes en la investigación latinoamericana de la comunicación en los años noventa, y las consecuentes propuestas de reformulación estratégica de sus prácticas, en tres planos articulados: el de la historia del campo, en que sugiero relecturas y reescrituras que orienten la renovación de las utopías fundantes; el plano propiamente científico, en que enfatizo la pertinencia de una metodología comunicacional como eje para articular la teoría y la práctica de la investigación en búsqueda de una mayor consistencia epistemológica y una mayor pertinencia ética; y finalmente, en el plano de la construcción comunitaria del futuro, en donde ofrezco una argumentación sobre las tendencias de disolución o consolidación disciplinaria de los estudios de comunicación.

Una propuesta para releer y reescribir la historia del campo: la renovación de la utopía

En 1992 FELAFACS publicó un libro titulado *Un campo cargado de futuro. El estudio de la comunicación en América Latina* en el que, bajo la forma de un texto de apoyo para la docencia, intenté trazar los fundamentos para una historia de la investigación latinoamericana de la comunicación. Partía entonces, y lo reafirmo ahora, del supuesto fundamental de que «la construcción de mapas orientadores ante la creciente complejidad del campo es un prerrequisito importante para la generación de opciones profesionales (y académicas) más claras y para el reconocimiento de los antecedentes, fundamentos y necesidades de desarrollo del pensamiento y la acción latinoamericanos sobre la comunicación en la última década del siglo XX».⁽²⁾

En esos principios de la década logré, sin gran dificultad, reconstruir la «problemática» latinoamericana de la comunicación y los acercamientos a su investigación y práctica predominantes en los años sesenta a partir del eje de tensión (teórico-metodológico) entre el desarrollo y la dependencia, así como su desplazamiento, en los años setenta, hacia el eje de tensión (epistemológico-político) entre los criterios de científicidad y la contribución al cambio so-

cial. Pero ningún esquema de este tipo me permitió entonces organizar las tensiones del campo en los años ochenta, por lo que opté por «abrir el horizonte futuro revisando no sólo las temáticas o los aportes principales, sino algunas de las dimensiones del campo, en cuyas contradicciones, crisis y desarticulaciones radica la síntesis actual de la historia y las posibilidades de trabajo creativo que son el reto que habrá que enfrentar en los noventa para construir y realizar el futuro imaginado». (op.cit. p. 9-10)

En aquel momento que, como lo formuló Jesús Martín Barbero en 1987, seguía exigiendo «aceptar que los tiempos no están para la síntesis» y que teníamos que «avanzar a tientas, sin mapa o con sólo un mapa nocturno... un mapa no para la fuga sino para el reconocimiento de la situación desde las mediaciones y los sujetos»,⁽³⁾ proliferaron las revisiones autocríticas del pasado y las prefiguraciones del futuro del campo, escritas por varios de los más importantes investigadores latinoamericanos. Muy pocos de esos textos son optimistas o inspiradores de acciones entusiastas, a pesar del evidente crecimiento en tamaño y relevancia social del campo, en casi todos los países latinoamericanos.

Se habló de los ochenta como una «década perdida», como si el diagnóstico de la economía latinoamericana le fuera aplicable automáticamente a la investigación de la comunicación. Sin embargo, la tensión predominante en los años noventa pareció establecerse sobre el eje del abandono de las premisas críticas, sea ante la adopción de la «inevitable vigencia» de las leyes del mercado también en el ámbito de la investigación, sea ante la dispersión de enfoques sobre las múltiples «mediaciones» culturales de las prácticas sociales, sea en otras direcciones.

Por un lado, entonces, las temáticas asociadas a la «globalización» y las tecnologías digitales y, por el otro, las asociadas a las «identidades» micro-sociales, exigieron la ruptura (o provocaron el «desvanecimiento») de casi todos los supuestos teórico-metodológicos, epistemológicos y, sobre todo ideológicos, que habían sostenido la investigación de la comunicación en las décadas previas. Desde mediados de los años ochenta, parece tener cada vez

Notas

⁽¹⁾ Beltrán, Luis Ramiro, «Communication research in Latin America: the blindfolded inquiry?», International Scientific Conference on Mass Communication and Social Consciousness in a Changing World, IAMCR, Leipzig, september 17th-20th, 1974. Pág. 23.

⁽²⁾ Fuentes Navarro, Raúl, *Un campo cargado de futuro. El estudio de la comunicación en América Latina*. FELAFACS, México, 1992. Pág. 7.

⁽³⁾ Martín Barbero, Jesús, *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Ed. Gustavo Gili, México, 1987. Pág. 229.

menos sentido investigar las relaciones de los medios de difusión con la dependencia o con el desarrollo nacionales, formular e impulsar alternativas a las políticas y prácticas de la «manipulación» informativa o el entretenimiento comercial, o discutir los fundamentos conceptuales que permiten llamar «comunicación» no sólo a tantos fenómenos distintos, sino enfocados desde perspectivas fragmentarias y hasta opuestas entre sí, a lo largo de distintos ejes.

Es decir, sin que hayan desaparecido el maniquésimo o el dualismo que en otras épocas «organizaban» el pensamiento, el discurso y la acción sobre la comunicación, desde mediados de los años ochenta parecen haberse multiplicado en tal medida las «posturas» y las «posiciones» desde las cuales se puede investigar la comunicación, que el debate es cada vez más difícil, al haber menos referentes comunes. Lo mismo, o algo muy parecido, sucedía en otros ámbitos de las ciencias sociales⁽⁴⁾ y en los estudios sobre la comunicación en todo el mundo.⁽⁵⁾ Pero en América Latina, más que nada, parece haberse perdido la profundidad ideológica, el poder de las creencias que orienten las búsquedas del sentido de la comunicación.

Hace veinticinco años, cuando Beltrán acuñó la fórmula de la «indagación con anteojeras» para cuestionar el futuro de la investigación de la comunicación en América Latina en función del riesgo de «sustituir el funcionalismo ideológicamente conservador y metodológicamente riguroso por un radicalismo no riguroso», difícilmente era pensable el riesgo de abandonar todo intento de elaborar un pensamiento crítico riguroso y sustituirlo por un pragmatismo ideológicamente liberal no riguroso. Cuando, pocos años después, el mismo Beltrán proponía que «no renunciemos jamás a la utopía»,⁽⁶⁾ tenía sin duda en mente que la investigación de la comunicación podía y debía contribuir, en sus términos más generales, a la «democratización» de las sociedades latinoamericanas, a la defensa de su soberanía económica, política y cultural, y al «desarrollo» en su acepción más amplia. En función de esos fines, de ese compromiso con el futuro de la sociedad, la investigación debía ser rigurosa, no voluntarista o dogmática.

Pero en un mundo que ha entrado decididamente

en una transición de un sistema histórico a otro, de características inciertas,⁽⁷⁾ es necesario replantear los términos del compromiso, y por lo tanto el sentido de la utopía. En la América Latina de los años noventa, la relación entre investigación y mercado, en el contexto de la *modernidad*, pareció formular el núcleo de las reflexiones más pertinentes en términos de sus articulaciones políticas y culturales. Jesús Martín Barbero planteaba recientemente esta «tensión» en la siguiente forma: «La combinación de optimismo tecnológico con escepticismo político ha fortalecido un realismo de nuevo cuño que se atribuye a sí mismo el derecho a cuestionar todo tipo de estudio o de investigación que no responda a unas demandas sociales *confundidas con las del mercado o al menos mediadas por éste*. Se acusa entonces al trabajo académico e investigativo de la década de los ochenta de *improductivo*, de no haberse insertado en los ritmos del cambio tecnológico y económico, de haberse divorciado de los requerimientos profesionales que hace la nueva sociedad. Desde otro ángulo, esa posición representa una muestra de la sofisticada legitimación académica que ha logrado el neoliberalismo en nuestros países: el mercado, fagocitando las demandas sociales y las dinámicas culturales, deslegitima cualquier cuestionamiento de un orden social que sólo puede darse su «propia forma» cuando el mercado y la tecnología liberan sus fuerzas y sus mecanismos».⁽⁸⁾

Aunque mediante argumentos muy distintos y un afán polémico mucho mayor, un artículo de Héctor Schmucler publicado en la misma revista evidencia la misma tensión, si bien enfatiza el predominio del conformismo político-social entre los investigadores latinoamericanos, a pesar de que haya «numerosas excepciones».⁽⁹⁾ El objeto de la crítica de Schmucler son aquellos enfoques de la comunicación que, centrados en los procesos de recepción y en sus mediaciones culturales, abandonaron la denuncia de los mecanismos de poder que hasta entonces parecía haber caracterizado a la investigación latinoamericana sobre los medios. La postura de Schmucler en este texto se opone explícitamente a la de José Joaquín Brunner, pero al subrayar la «similitud» y la «cercanía» de los «espacios» concep-

⁽⁴⁾ Giddens, Anthony y Turner, Jonathan, *La teoría social, hoy*. Ed. Alianza/CONACULTA, México, 1991.

⁽⁵⁾ Mark Levy & Michael Gurevitch: *Defining media studies. Reflections on the future of the field*. Oxford University Press, Oxford and New York, 1994.

⁽⁶⁾ Ramiro Beltrán, Luis, «No renunciemos jamás a la utopía», entrevista con Patricia Anzola, en *Chasqui* No.3, CIESPAL, Quito, 1982. Págs. 6-13.

⁽⁷⁾ Wallerstein, Immanuel, *Después del liberalismo*. Ed. Siglo XXI, México, 1996; *Impensar las ciencias sociales*. Ed. Siglo XXI, México, 1998.

⁽⁸⁾ Martín Barbero, Jesús, «Comunicación fin de siglo, ¿para dónde va nuestra investigación?», en *Telos* No 47, FUNDESCO, Madrid, septiembre-noviembre de 1996. Págs. 58-64.

⁽⁹⁾ Schmucler, Héctor, «Lo que va de ayer a hoy, de la política al mercado», en *Telos* No 47, FUNDESCO, Madrid, septiembre-noviembre de 1996. Págs. 65-72.

tuales trazados por éste, implica también a los autores de dos libros que «ejercieron una influencia destacada entre académicos e investigadores de América Latina», Jesús Martín Barbero y Néstor García Canclini.⁽¹⁰⁾

Más allá de una polémica que parece enfrentar entre sí a personajes que argumentan en favor de la recuperación crítica de las condiciones ideológicas que la «modernidad» ha impuesto a la investigación latinoamericana de la comunicación, y que utilizan para ello marcos axiológicos muy parecidos, en los discursos de Martín Barbero y de Schmucler se deja ver la urgencia de una reafirmación ética, antes que de una reformulación epistemológica de los estudios sobre la comunicación:

«...pues las gentes pueden con cierta facilidad asimilar los instrumentos tecnológicos y las imágenes de modernización, pero sólo muy lenta y dolorosamente pueden recomponer su sistema de valores, de normas éticas y virtudes cívicas. El cambio de época está en nuestra sensibilidad pero «a la crisis de mapas ideológicos se agrega una erosión de los mapas cognitivos» (Lechner). No disponemos de categorías de interpretación capaces de captar el rumbo de las vertiginosas transformaciones que vivimos. Sólo alcanzamos a vislumbrar que en la crisis de los modelos de desarrollo y los estilos de modernización hay un fuerte cuestionamiento de las jerarquías centradas en la razón universal, que al trastornar el orden secuencial libera nuestra relación con el pasado, con nuestros diferentes pasados, permitiéndonos recombinar las memorias y reapropiarnos creativamente de una descentrada modernidad». (op.cit. p. 59)

A mi juicio, Immanuel Wallerstein aporta una perspectiva útil en este sentido, la de la utopística, que implica replantear las estructuras del conocimiento y «de lo que en realidad sabemos sobre cómo funciona el mundo social», en vez de confiar en una «utopía» o lugar inexistente como modelo futuro de sociedad. «Utopística», en cambio: «es la evaluación seria de las alternativas históricas, el ejercicio de nuestro juicio en cuanto a la racionalidad material de los posibles sistemas históricos alternativos. Es la evaluación sobria, racional y realista de los sis-

temas sociales humanos y sus limitaciones, así como de los ámbitos abiertos a la creatividad humana. No es el rostro de un futuro perfecto (e inevitable), sino el de un futuro alternativo, relativamente mejor y plausible (pero incierto) desde el punto de vista histórico. Es, por lo tanto, un ejercicio simultáneo en los ámbitos de la ciencia, la política y la moralidad».⁽¹¹⁾

Si, a partir de esta propuesta, re-leyéramos y re-discutiéramos los textos fundamentales de la investigación latinoamericana de la comunicación y reinterpretáramos su orientación ético-ideológica, es decir, política y moral, en el sentido de una prefiguración de la comunicación en la sociedad, para *reescribir* su historia como «utopística» y no como utopía o como denuncia, quizá podríamos reestructurar y renovar el impulso de futuro que se ha producido pero no acumulado en nuestro campo. Un proyecto así, en una época de transición como la actual, no puede basarse sino en una decisión individual o de grupo, debido al «factor del aumento del libre albedrío» que señala Wallerstein, quien concluye: «Si deseamos aprovechar nuestra oportunidad, lo que me parece que es una obligación moral y política, primero debemos reconocer la oportunidad por lo que es y lo que consiste. Esto exige reconstruir la estructura del conocimiento de modo que podamos entender la naturaleza de nuestra crisis estructural y, por lo tanto, nuestras opciones históricas para el siglo XXI. Una vez que entendamos nuestras opciones, debemos estar listos para participar en la batalla sin ninguna garantía de ganarla. Esto es crucial, ya que las ilusiones sólo engendran desilusiones, con lo que se vuelven despolitizantes». (op.cit. p. 89)

Hay que recordar que el autor de tal propuesta, al mismo tiempo y en el mismo sentido, ha argumentado la urgencia de *Impensar*⁽¹²⁾ y de *Abrir las ciencias sociales*,⁽¹³⁾ y que la polémica político-científica que ha alentado Wallerstein en todo el mundo ha sido atendida con interés por muchos científicos sociales latinoamericanos, que la reinterpretan en función de la ubicación cognoscitiva, ideológica y geográfica propia, porque «el informe [Gulbenkian] es sugerente y cultiva una actitud abierta en rela-

⁽¹⁰⁾ Los libros mencionados por Schmucler en una nota de pie de página son, por supuesto, *De los medios a las mediaciones* (1987) de Martín Barbero y *Culturas híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad* (1990), de García Canclini, ciertamente los más influyentes en la producción latinoamericana de la última década en el campo.

⁽¹¹⁾ Wallerstein, Immanuel, *Utopística, o las opciones históricas del siglo XXI*. Ed. Siglo XXI, México, 1998. Págs. 3-4.

⁽¹²⁾ Wallerstein, Immanuel, *Impensar las ciencias sociales*. Ed. Siglo XXI, México, 1998.

⁽¹³⁾ Wallerstein, Immanuel et al: *Abrir las ciencias sociales*. Ed. Siglo XXI, México, 1996.

ción con los desafíos contemporáneos».⁽¹⁴⁾

Para rearticular teoría y práctica de la investigación:
una metodología comunicacional

Renato Ortiz propone la que a mi juicio es la postura crítica más productiva y racional ante el movimiento de repensar las ciencias sociales. Señala que es necesario evitar dos actitudes: la conservadora, que «consiste en tomar a los clásicos como fundadores de un saber acabado, lo que nos conduciría por necesidad a una mineralización del pensamiento», y la opuesta, representada por el «creer que todo ha cambiado, que los tiempos actuales, flexibles, demandarían una ciencia social radicalmente distinta e incompatible con lo que hasta entonces se ha practicado». (op.cit., p.20) Ortiz rechaza la idea de que estemos ante una «revolución epistemológica» pues, como Bourdieu, reconoce para las ciencias sociales únicamente «el momento de la revolución *inaugural*, acto fundador del propio campo de conocimiento». «Cualquier balance que se realice sobre las ciencias sociales debe tomar en consideración la existencia de una tradición intelectual que se incorpora en las diversas instituciones académicas. El pasado es el presente que se manifiesta en el arsenal de conceptos con los que operamos, en los tipos de investigaciones que realizamos, en la bibliografía que seleccionamos, en las técnicas que empleamos, etc. No obstante, las transformaciones ocurridas han sido profundas. Hacer un fetiche del saber tradicional equivaldría a confinarnos en una posición conformista y a dejar de percibir aspectos que exigen un tratamiento nuevo y diferenciado. El arte consiste en entender la tradición como punto de partida, en la cual sólo enraizamos nuestra identidad, sin que por ello quedemos prisioneros de su rigidez. Comprender la tradición es, pues, superarla; dar continuidad a la constitución de un saber que no es estático ni definitivo». (op.cit., p.21)

En la investigación sobre la comunicación hay diversas tradiciones teórico-metodológicas, que al igual que en las ciencias sociales en escala más amplia, han sido puestas en revisión en los últimos años.⁽¹⁵⁾ Desde muy distintas posiciones intelectua-

les, ideológicas y geográficas, la multiplicación de propuestas de reformulación teórica y práctica de los estudios de la comunicación manifiesta una insatisfacción generalizada con el estado actual del campo, y la urgencia de repensar sus fundamentos y de re-orientar su ejercicio. Puede aceptarse como muy representativa la justificación en que basa Dan Schiller su obra más reciente: «Hoy la extensión y el significado de la comunicación se han vuelto virtualmente incontenibles. Estudiar comunicación, como se evidencia cada vez más ampliamente, no es sólo ocuparse de los aportes de un conjunto restringido de medios, sea a la socialización de los niños o los jóvenes, sea a las decisiones de compra o de votación. Ni es sólo involucrarse con las legitimaciones ideológicas del Estado moderno. Estudiar comunicación consiste, más bien, en elaborar argumentos sobre las formas y determinaciones del desarrollo sociocultural como tal. El potencial del estudio de la comunicación, en suma, converge directamente, y en muchos puntos, con los análisis y la crítica de la sociedad existente en todas sus modalidades».⁽¹⁶⁾

Este propósito general supone, entre otras cosas, sustituir el concepto predominante que identifica a la comunicación con la transmisión y circulación social de «mensajes» por un marco conceptual más complejo, alrededor de la comunicación considerada como proceso sociocultural básico, es decir, como producción de sentido.

En términos de Klaus Krippendorff, la perspectiva tradicional, fundante, de los estudios sobre la comunicación, esta siendo «lentamente desafiada por lo que podrían llamarse explicaciones reflexivas». Los sesgos conceptuales hacia los mensajes se pueden caracterizar en tres postulados objetivistas e implícitamente normativos: primero, los mensajes se pueden describir objetivamente, trasladar físicamente de un contexto a otro o reproducirse; tienen una existencia real, objetiva e independiente de alguien que los reciba. Segundo, los mensajes afectan, persuaden, informan, estimulan; cualquier efecto que causen es función de sus propiedades objetivas. Tercero, la exposición a los mismos mensajes crea comunalidad entre emisores y receptores y, en el caso

⁽¹⁴⁾ Renato Ortiz: «Ciencias sociales, globalización y paradigmas», en Rossana Reguillo Cruz y Raúl Fuentes Navarro (coords), *Pensar las ciencias sociales hoy. Reflexiones desde la cultura*. ITESO, Guadalajara, 1999. Pág. 19.

⁽¹⁵⁾ La comunidad «internacional», es decir, casi exclusivamente la anglosajona, de investigadores de la comunicación, ha generado un debate interminable, muy bien ejemplificado en los números especiales del *Journal of Communication* en 1983 dedicado al fermento en el campo, y en 1993 al futuro del campo. Otras comunidades de investigadores, como la latinoamericana, han hecho lo propio.

⁽¹⁶⁾ Schiller, Dan, *Theorizing communication: a history*. Oxford University Press, 1996. Pág. vii.

de los medios masivos, entre los miembros de la audiencia.⁽¹⁷⁾ Supuestos como estos han sido la base de las tradiciones teóricas que, diferencias aparte en otros aspectos, han constituido el núcleo dominante de la investigación de la comunicación en todo el mundo desde los años cincuenta. El debate actual tiende a cuestionar precisamente lo que, en el contexto más amplio de la teoría social, Anthony Giddens llama «el consenso ortodoxo» (naturalista, causal y funcional).⁽¹⁸⁾

Como lo han señalado Jensen y Jankowski, en el campo de la comunicación de masas se han dado, en este sentido, dos desarrollos interrelacionados: la emergencia de enfoques metodológicos cualitativos y la convergencia, en torno a este «giro cualitativo», de disciplinas de las humanidades y de las ciencias sociales. Aunque estos autores reconocen el predominio histórico (social y políticamente determinado) de lo cuantitativo y la fragmentación de los referentes, resumen la oposición de los objetos de estudio «comúnmente asociados» a las metodologías cuantitativa y cualitativa en la producción (objetiva) de *información*, por un lado, y los procesos (subjetivos) de *significación* por el otro.⁽¹⁹⁾ El estudio de la comunicación debería integrar estos procesos objetivos y subjetivos, y eso sólo puede hacerse mediante modelos teórico-metodológicos multidimensionales y complejos, que por una parte superen el aislamiento conceptual de la comunicación como «fenómeno trascendental» y por otro abandonen, hasta donde es posible, el afán de disciplinarizar su estudio.⁽²⁰⁾

La búsqueda prioritaria, el trabajo más urgente, entonces, parece apuntar hacia un marco de interpretación que, por una parte, reintegre conceptual y metodológicamente la *diversidad* política, cultural y existencial de los *agentes* de la comunicación, y por otra permita *imaginar* las dimensiones de la acción comunicativa en términos *constitutivos* y no sólo *instrumentales* de las prácticas sociales. Una de las propuestas de síntesis de la teoría social contemporánea que pueden facilitar esta reformulación, es la teoría de la estructuración de Giddens, que recupera la noción de que el agente humano es capaz de dar cuenta de su acción y de las causas de su acción. La teoría de Giddens reconoce que los esque-

mas interpretativos incluyen esquemas ya interpretados por los actores sociales, y relaciona tres grandes «estructuras» institucionales de la sociedad: las de *significación*, *dominación* y *legitimación*, con tres modelos de interacción: *la comunicación*, *el poder* y *la sanción* respectivamente, a través de las «modalidades» o «mediaciones» de los *esquemas interpretativos*, *los medios* y *las normas*.⁽²¹⁾

En este marco, lo que los sujetos saben sobre su propia actividad es constitutivo de su práctica, pero esta capacidad de conocer está siempre delimitada institucionalmente. De ahí la importancia del concepto de «conciencia práctica», es decir, «todo lo que sabemos como actores sociales que hace que suceda la vida social, pero a lo que no necesariamente le damos forma discursiva». Por ello la ciencia social, para Giddens y sus seguidores, tiene tareas etnográficas fundamentales, pues puede dar forma discursiva a aspectos del «conocimiento mutuo» que los actores emplean de una manera no discursiva en su conducta. De este «conocimiento mutuo» entre los sujetos depende, nada menos, que las actividades sociales tengan *sentido* en la práctica. Y la comunicación, esencialmente, consiste en esa producción en común de sentido. Su investigación y teorización no pueden entonces limitarse al estudio de los medios (tecnológicos o no, «nuevos» o no) que los sujetos sociales usan para generar el sentido de su actividad y, necesariamente por ello, de su propia *identidad*.

Desde esta perspectiva, plenamente *sociocultural*, rearticular los procesos subjetivos e intersubjetivos de significación, a través de los esquemas perceptuales e interpretativos que en cada sector cultural median las relaciones posibles con las estructuras y los sistemas objetivos de procesamiento y difusión de la información, es una clave que, además de restituir la complejidad de los procesos socioculturales en los modelos de comunicación, puede servir para enfatizar la *agencia* o acción transformadora implícita en las *prácticas de comunicación*, es decir, en la interacción material y simbólica entre sujetos concretamente situados, que supone la recurrencia por parte de ellos tanto a sistemas informacionales como a sistemas de significación, cuya competente *media-*

(17) Krippendorff, Klaus, «The past of Communication's hoped-for future», *The Future of the Field I*, Journal of Communication Vol. 43 No. 3, 1993.

(18) Giddens, Anthony, «The orthodox consensus and the emerging synthesis», en Brenda Dervin et al (eds), *Rethinking Communication*, Vol. 1: paradigm issues. Sage, 1989. Págs. 53-65.

(19) Bruhn Jensen, Klaus & Jankowski, Nicholas W. (eds), *A handbook of qualitative methodologies for mass communication research*. Routledge, 1991.

(20) Fuentes Navarro, Raúl, «Acercamientos socioculturales a la investigación de la comunicación: el gozne metodológico», en Rebeca Mejía y Sergio Sandoval (coords), *Tras las vetas de la investigación cualitativa. Perspectivas y acercamientos desde la práctica*. Guadalajara: ITESO. Págs. 77-100.

(21) Giddens, Anthony, *The Constitution of Society. Outline of the Theory of Structuration*. University of California Press, Berkeley and Los Angeles, 1984.

ción determina la producción y reproducción del sentido: el de las prácticas socioculturales de referencia y el de la comunicación misma. Propuestas teóricas como las publicadas en los años noventa por el danés Klaus Bruhn Jensen⁽²²⁾ o el británico John B. Thompson,⁽²³⁾ pueden considerarse como los ejemplos más sistemáticos y prometedores de un avance en este plano.

Pero la formulación de sistemas teórico-metodológicos es, a su vez, una práctica sociocultural, cuyas características y condiciones no pueden separarse de las características y condiciones de la práctica de la investigación. En ese sentido conviene tener presentes en el debate, antes que nada, a los sujetos comunitarios e institucionales cuya agencia se configura con base en esquemas explicables bajo la misma lógica.

En el ya citado informe de la *Comisión Gulbenkian para la reestructuración de las ciencias sociales*, presidida por Immanuel Wallerstein, se señala que los tres «problemas teórico-metodológicos centrales en torno a los cuales es necesario construir nuevos consensos [h]eurísticos a fin de permitir avances fructíferos en el conocimiento» son la *relación* entre el investigador y la investigación, la *reinserción del tiempo y el espacio* como variables constitutivas internas en el análisis, y la *superación de las separaciones artificiales* entre lo político, lo económico y lo sociocultural.⁽²⁴⁾ Una «metodología comunicacional», desarrollada para articular la teoría y la práctica de la comunicación, no puede eludir ninguno de estos tres problemas.

Wallerstein formula la relación entre el investigador y la investigación en función de un «reencantamiento del mundo» que reconozca la imposibilidad de la «neutralidad» del científico: «Ningún científico puede ser separado de su contexto físico y social. Toda medición modifica la realidad en el intento de registrarla. Toda conceptualización se basa en compromisos filosóficos. Con el tiempo, la creencia generalizada en una neutralidad ficticia ha pasado a ser un obstáculo importante al aumento del valor de verdad de nuestros descubrimientos, y si eso plantea un gran problema a los científicos naturales, representa un problema aún mayor a los científicos

sociales. Traducir el reencantamiento del mundo en una práctica de trabajo razonable no será fácil, pero para los científicos sociales parece ser una tarea urgente». (op.cit., p. 82)

Seguramente esta propuesta no parecerá ajena a ningún investigador latinoamericano de la comunicación, como no lo es tampoco la integración espacio-temporal o la articulación de las diversas dimensiones de la existencia social. Las «tradiciones intelectuales» más ricas de nuestro campo en América Latina se han fundamentado, precisamente, en postulados como estos, que son las bases de sustentación tanto axiológica como teórica de la metodología comunicacional que proponemos para impulsar sistemáticamente unas prácticas socioculturales que, como ha sugerido Jesús Martín Barbero, contribuyan a disminuir las *desigualdades* y a incrementar las *diferencias* entre los seres humanos.⁽²⁵⁾ Sobre esta línea, hemos apuntado algunos «goznes» o articulaciones metodológicas que se perfilan en ciertas prácticas concretas de investigación de la comunicación como constitutivos de una perspectiva sociocultural emergente.⁽²⁶⁾

El primero de estos «goznes» conceptuales, que aparece como esencial para relacionar en la investigación los postulados teóricos con la generación de datos empíricos (observables) sobre los procesos de comunicación, es el de la *cotidianidad*, cuyo «itinerario» intelectual se remonta a la fenomenología y que ha sido relacionado por Habermas, a través del término «mundo de la vida», con la *acción comunicativa*: «La acción comunicativa se basa en un proceso cooperativo de interpretación en que los participantes se refieren simultáneamente a algo en el mundo objetivo, en el mundo social y en el mundo subjetivo aun cuando en su manifestación sólo subrayen temáticamente uno de esos tres componentes. Hablantes y oyentes emplean el sistema de referencia que constituyen los tres mundos como marco de interpretación dentro del cual elaboran las definiciones comunes de su situación de acción».⁽²⁷⁾ (Habermas, 1989: 171)

La densidad significativa de la vida cotidiana y los procesos por los cuales los sujetos «construyen socialmente la realidad» y le dan sentido tanto a lo que hacen como a lo que perciben, ha sido larga-

⁽²²⁾ Bruhn Jensen, Klaus, *The social semiotics of mass communication*. Sage, London, 1995.

⁽²³⁾ Thompson, John B, *Ideología y cultura moderna*. UAM-Xochimilco, México, 1993; *Los media y la modernidad*. Ed. Paidós, Barcelona, 1998.

⁽²⁴⁾ Wallerstein, Immanuel et al: *Abrir las ciencias sociales*. Ed. Siglo XXI, México, 1996. Págs. 81-83.

⁽²⁵⁾ Martín Barbero, Jesús, «Pensar la sociedad desde la comunicación: un lugar estratégico para el debate a la modernidad», *Diálogos* de la Comunicación No 32, FELAFACS, Lima, 1992. Págs.28-33.

⁽²⁶⁾ Fuentes Navarro, Raúl «Acercamientos socioculturales a la investigación de la comunicación: el gozne metodológico», en Rebeca Mejía y Sergio Sandoval (coords), *Tras las vetas de la investigación cualitativa. Perspectivas y acercamientos desde la práctica*. ITESO, Guadalajara, 1998. Págs. 77-100.

⁽²⁷⁾ Jürgen Habermas: *Teoría de la acción comunicativa*, Vol 1. Ed. Taurus, Madrid, 1989.

mente reconocida y elaborada por las diversas tradiciones antropológicas y sociológicas interpretativas que confluyen con estudios del lenguaje y la comunicación en el análisis de las prácticas sociales y sus relaciones con los sistemas culturales o de significación. Estas confluencias, una vez reconocidas y asimiladas, pueden ser la base para la superación de la concepción única o predominantemente *instrumental* y no *constitutiva* de la comunicación en la vida social.

El diseño metodológico para investigar la comunicación en la vida cotidiana en tanto relación constitutiva del ser (al menos social), representa un reto mayor, al que no obstante ha habido acercamientos altamente rigurosos y promisorios, como el ya mencionado de Giddens en la teoría de la estructuración. El énfasis en este acercamiento está puesto en un sujeto *competente*, que mediante su «conciencia práctica» posee un gran conocimiento acerca de las condiciones y las consecuencias de sus acciones en la vida cotidiana. Esta conciencia práctica es extraordinariamente compleja, «complejidad que con frecuencia permanece inexplorada en los acercamientos sociológicos ortodoxos»,⁽²⁸⁾ y en cuyo estudio sistemático reside una rica posibilidad de desarrollo para una *metodología comunicacional*.

A partir del mismo ámbito conceptual puede formularse, articuladamente, un segundo «gozne» metodológico para la investigación sociocultural de la comunicación, que a su vez puede fomentar la incorporación de aportes provenientes de la semiótica y la lingüística como el modelo de las *competencias discursivas*. En términos comunicativos, este eje atraviesa la categoría de usos, no sólo como relación de «lectura» de un mensaje por un sujeto, sino como capacidad de apropiación, aprovechamiento y transformación de los sistemas de comunicación, a su vez constituidos por sistemas de transmisión y procesamiento de información y por sistemas de significación, convencionalmente (es decir, socioculturalmente) articulados.⁽²⁹⁾

En la terminología de Giddens, los *esquemas interpretativos* «son los modos de tipificación incorporados en los repertorios de conocimiento de los

actores, aplicados reflexivamente en el sostenimiento de la comunicación» y son inseparables, como «modalidades» de la estructuración significativa de los medios o recursos de dominación y de las *normas* de la legitimación. De esta manera, la comunicación, el poder y la sanción (moral), dimensiones constitutivas de la interacción social, confluyen en la estructuración de los sistemas sociales a través de la *institucionalización discursiva, político-económica y legal*.⁽³⁰⁾

La *agencia* es, en la teoría de la estructuración, la capacidad del actor «para reinterpretar y movilizar un repertorio de recursos en términos de esquemas culturales distintos a los que constituyeron originalmente el repertorio», pues los recursos nunca están homogéneamente distribuidos entre los sujetos sociales (individuales o colectivos). «Ser un agente significa ser capaz de ejercer algún grado de control sobre las relaciones sociales en que uno está inmiscuido, lo que a su vez implica la capacidad de transformar esas relaciones sociales en alguna medida».⁽³¹⁾

El concepto de *agencia* y las *competencias* que pueden postularse y analizarse como sus constitutivos en la práctica comunicativa permiten sustentar un concepto de *usos* que articule las relaciones de los sujetos con los sistemas de comunicación sin aislar estas relaciones de las estructuras y prácticas de dominación y de legitimación, porque «las transposiciones de esquemas y las removilizaciones de recursos que constituyen la agencia son siempre actos de comunicación con otros. La agencia conlleva una capacidad para coordinar las acciones propias con otros y contra otros, para formar proyectos colectivos, para persuadir, para coaccionar, y para monitorear los efectos simultáneos de las acciones propias y las de otros. Más aún, el alcance de la agencia ejercida por personas individuales depende profundamente de sus posiciones en las organizaciones colectivas». (op.cit., p. 21)

Con esto puede resultar suficientemente expuesta la necesidad de una tercera articulación o «gozne» metodológico en la investigación de la comunicación: la constitución de las *identidades* sociales de los sujetos, en cuanto participantes (agentes) en distintos grados y modalidades, de la estructuración so-

⁽²⁸⁾ Giddens, Anthony, *Consecuencias de la modernidad*. Ed. Alianza, Madrid, 1993. Pág.281.

⁽²⁹⁾ Eco, Umberto, *Tratado de semiótica general*. Ed. Lumen, Barcelona, 1977.

⁽³⁰⁾ Giddens, Anthony, *The Constitution of Society. Outline of the Theory of Structuration*. University of California Press, Berkeley and Los Angeles, 1984. Págs. 29-31.

⁽³¹⁾ Sewell, William H. Jr, «A theory of structure. Duality, agency and transformation», *American Journal of Sociology* 98: 1, 1992. Págs.1-29.

cial mediante prácticas (interacciones) comunicativas. Con los aportes de las numerosas disciplinas y corrientes de pensamiento que han contribuido a formular el concepto de identidad en el contexto teórico de la *subjetividad* y, por necesidad, de la intersubjetividad, es posible integrar nuevos modelos de comunicación que aborden las prácticas de interacción social, articuladamente, desde sus constitutivos sistémicos o estructurales (objetivos) y desde la intersubjetividad en la producción social de sentido.

Mediante el desarrollo de modelos metodológicos que reconceptualicen la comunicación a partir de «goznes» como los indicados, será posible, en la *práctica de la investigación*, integrar sistemáticamente las herramientas de producción de conocimiento que avancen en la superación de dicotomías como las que oponen el objetivismo y el subjetivismo, lo macroestructural y lo microsocioal, lo económico-político y lo simbólico-cultural, o lo cuantitativo y lo cualitativo. También, deseablemente, diluir poco a poco las fronteras que separan aún a los estudios de la comunicación de otras «disciplinas» de las ciencias sociales y las humanidades. En palabras de Néstor García Canlini: «Los objetos de estudio de las ciencias sociales no pueden ser identidades separadas ni culturas relativamente desconectadas ni campos por completo autónomos. Las evidentes relaciones entre ellos no pueden entenderse si las concebimos como simple yuxtaposición. En un tiempo de globalización, el objeto de estudio más revelador, más cuestionador de las pseudo certezas etnocéntricas o disciplinarias es la interculturalidad. El científico social puede, mediante la investigación empírica de relaciones interculturales y la crítica autorreflexiva de las fortalezas disciplinarias, intentar pensar ahora desde el exilio. Estudiar la cultura requiere, entonces, convertirse en un especialista de las intersecciones».⁽³²⁾

Si la comunicación se asume como práctica socio-cultural definida por la producción de sentido, tal como parece irse imponiendo, sus estudiosos seremos, con mayor razón que los de la cultura, «especialistas de las intersecciones», para lo cual las no-

ciones de «interdisciplinariedad» o incluso de «transdisciplinariedad», parecen quedar cortas.

El proyecto: ¿impulsar la imaginación sociocultural o el paradigma de la comunicología?

El estatuto disciplinario de los estudios sobre la comunicación es, quizá, el tema crucial de debate sobre el pasado, el presente y sobre todo, el futuro de nuestro campo académico. En él confluyen los múltiples y complejos factores históricos que determinan su institucionalización, tanto en el plano *cognoscitivo* (saberes teórico-metodológicos) como en el *social* (haceres institucionalizados). En la última década, algunos investigadores de la comunicación hemos orientado nuestros mejores esfuerzos para analizar y formular sistemática, crítica y autorreflexivamente los procesos de constitución de ese campo; en mi caso, específicamente en la escala del contexto mexicano.⁽³³⁾

Otros contextos latinoamericanos tienen otras particularidades, y varios trabajos recientes para interrelacionarlas y sentar con ello las bases del desarrollo futuro del campo, contribuyen de una manera fundamentalmente importante al debate comunitario. En ese sentido, recupero como ejemplo la experiencia de haber participado, hace escasos tres meses, en el X Encuentro Nacional de Investigadores de la Comunicación, organizado por la Asociación Mexicana (AMIC), donde José Marques de Melo fue invitado como conferencista inaugural. Con su reconocida brillantez, Marques de Melo expuso ante los investigadores mexicanos un trabajo titulado «La comunidad académica de las ciencias de la comunicación: revisión crítica de la experiencia brasileña como paradigma para el fortalecimiento de la comunidad latinoamericana», en el que, en su propio resumen, documentó históricamente el trayecto a partir del cual: «Hoy Brasil posee una dinámica y expresiva comunidad académica en el área, reconocida y respaldada por el sistema nacional de ciencia y tecnología. Su agenda pública mantiene sintonía con las tendencias hegemónicas en la comunidad internacional respectiva, y se intensifica ahora el proceso de su legitimación interna por la

⁽³²⁾ García Canlini, Néstor, «De cómo Clifford Geertz y Pierre Bourdieu llegaron al exilio», en Rossana Reguillo y Raúl Fuentes (coords), *Pensar las ciencias sociales hoy. Reflexiones desde la cultura*. ITESO, Guadalajara, 1999. Pág. 69.

⁽³³⁾ Fuentes Navarro, Raúl, *La emergencia de un campo académico: continuidad utópica y estructuración científica de la investigación de la comunicación en México*. ITESO/Universidad de Guadalajara, Guadalajara, 1998.

comunidad profesional/empresarial con la que interactúa críticamente. La experiencia brasileña puede servir como referencia para la consolidación de la comunidad latinoamericana del campo, tarea a la que se han dedicado con ahínco la ALAIC y sus congéneres nacionales, como es el caso de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación».⁽³⁴⁾

Además del interés que tiene por sí mismo el caso brasileño, sin duda el mayor y el más avanzado de América Latina en cuanto a institucionalización de la práctica de la investigación en comunicación, y de la indudable competencia y rigor documental e interpretativo del autor, la propuesta a los investigadores mexicanos se expresa muy claramente en el párrafo final del texto de Marques de Melo, bajo la forma de una descripción del proyecto brasileño. Para él, «se trata, ahora, de transformar la cantidad en calidad y de motivar no sólo a los investigadores jóvenes, sino también a los comunicólogos dotados de madurez académica, para que se lancen a la arena internacional y diseminen los resultados de la investigación realizada en nuestro país». (op.cit. p. 29) Tal como les pareció a muchos miembros de la AMIC, considero que la propuesta es consistente y atractiva, no ignorable, sino al contrario, discutible.

A pesar de que ahora, como novedad en su larga y reconocida trayectoria, Marques de Melo apoya su argumentación en autores como Kuhn y Bourdieu para reconocer el anclaje sociopolítico y la dinámica de tensiones y contradicciones de las estrategias de *legitimación* en el campo académico, su propuesta se asimila mucho más como una ruptura en el plano ideológico que en cualquier otro. El modelo de práctica social en que Marques de Melo ubica el presente y el futuro de la investigación brasileña y latinoamericana de la comunicación no es el que él mismo reconstruye como eje de la que llama la «Escuela Latinoamericana de Investigación de la Comunicación», y que probablemente haya sido formulado y asumido más como «utópico» que como *utopístico*. Si la ruptura es, efectivamente, ideológica, el debate por el estatuto disciplinario de los estudios de la comunicación tendrá que seguir siendo arduo y complicado, porque como han observado Dogan y Pahre: «Las disciplinas y subdisciplinas se

dividen de acuerdo con criterios epistemológicos, metodológicos, teóricos e ideológicos. A veces, las divisiones ideológicas pueden revelarse irreductibles. Las de carácter teórico son susceptibles de superación. Las de naturaleza conceptual o metodológica pueden ser fácilmente conciliadas».⁽³⁵⁾

El modelo que subyace en los análisis y las propuestas de Marques de Melo, y en las acciones colectivas que se ha encargado de liderar, a mi manera de ver, es estrictamente análogo al que subyacía en la *agencia* de Wilbur Schramm en los años cincuenta y sesenta en Estados Unidos, cuando se constituyó bajo su liderazgo y autoridad el campo académico de la investigación de la comunicación, según lo ha evidenciado históricamente Everett Rogers.⁽³⁶⁾

La estrategia *fundadora*, y por lo tanto, *paradigmática* de Schramm incluyó la creación de institutos especializados en investigación de la comunicación, la redacción de los libros de texto que definieron el campo en los años cincuenta, la formación de docenas de los primeros doctores en comunicación, la fundación o dirección de asociaciones y la difusión internacional de la disciplina o ciencia de la comunicación.⁽³⁷⁾ El proceso de institucionalización del campo impulsado así por Schramm en Estados Unidos tiene el mérito de haber superado el conservadurismo del sistema universitario norteamericano, que resiste tradicionalmente la creación de departamentos en campos «nuevos», mediante el recurso de introducir las actividades de investigación a los departamentos, ya existentes en las universidades, de periodismo y más adelante de *Speech*, e irlos transformando paulatinamente en departamentos de comunicación. Este proceso de conversión, a más de cuarenta años de iniciado, no está concluido y ha generado la más notable desarticulación norteamericana del campo académico de la comunicación: la escisión entre la investigación de la *mass communication* [comunicación masiva], y la investigación de la *speech communication* [comunicación interpersonal].⁽³⁸⁾ Si al mismo tiempo el campo así desarticulado crece y se expande notablemente, y se enfrenta a un conjunto creciente de fenómenos sociales de rápida evolución como es el caso del de

⁽³⁴⁾ Marques de Melo, José, «A comunidade acadêmica das ciências da comunicação: revisão crítica da experiência brasileira como paradigma para o fortalecimento da comunidade latino-americana», *Conferencia inaugural del X Encuentro Nacional de Investigadores de la Comunicación*, La Trinidad Tlaxcala, abril de 1999.

⁽³⁵⁾ Dogan, Matei y Pahre, Robert, *Las nuevas ciencias sociales. La marginalidad creadora*. Ed. Grijalbo, México, 1993. Pág. 69.

⁽³⁶⁾ Rogers, Everett M., *A history of communication study. A biographical approach*. The Free Press, New York, 1994.

⁽³⁷⁾ Rogers, Everett M., «Looking back, looking forward: a century of communication study», en Gaunt (ed), *Beyond agendas: new directions in communication research*. Greenwood Press, Westport CT., 1993, Págs. 19-39.

⁽³⁸⁾ Dadas las características radicalmente diferentes de las universidades latinoamericanas con respecto a las norteamericanas, la institucionalización de la investigación de la comunicación en ellas tuvo necesariamente características y condiciones históricas diferentes. Ver, por ejemplo, José Joaquín Brunner: «Universidad y sociedad en América Latina». UAM-Azcapotzalco/ SEP, *Ensayos* N° 19, México, 1987.

la comunicación en Estados Unidos, es inevitable postergar la definición disciplinaria.

Pero el análisis de este paradigma norteamericano, más allá del reconocimiento de la dependencia asumida con respecto a él en casi todo el resto del mundo para la institucionalización y constitución del campo académico de la comunicación, tiene para América Latina una implicación particularmente relevante. Muchos analistas norteamericanos comparten una preocupación creciente por la relación entre el crecimiento institucional y el desarrollo teórico, pues son evidentes en la actualidad la *fragmentación* y desnivelación del campo.⁽³⁹⁾ En un artículo titulado, significativamente, «Fuentes institucionales de la pobreza intelectual en la investigación de la comunicación», John Durham Peters observaba hace más de una década que aunque «la auto-reflexión es clave en una ciencia social saludable, las circunstancias en la formación del campo han generado obstáculos graves para hacerlo de una manera fructífera. Específicamente, exploraré el fracaso del campo en la definición de una manera coherente de su misión, su objeto y su relación con la sociedad».⁽⁴⁰⁾

Peters señalaba tres principales «fuentes de la pobreza intelectual» del campo: la primera es la *institucionalización*, impulsada por Wilbur Schramm al crear los Institutos de/para la Investigación de la Comunicación en las universidades de Illinois en 1948 y Stanford en 1955, en los cuales se privilegió, por una parte el campo mismo sobre su productividad intelectual, y por otra la definición de políticas y aplicaciones sobre la reflexión y la teorización crítica. La síntesis de Peters es despiadada: «El afán del campo por sobrevivir ha sido el encarnizado enemigo del desarrollo teórico. Lo que sobrevive es un fruto de la ambición más que del sentido». (op.cit. p.538) En otro sentido, Everett Rogers ha señalado que la tarea principal del naciente campo de la investigación de la comunicación fue «gastar los millones de dólares generados por la producción petrolera» que Rockefeller donó para financiarla.⁽⁴¹⁾

La segunda «fuente» está en los usos de la teoría de la información, que otra vez Wilbur Schramm identificó con los estudios de comunicación, siendo una innovación de la ingeniería eléctrica que, desde

su publicación en 1948, fue diseminada a prácticamente todas las ciencias (físicas, biológicas y sociales), las artes, las humanidades y la filosofía. «La pandisciplinaria teoría de la información y la investigación de la comunicación institucionalizada tiraban en direcciones opuestas: la una, interesada en la teoría universal, la otra, en el territorio particular. Sin embargo, el joven campo no pudo sino aprovecharse del interés en la «comunicación» que despertó la teoría de la información. De pronto se encontró a sí mismo hablando en el mismo vocabulario informacional que todos los demás (...) Nadie cree más en *emisores* y *receptores*, *canales* y *mensajes*, *ruido* y *redundancia*, pero esos términos han llegado a ser parte de la estructura básica del campo, en libros de texto, programas de cursos y revisiones de literatura». (op.cit. p. 540)

La auto-reflexión como *apologética institucional* es la tercera «fuente de pobreza intelectual» del campo de la comunicación señalada por Peters, por la cual la conservación del campo para estudiar fenómenos que la sociología, la psicología social o la antropología habían ya adoptado como propios y los habían abordado con sus propios métodos, tomó el lugar de la teoría, imposible de construir en términos de «comunicación masiva». De manera que «el campo que Schramm construyó consistió en las sobras de la investigación previa, apareadas con campos desposeídos como el periodismo académico, el drama o el habla [*speech*] (dependiendo de la universidad específica)». (op.cit. p.544)

La inusitada crítica de Peters a Wilbur Schramm y su «herencia» (el campo de la investigación de la comunicación) apunta, más allá de la virulencia contra el «padre fundador», fallecido en 1988, a un factor centralmente importante, la *constitución teórica*, que reafirma en una respuesta a un crítico de su artículo: «En suma, la teoría se usó casi exclusivamente para propósitos de legitimación y sus 'ideas interesantes' fueron ignoradas. El destino de la teoría de la información es una lección sobre los compromisos que se hallan en el periodo formativo del campo: negociar alcance teórico por territorio académico. Durante el tiempo en que hubo amplia teorización interdisciplinaria sobre la comunica-

⁽³⁹⁾ Paisley, William, «Communication in the communication sciences», in Dervin & Voigt (eds), *Progress in communication sciences*, volume V. Ablex, Norwood NJ. 1984. Págs. 1-43.

⁽⁴⁰⁾ Peters, John Durham, «Institutional sources of intellectual poverty in communication research», *Communication Research* Vol 13 No 4, 1986. Págs. 527-559.

⁽⁴¹⁾ Rogers, Everett M., «Looking back, looking forward: a century of communication study», en Gaunt (ed), *Beyond agendas: new directions in communication research*. Greenwood Press, Westport CT, 1993.

ción, el campo se distinguió de esa teorización y se otorgó a sí mismo una designación institucional. El único uso que tuvo la teoría de la información en el campo fue el de un escudo de armas académico». ⁽⁴²⁾

La propuesta final de Peters es «dar sustancia, vía la teoría, a los conceptos centrales del campo», definir «lo comunicativo», y «propiciar una anarquía en los conceptos centrales, libre de toda intromisión institucional, e insistir en la vitalidad intelectual de tal anarquía. Todo vale, se diría, con tal de que sea de alta calidad». (op.cit. p. 316) Esta alusión a Feyerabend, ⁽⁴³⁾ que advertía que «la proliferación de teorías es beneficiosa para la ciencia, mientras que la uniformidad debilita su poder crítico», merece un análisis más detallado, especialmente en relación con la tensión entre la orientación ideológica y la «cientificidad» implícita en la «comunicología» propugnada por Marques de Melo.

Un esquema de análisis semiótico aplicado también muy recientemente en México por Rafael Reséndiz para reflexionar sobre «la comunicación: una *in-disciplina* intelectual», ⁽⁴⁴⁾ puede ayudar a precisar los ejes del complejo debate sobre la teoría y la práctica de la investigación de la comunicación en América Latina y su futuro: «El fenómeno contemporáneo de la comunicación ha generado el desarrollo de varias topologías: una topología multirreferencial, una más multidimensional y otra multifuncional, las que conforman los ejes donde convergen el saber, el ser y el hacer comunicacionales. Esta triaxialidad se ve coronada por un último eje, que es el de la ética comunicacional, quizá pervertida, que debería definir los parámetros del saber, del ser y del hacer comunicacionales».

Esta propuesta opera sobre el supuesto de que las «ciencias de la comunicación», son un «proyecto científico con pocas posibilidades de concretarse, dada la amplitud de dimensiones del saber y del saber-hacer que pretende englobar» (op.cit. p. 1). La clave está en el poder social de los agentes (o «actores» en los términos usados por Reséndiz) que controlan las dimensiones gnoseológica, teleológica y praxeológica de la comunicación, que pudieran acordar los términos de una ética fundante de la comuni-

cación en la sociedad.

A manera de síntesis, que no de conclusión, de esta sucinta relación de algunos de los problemas que desde diversas perspectivas han ido definiendo los términos de un debate insuficientemente desarrollado por los investigadores latinoamericanos de la comunicación en los años noventa, propongo un esfuerzo comunitario centrado en la formulación de un proyecto que, a partir de una *definición ética* (es decir, ideológica, político-moral) de las funciones sociales que puede desempeñar la investigación de la comunicación en el sistema-mundo de transición histórica en que habremos de vivir al menos por las siguientes dos décadas, establezca los *espacios de discusión y de construcción colectiva, sistemática y rigurosa*, de las opciones que en el terreno teórico-metodológico y epistemológico por una parte, y en la organización de las prácticas de investigación por la otra, podrían adoptarse como *utopística comunicacional, como producción social de sentido sobre la producción social de sentido*.

(**) Profesor-investigador del Departamento de Estudios de la Comunicación Social de la Universidad de Guadalajara y del Departamento de Estudios Socioculturales del ITESO. Guadalajara, Jal., México. E-mail: raulin@prodigy.net.mx

⁽⁴²⁾ Peters, John Durham, «The need for theoretical foundations. Reply to Gonzalez», in *Communication Research* Vol 15 No 3, 1998. Págs. 309-317.

⁽⁴³⁾ Feyerabend, Paul *Contra el método*. Esquema de una teoría anarquista del conocimiento. Ed. Tecnos, Madrid, 1986.

⁽⁴⁴⁾ Reséndiz Rodríguez, Rafael, «La comunicación: una *in-disciplina* intelectual (reflexiones sobre los actores, los espacios y los tiempos comunicacionales)». Ponencia en la mesa de trabajo Situación actual y estado del conocimiento en ciencias de la comunicación, en el Congreso Nacional del Consejo Mexicano de Ciencias Sociales AC. México, DF, abril 19-23 de 1999.

Entrevisitas

Un diálogo permanente

Entrevista realizada por Florencia Saintout en colaboración con Nathalie Iñiguez Rímoli.

Mario Kaplún ha sido uno de los más grandes comunicadores y educadores que hemos tenido en América Latina, uno de sus más comprometidos maestros. La serie *Jurado 13*, el conocidísimo *Cassette-Foro*, su trabajo de Educación para los Medios a través del método de *Lectura Crítica*, y fundamentalmente la búsqueda constante de un hacer liberador, han constituido aportes claves a la creación del pensamiento latinoamericano en comunicación/educación. Todos sus trabajos y reflexiones han circulado por el continente formando parte de la historia de este campo, marcándolo, aportando a la construcción de su identidad. La presente entrevista se realizó en el marco del Primer Congreso de Comunicación y Educación, en la ciudad de Las Flores en septiembre de 1998. *Oficios Terrestres* edita este diálogo como homenaje a su trayectoria.

Oficios Terrestres: ¿Nos podría contar qué circunstancias lo acercaron a las problemáticas de la comunicación?

Mario Kaplún: La historia es larga, son muchos años, no sé si les va a entrar todo en una entrevista. Tendría que empezar diciendo, un poco como Woody Allen, «yo también fui producto de los radio days», de los días de la radio.

La radio era una presencia importante en mi casa, en mi familia, en mi infancia. Yo juga-

ba a solas a transmitir por radio. Es decir, ya había una especie de acercamiento a ese medio que se profundizó cuando en Buenos Aires, donde yo nací, apareció un programa muy especial, *Platea Club* sobre libros, cine, teatro y que era muy abierto a la presencia de los jóvenes. Entonces, con esa temeridad que puede tener un joven, yo empecé a hacer algunas notas. Luego se me dio la oportunidad a través de ese medio de convocar a algo que se llamó *El club del libre debate*, que eran unas reuniones que hacíamos los sábados por la tarde donde convocábamos a los jóvenes que quisieran venir para discutir temas que tuvieran que ver con nuestra realidad de jóvenes. Esa fue mi primera actividad, allá por el '41. De ese modo estaba yo aproximándome, sin saberlo, a la radio.

Y ahora pego un salto, pequeño salto. En el año '42 se crea en Buenos Aires un programa educativo, del Ministerio de Educación que se llamó primero *Escuela del Aire* y después *Radio Escuela Argentina*, con una propuesta que si ahora uno la mira a distancia queda bastante sorprendido porque habían tomado como modelo inspirador el de la BBC de Londres. Eran programas educativos pero con formato de radiograma, con efectos, con los recursos de montaje del radiograma. Estaban buscando guionistas para ese programa (en tanto yo me

había recibido de maestro: mis estudios fueron de magisterio). Los guionistas comerciales, de radionovela, con toda su experiencia y tan cotizados como eran en éste género no eran aceptados porque les exigían un tratamiento del tema ajeno a ellos y les salían unas cosas muy duras, muy convencionales. Como la gente de ese programa me conocía, sabía que yo era maestro, me pidieron que intentara hacer un guión. Lo que ellos no sabían era que entretanto yo había aprendido de una manera empírica y autodidacta el manejo del radiograma, de la técnica del radiograma. ¿Y cómo fue eso? Fue porque recién recibido de maestro, sin trabajo todavía, me ofrecieron trabajar como empleado en un estudio de grabación de discos. Ustedes se imaginarán lo que era grabar discos en la década de los '40: eran de esos discos de acetato. Todo esto de grabar discos parece que no tenía nada que ver, pero sucede que la agencia que producía los radioteatros para una de las marcas de jabón más populares y para una marca de colonia y perfume también muy popular, tenía el problema que estaba sacando al aire, por día, cinco radioteatros y ya no podía hacerlo desde las distintas emisoras porque su staff estable no llegaba a tiempo. No, no podía desplazarse de un estudio a otro y se le ocurrió arrendar un estudio desde donde sacar al aire para las distintas emisoras sus cinco radioteatros. Entonces arrendaron el estudio donde yo estaba trabajando y de esa manera, mientras cumplía mis funciones de empleado, no me era nada difícil tomar los guiones e ir viendo cómo los producían. Así aprendí la técnica de la radionovela a fondo, con todos sus recursos. De modo que cuando presento mi guión piloto para la *Escuela del Aire* había por un lado, un enfoque pedagógico y por el otro, un dominio en la técnica. Así me inicié y así comenzó mi historia ya relacionada con la comunicación educativa.

O.T.: Y ahí empezó a escribir, a pensar la comunicación, a tematizarla.

M.K.: Algo de eso hubo porque me empe-

zó a interesar el lenguaje sonoro, empecé a profundizar en el tema. Más allá de las convenciones de la radio corriente empecé a experimentar sobre el lenguaje sonoro y a escribir sobre él. Eso fue la incipiente vertiente teórica de un trabajo que era fundamentalmente empírico.

O.T.: Y en ese momento ¿qué empezaba a ver de todo esto que era la educación, los medios?

M.K.: Una de las cosas principales que yo aprendí en esas primeras experiencias y que después me marcó toda la vida fue el descubrimiento de la relación de empatía entre el emisor y el receptor, cuando el emisor sabe compenetrarse con el receptor. Y eso ¿por qué fue? Porque en uno de los ciclos que yo escribía para la *Escuela del Aire* uno de los temas que abordamos fue el de los inmigrantes. Mi familia era inmigrante, entonces empecé a armar el programa con intuiciones, jirones o recuerdos de la historia familiar, de mis inmigrantes. Cuando ese día volví a mi casa encontré a mis tías llorando. Ahí empecé a plantearme cómo era esa relación de compenetrarse con el receptor para entrar en su propia vida. Ese principio de empatía me acompañó para siempre, después lo teoriqué, lo sistematicé. Pero era como una primera intuición que desde el principio estuvo presente.

O.T.: Muchos otros empiezan pensando cómo debe hacerse y después van hacia la práctica. Usted empezó por el lugar del hacer.

M.K.: Sí, además con una gran libertad para experimentar. El programa, por sus características, me daba mucha libertad.

O.T.: En ese momento, ¿estaba con otras personas que trabajaran en las mismas problemáticas?

M.K.: No, solamente tenía en la radio un amigo, un gran amigo personal que fue el que me daba como el feed back de lo que yo estaba haciendo, porque fue un hombre sensible, profundo y me hacía ver qué cosas estaba

desencadenando a partir del sonido.

O.T.: La Iglesia Católica ha ocupado un lugar importante en muchos de los trabajos en comunicación en América Latina, tanto en aquellas perspectivas que pensaban la comunicación como herramienta de desarrollo como aquellas que la miraban como práctica liberadora. ¿Cómo aparece la Iglesia en sus trabajos?

M.K.: Después de mi ida al Uruguay, y allá por los '70, empiezan a realizarse los primeros eventos en torno a la comunicación, los primeros eventos de reflexión en torno a la comunicación. Esos primeros eventos tuvieron su anfitrión, su convocatoria, en organizaciones de la Iglesia Católica. Entonces, yo fui invitado a esos eventos y ahí empecé a sistematizar y a plantearme a nivel teórico las cosas que ya estaba haciendo en la práctica.

O.T.: ¿Usted para ese entonces participaba en la Iglesia Católica?

M.K.: Sí. Pero yo creo que ya la convocatoria era amplia y no todos los que participaban eran necesariamente católicos, sino gente que tenía una inquietud social, una inquietud ética en torno a los medios.

Llegó un momento, en el año 72, en que para uno de esos eventos que tuvo lugar en México, y que fue un diálogo Norte-Sur, me pidieron un trabajo de investigación sobre el estado de la comunicación masiva en América Latina. Allí empezó otro desafío, el desafío de la investigación. Algunos colegas, como José Marques de Melo, siempre apreciaron mi trabajo porque dicen que fue el primer intento de una mirada panorámica sobre el conjunto de América Latina en relación a los medios. Pero en mi historia, entretanto, estaban pasando otras cosas que fueron muy determinantes. Yo estaba haciendo un programa de televisión en Uruguay que tuvo mucha penetración. Era un programa periodístico-polémico que hice hasta el año 1968. En ese mismo año, que fue un año muy especial en todo el mundo, en Uruguay tuvimos un gobierno constitu-

cional pero semidictatorial y mi programa -que ya llevaba 6 años en el aire y que sustentaba como divisa la libertad de opinión- no fue viable en un régimen represivo y con censura como era ese. Y aún si hubiera sido posible seguir haciéndolo yo pensaba que era deshonesto, que era una farsa hacerlo, porque de alguna manera legitimaba un gobierno dictatorial haciendo creer que daba libertad cuando no la daba. Entonces, simultáneamente el medio me expulsó y yo a la vez me autoexcluí del medio porque las condiciones eran esas. Y es ahí que me invitan a producir programas de Radio para América Latina.

O.T.: ¿Quiénes lo invitan?

M.K.: Esta vez la invitación vino de una organización con sede en Munich, Alemania, que posteriormente adoptó la denominación SERPAL (Servicio de Radio para América Latina). Y después de haber estado ya en televisión volví a mi primer amor, la radio, pero ya con todo un cúmulo de experiencias y con el desafío de producir programas educativos de contenido ético y social para un público vasto de toda América Latina. Ahí nació, entre otras cosas, la serie que fue conocida en toda América Latina: *Jurado 13*.

O.T.: En toda esta época que debe haber sido muy movida para usted y para todos los latinoamericanos, ¿cuáles eran sus lecturas, con quién conversaba, con quiénes intercambiaba ideas?

M.K.: Con respecto a las lecturas, Paulo Freire sin duda fue una fuente inspiradora para todos nosotros, y una fuente animadora.

Por otro lado, en Uruguay había gente que estaba en la corriente de educación popular y con la que ciertamente dialogábamos de todo esto. Pero además vivíamos un momento tan singular de esperanza y de sentido de liberación que nos marcó tanto desde lo político como desde lo social y lo religioso. Entonces, vivíamos ya con una proyección de utopía. *Jurado 13* es un poco expresión de eso.

A partir de allí se van siempre juntando, articulando, la dimensión de productor, que yo todavía conservaba, la dimensión de experimentador (que prefiero decir más experimentador que investigador, porque me parece que lo que yo hice fueron experimentos que después sistematicé) y la actividad docente. Esta última empieza con el gobierno de Velasco Alvarado en Perú. Riveiro dirigía una oficina de Naciones Unidas en Perú al servicio del proyecto revolucionario del gobierno de Velasco Alvarado. Sabe de mí y me lleva a hacer un curso de radio para productoras de radio de todo el país, dentro de un proyecto socio-político. Ese fue el primer curso que yo dicté y, de ese curso, entre otras cosas, nació mi libre producción de programas de radio.

O.T.: Siempre su amor ha sido la radio...

M.K.: Bueno, yo no sería tan drástico en eso, pero si lo miramos desde el punto de vista biográfico, sí. Muchos me identifican con el medio, pero el camino me llevó también para otros lados. Después de producir *Jurado 13* se me plantea una inquietud justamente desde el punto de vista de la experimentación y de las posibilidades del medio.

O.T.: Mientras hacía *Jurado 13*, ¿seguía viviendo en Uruguay?

M.K.: Sí, *Jurado 13* nació de un concurso latinoamericano de proyectos de programas. Yo presenté la idea, que todavía no se llamaba *Jurado 13*, y obtuvo el primer premio. Entonces el secretario ejecutivo de la organización que auspició el concurso quiso que el proyecto se realizara y durante un largo tiempo gestionó la idea. Finalmente, cuando salió, me dio la libertad para elegir cualquier país. Le dije que el país que elegía era Uruguay.

O.T.: No sabe la cantidad de veces que dicen «Kaplún, el uruguayo»...

M.K.: Sí, pero yo siempre digo «argentino-uruguayo» y no significa optar aunque sin duda Uruguay fue históricamente mucho más importante porque llevo muchos más años, porque fundé mi familia.

O.T.: Y cuando eligió hacer *Jurado 13* en Uruguay ¿por qué fue?

M.K.: En ese momento yo sabía que había condiciones en Uruguay para poder hacer la producción que había pensado, porque en materia de teatro había una gran variedad y una gran riqueza de gente, y con esa gente fue que se produjeron los guiones.

Jurado 13 se distribuyó por emisoras de radio de toda América Latina (alrededor de 600 emisoras de América Latina pasaron *Jurado 13*) con lo cual logré demostrarme a mí mismo y a mis compañeros algunas cosas. Una, que era posible acceder a la radio comercial, aún con programas cuestionadores, si estaban profesionalmente bien realizados. Otra, que era posible producir para toda América Latina, cosa que me decían que era imposible porque había diferentes dialectos, diferentes realidades locales. Sin embargo, la experiencia de *Jurado 13* demostró que con todo esto, igualmente se podía.

O.T.: Muy cercano en el tiempo a *Jurado 13* usted comenzó a trabajar con el *Cassette-Foro*, una experiencia de uso alternativo de las tecnologías, que propiciaba la participación de los receptores dentro de los procesos de comunicación ¿Qué se acuerda de esta experiencia ahora?

M.K.: Sí, fue una experiencia de comunicación participativa y fue un trabajo de investigación-acción, porque todas las etapas estuvieron precedidas de instancias de investigación y todos los resultados fueron sistematizados, evaluados. O sea que constituyó, al mismo tiempo, una práctica y una investigación. Al publicarse, al hacerse algunas notas informativas sobre la experiencia, un investigador estadounidense de New York me escribió y me dijo que él había estado investigando todos los usos del audiocassette con fines educativos, y que si a mí me interesaba me podía mandar la recopilación que había realizado de experiencias que se habían hecho. Le dije que sí, que me interesaba que me las

mandara y me preparé a un baño de humildad. Dije: ahora voy a darme cuenta que eso que yo creía que había creado ya estaba inventado hace rato. Y, sin embargo, fíjense que interesante, no fue así. El había recopilado una cantidad muy grande de experiencias pero ninguna tenía las características de las que yo había diseñado. Porque en todas las otras el cassette servía para que el destinatario, sea individual o grupal, escuchara un mensaje ya grabado, pero en ninguna él podía grabar, como en la propuesta del *Cassette-Foro*. Tanto es así que en la experiencia de mayor envergadura, que se había realizado en la India, con una inversión millonaria, los aparatos que se distribuyeron a la gente para que recibieran los cassettes, no tenían tecla de record, sólo tenían tecla de play. Porque no lo necesitaban, no les importaba, no le daban valor a lo que para mí era lo más interesante de esa tecnología que era el ida y vuelta.

O.T.: En la década de los '70, otra de las experiencias que inició y en la que se le reconoce un papel pionero fue aquella que llamó *Método de Lectura Crítica de mensajes de los medios*, con un objetivo educativo para los medios, bajo la idea de formar receptores críticos. Y es interesante ver cómo en la década de los '80 cuando aparece lo que podría llamarse el «boom del receptor», con sus cosas negativas y positivas, ya hacía tiempo que había gente trabajando en el tema. Es decir, no es que en los '80 renace de la nada la problemática de la recepción, como a veces pareciera que se plantea.

M.K.: Sí, por lo menos algunos estábamos ya antes pensando en el receptor. Yo no creo que fuéramos mayoría, pero éramos algunos que a lo largo del tiempo nos hemos ido encontrando y tenemos afinidades que creo marcan una línea.

Y luego de *Jurado 13* y del *Cassette -Foro*, viene mi exilio en Venezuela que se produce a partir del año 78 cuando ya era imposible seguir trabajando bajo las condiciones de la

dictadura militar. La época de Venezuela fue sumamente rica porque ya ahí dejó de ser mi centro la producción, para entregarme, fundamentalmente, a la capacitación de grupos populares. También a la búsqueda de un marco teórico y, al mismo tiempo, a una práctica permanente de talleres de capacitación.

La lectura crítica tuvo un papel importante en esa época. Ahí empezamos a desarrollarla a fondo, a sistematizarla y a perfeccionarla y todo lo que era capacitación en medios de comunicación para grupos populares, es decir, la idea siempre de generar nuevos emisores.

O.T.: ¿Y cómo es que entra la educación en su campo de interés?

M.K.: De regreso al Uruguay, en el año 85, intenté sin demasiado éxito crear una especialización en Comunicación Educativa en la incipiente Carrera de Comunicación en la Universidad de la República. Y allí esto también

tuvo importancia en mi formación teórica. Pero yo creo que hubo algo que pasó antes del '85 y que quiero darle su papel importante. En el año 83, estando todavía en Venezuela, la oficina regional de Educación para América Latina y el Caribe de la UNESCO, con sede en Santiago de Chile, estaba organizando la Conferencia de Consulta Regional, preparatoria de la Conferencia Mundial de Educación de Adultos y el encargado de esa área, que me había conocido por esos días, me pidió un estudio sobre comunicación y educación de adultos en América Latina. Eso tuvo una importancia histórica en mi proceso porque allí sí hubo dos cosas: primero la exigencia de un rigor de investigador en el estudio, la recopilación de un conjunto de elementos que nadie, hasta ese momento, había sistematizado y por lo tanto, la necesidad de investigar muy exhaustivamente, pero, sobre todo, el cambio de destinatario. Porque hasta ese momento lo que





yo había producido en teoría de la comunicación siempre había sido para comunicadores y ahora yo tenía bien claro que estaba escribiendo para educadores y que tenía que cambiar la óptica para ser comprendido por los educadores. Y así fue como yo entré en el campo de lo que hoy llamo «Comunicación Educativa», el eje comunicación-educación.

O.T.: Un campo todavía en emergencia

M.K.: En emergencia, pero empecé a descubrirlo como un campo que necesitaba, justamente, aportes.

O.T.: ¿Y por qué dice que en el '85 intentó crear una especialización en Comunicación Educativa pero no con demasiado éxito? ¿cuáles fueron las dificultades?

M.K.: Mire, con respecto a esta orientación, creo que Juan Díaz Bordenave tuvo razón cuando dijo que nos apuramos demasiado. Que no estaban dadas las condiciones para crear orientaciones en una carrera tan nueva.

Y la universidad del Uruguay nunca entendió la importancia de la comunicación.

No entendía en general todo el problema de la comunicación como un problema académico. El resultado es que hubo fuertes presiones para cambiar el plan de estudios y el nuevo plan eliminó las orientaciones, hizo un único programa para todos y yo me desinteresé y dejé la carrera, dejé ese aspecto de la docencia. Pero, en cambio, entré a trabajar mucho desde el punto de vista teórico, en la construcción de un marco para el eje comunicación/educación que, como le digo, tuvo su origen en ese trabajo del '83 y se expresa en mis publicaciones y en los cursos que estoy dando a partir de ese momento.

O.T.: Ahí empieza una segunda parte, una segunda etapa en su trabajo

M.K.: Exacto: una segunda etapa que para nada reniega de los pasos anteriores, sino que busca una nueva síntesis que se refleje en algo más amplio.

O.T.: ¿Y en éste momento? ¿cómo ve este campo de la comunicación?

M.K.: Habría mucho para decir sobre eso...es un campo cuyo destino final depende del tipo de sociedad al que apuntemos, lo cual no quiere decir que el campo sea un testigo pasivo. Yo quiero y creo que tiene que contribuir a construir esa sociedad pero actualmente estamos enfrentados a modelos de sociedad muy conflictivos entre sí. Y ¿cuál va ser el destino de la especie humana? está entre signos de interrogación porque hay, por una parte, una fuertísima corriente que pone todo el acento en lo tecnológico y una corriente, posiblemente, más débil, cuantitativamente, que sigue poniendo su acento en lo humano. Así tan sencillamente: lo humano. Y ahí está en juego qué tipo de cultura, qué tipo de sociedad vamos a tener en el futuro y de eso depende qué tipo de comunicación educativa vamos a tener. Porque vamos a tener comunicación educativa en cualquiera de las posibilidades, pero va a ser muy diferente.

O.T.: Desde que usted empezó a trabajar lo hizo con la idea de darle la palabra al receptor, de romper con la idea del receptor mudo, ¿cómo ve en este momento los estudios de recepción? ¿qué balance puede hacer de las llamadas «teorías de la recepción», ahora, a fines de los noventa?

M.K.: Estamos empezando a llegar a la valoración de nuevas síntesis. Yo que lo viví a ese proceso les puedo decir que en América Latina hemos vivido una polarización. Una primer etapa, en que los estudios sobre los medios estaban totalmente dirigidos a la crítica de los medios, al cuestionamiento de los medios. De esa época yo quisiera decir dos cosas: una que aportó muchísimo y que a veces me duele que las nuevas generaciones la desconozcan; y otra, que tenía una enorme laguna y es que no ponía en juego al receptor, lo desconocía. Suponía un receptor inerte, pasivo, puramente manejable. La segunda etapa tiene que ver con los nuevos estudios de recepción, que revalorizan al receptor pero que olvidan, dejan de lado, todo el aporte de la crítica a los medios que se había dado en la década anterior. Idealizan al receptor. Yo estoy totalmente de acuerdo con Beatriz Sarlo cuando usa una expresión muy fuerte pero que me parece muy certera y habla de un «neopopulismo de mercado».

Hoy creo que empiezan a sonar vestigios o indicios de que vamos a llegar a una nueva síntesis en que los dos aspectos, el poder y el receptor, estén debidamente contemplados. En este momento empieza a haber líneas en esta dirección, a delinarse nuevas tendencias.

O.T.: Pareciera, da la sensación, que hoy en las carreras de comunicación hay como dos divisiones muy tajantes entre teoría y práctica. ¿Es una sensación muy parcial o...?

M.K.: Yo les doy la razón, creo que esa dicotomía, esa desarticulación entre teoría y práctica es muy fuerte en las carreras de comunicación y muy negativa. Justamente una de las cosas que yo hubiera querido desarro-

llar es mi propuesta de mi método de taller de producción, que yo aplicaba en los cursos en la Universidad de Montevideo y que llamé *Taller Integral de Producción* porque precisamente intentaba articular teoría y práctica. Creo que un comunicador necesita de ambas vertientes y necesita, sobre todo, articular ambas vertientes. No se puede pensar en un comunicador tan intuitivo y tan empírico que no tenga un bagaje teórico desde el cual abordar su producción profesional, pero de poco le sirve ese bagaje teórico si no sabe crear con esos elementos un mensaje profesionalmente válido. Y eso yo lo comunico con mi práctica. Cuando yo les decía que *Jurado 13* tuvo acceso a 600 emisoras, incluso en los horarios preferenciales, era porque había sido hecha por alguien que sabía, que conocía cómo se hacía y que usaba los recursos del medio. Sin eso todo hubiera quedado en una voluntarista buena intención.

O.T.: Finalmente, ¿qué piensa de la existencia de un pensamiento latinoamericano de la comunicación? ¿existe como pensamiento latinoamericano y qué significa esto en los noventa?

M.K.: Desde mi visión creo que sí existe un pensamiento latinoamericano. Pero que para reconstruirlo hay que saber remontarse bien hacia sus orígenes, no quedarse con los estudios de la década de los '80. Porque siempre he tenido la sospecha de que esa década no era tan creativa ni original, que en realidad estábamos siguiendo estudios americanos y europeos.

Pero con respecto a las primeras posturas sí yo creo que hubo aportes legítimos latinoamericanos. Aunque para algunos pueda ya ser un libro superado, creo que para citar unos pocos, el trabajo de Antonio Pasquali, que algunos mirarán como envejecido, todavía conserva una actualidad de una riqueza creativa muy grande. Especialmente destaco que hay todo un planteo filosófico alrededor de la comunicación. Lo mismo en el trabajo de Luis

Ramiro Beltrán y creo que tendría que nombrar a muchos más. Pero realmente hubo una toma de postura sobre los derechos del receptor, sobre el derecho a la comunicación, sobre la concepción de la comunicación que a mí me parecen originales y rescatables.

Releer las fuentes de nuestro pensamiento, nos ayudaría a comprender mucho mejor la realidad actual de la comunicación.

Sujetos, comunicación y poder



Por: Lic. Inés Seoane Toimil
Lic. Susana Malacalza
Lic. Alberto Amato

En 1997, Ernesto Laclau visitó la Facultad de Periodismo y Comunicación Social para dictar un seminario y participar del Segundo Congreso Nacional de Facultades de Comunicación Social que se organizó en la ciudad de La Plata. Allí pudimos encontrarnos con el pensamiento de un filósofo argentino radicado en Inglaterra, que está repensando la política y la democracia desde la revisión de las clásicas categorías de la ciencia social.

Para Laclau reflexionar sobre el objeto sociedad, implica buscar las posibilidades de un proyecto social que profundice los discursos emancipatorios y libertarios abiertos por la «revolución democrática» y que evite los aspectos represivos del «imaginario jacobino».

Inés Seoane Toimil, Susana Malacalza y Alberto Amato, tomaron la posta de *Oficios Terrestres* y realizaron esta entrevista que no ha perdido actualidad.

Oficios Terrestres: Para comenzar, nos gustaría que hiciera alguna referencia de su tránsito por la Universidad Nacional de Buenos Aires y los motivos de su posterior radicación en el exterior.

Ernesto Laclau: Durante el período que estuve en la Universidad de Buenos Aires cursé la carrera de Historia, fui ayudante de José Luis Romero que estaba en la cátedra de Estudio Social y una vez que me gradué, conseguí una beca del Consejo Nacional de Investigaciones. En aquel entonces tuve militancia política; fui presidente del Centro de Estudiantes de Filosofía y Letras y representante reformista al Consejo Superior de la Universidad de Buenos Aires, o sea que estuve muy involucrado en toda la actividad de la UBA. Una vez recibido me nombraron profesor contratado de la Universidad Nacional de Tucumán en 1966, en teoría por dos años, pero en junio de ese año se dio el golpe de Estado de Onganía y como mucha otra gente en ese momento, perdí mi cargo. Como consecuencia de ello a fines del '66 fui a trabajar al Instituto Di Tella en Buenos Aires. Allí el director del proyecto de investigación de historia, para el que yo trabajaba, que era el profesor inglés Eric Hobsbawm, me propuso una beca para hacer mi doctorado en Inglaterra. Propuesta que acepté, dado que no se presentaban ma-

yores perspectivas en el país. Bueno, la historia del país se complicó de tal manera que ya no tenía sentido seguir mi carrera de investigador en Buenos Aires.

O.T.: A partir de las visitas que está haciendo a Argentina en los últimos años y del acercamiento a la Facultad de Periodismo y Comunicación Social, ¿qué impresión tiene sobre la situación actual de la universidad argentina?

E.L.: No puedo decir que tenga una impresión completamente formada. Yo creo que la universidad argentina está en una situación compleja. Por un lado, el nivel intelectual de la gente que he encontrado en los seminarios, tanto en la Universidad de La Plata como en la de Buenos Aires, muestra que está tan informada acerca de los temas que yo trabajo como la gente que encuentro en New York, París o Londres. Claramente el nivel intelectual es bueno. Por otro lado, las estructuras universitarias están en proceso de cambio, pero esto es un proceso. El valor de una universidad está dado por el valor de los estudios de postgrado. Los estudios de postgrado en Argentina se están impulsando en algunas universidades, pero esto es algo incipiente. Es difícil decir a esta altura cómo van a evolucionar. El ideal de una universidad es que se organice en torno a la investigación. Esto

significa varias cosas: en primer lugar que se dé prioridad a la investigación básica sobre la investigación aplicada. El centro de una universidad que se valore, debe tener un departamento de máxima excelencia en matemáticas, física y filosofía; disciplinas que no tienen una aplicación práctica inmediata. Si eso no se hace, entonces la universidad pasa a depender de la investigación aplicada y eso no es beneficioso. En torno de ese núcleo de investigación básica tienen que organizarse una cantidad de estudios mucho más aplicados, pero que todavía son de posgrado. Finalmente la enseñanza de grado tiene que estructurarse alrededor de estas actividades centrales. Hay muchas universidades que todavía piensan que la tarea de enseñar a nivel del grado debe ser el 90 por ciento de la actividad universitaria, eso no puede ser. Ninguna universidad que se valore realmente se organiza de esa manera. Por ejemplo, me he enterado que se hacen concursos en los que el 80 por ciento de lo que se evalúa es la capacidad didáctica; lo que principalmente tiene que ser evaluado en los concursos es el plan de investigación del postulante, sus publicaciones, su contribución al desarrollo del saber en su disciplina. Luego la parte didáctica viene por añadidura.

O.T.: Esto es parte del debate hoy, aquí entra el tema de los recursos disponibles, cómo distribuirlos y qué hacer con la inmensa cantidad de alumnos, teniendo en cuenta que por ejemplo la Universidad Nacional de La Plata tiene aproximadamente 50.000 y la de Buenos Aires aun más...

E.L.: Claro, la Universidad de Essex en la que yo trabajo tiene 3.800 alumnos, de los cuales el 40 por ciento son estudiantes de postgrado. No digo que esto deba ser el ideal de organización universitaria para todos los casos; cada universidad debe afrontar sus propios problemas. En el caso de la universidad pública argentina, con su alto número de estudiantes, la tarea es un poco diferente. Lo

que he visto en la Universidad Nacional de La Plata es una preocupación muy grande por organizar los posgrados.

O.T.: Lo que ha sucedido aquí, sobre todo en el área de las ciencias sociales es que en épocas de la dictadura, hubo un fuerte retroceso de la actividad académica. Con el retorno a la democracia se reinicia un proceso para recuperar el nivel de la misma y ponerse al día con los nuevos desafíos. Por otro lado, el debate entre universidad masiva, ingreso irrestricto y calidad académica es una problemática que todavía no se ha encarado plenamente.

E.L.: Yo creo que hay formas de resolver esa cuestión. En primer lugar es importante crear ciclos básicos, dado que la universidad nacional no puede dejar de tomar en consideración lo que se hace a nivel de la escuela secundaria, porque si no se transforman en universidades de élite y ese no es el objetivo. Por ejemplo, el examen de ingreso era muy elitista, la gente que tenía mejor formación era la aceptada. Ahora, si hay un ciclo básico de un año en el cual se dan todas las facilidades para entrar, dentro de las exigencias lógicas de la tónica universitaria, ese problema hasta cierto punto se soluciona. Esto me parece una primera cuestión. La segunda, es que una universidad más o menos masiva tiene que organizarse de otra forma, pero ello no impide que los estudios de posgrado, que van a tener mucho que ver en la formación, sean organizados de una manera eficiente. Al referirme al posgrado hago alusión básicamente a la organización de los programas de doctorado. Las maestrías constituyen una etapa inicial de los posgrados, pero los programas de doctorado son absolutamente necesarios.

O.T.: Nos gustaría que hiciese algunas referencias sobre su participación como profesor invitado al Congreso de Comunicación Social que se realizó en estos días en la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata. Sus

ideas en torno a la construcción de nuevos sentidos en la historia y la cuestión de la emancipación, parecen ser temáticas que atraviesan centralmente los procesos de la comunicación...

E.L.: Bueno, debo aclarar que no soy un comunicólogo...

O.T.: Sin embargo, sabemos que algunas tendencias en la disciplina transitan la ilusión de la «posibilidad» de la comunicación, al intentar un fundamento que rija ese proceso, cosa que en extremo sería el anudamiento entre significante y significado. Desde hace unos años se gira más bien sobre los argumentos de las teorías de la recepción y las mediaciones, pero desde la lógica deconstructiva se podrían repensar algunas de estas categorías...

E.L.: Bueno, ese anudamiento no podría ser pensado, salvo que uno fuese un habermasiano. Yo creo que hay una opacidad en todo proceso de comunicación y que todo proceso de comunicación es también un proceso de poder.

Es decir, uno impone un recurso retórico en todo proceso de la comunicación que hace que sea un proceso muy mezclado, es decir, no se transmite simplemente un mensaje, sino que se trata de operar sobre la subjetividad del que lo recibe y eso es inherente al proceso de la comunicación. Pero eso me parece que no es malo porque finalmente uno construye la propia subjetividad y la subjetividad de los otros a partir de esa opacidad que se da en todo proceso de comunicación. En la producción de sentido se supone esta opacidad. Si un mensaje fuese absolutamente transparente estaríamos en presencia de un automatismo difícilmente de ser pensado.

Ahora bien, habrá quienes deducen de la opacidad de este proceso, que el desarrollo de los medios de comunicación es malo porque ellos presuponen, que una cierta virginidad originaria en la comunicación de los agentes está siendo rota y manipulada. Bue-

no, yo no pienso de esa manera justamente porque no hay ninguna comunicación que no tenga una pluralidad de dimensiones y pueda ser pensada sin la presencia de esta opacidad, incluso en este momento en el que estamos hablando y desarrollando distintos procesos metódicos.

O.T.: Una cuestión de interés se refiere a que usted define a lo social como imposible, sin que esto implique desconocer la existencia efectiva de la sociedad; la noción de imposibilidad ¿apunta a vencer la resistencia intelectual, a admitir el carácter indeterminado de lo social, a la permanente emergencia de lo contingente como puro evento, irrepresentable simbólicamente? ¿nos ubica ésto en una ontología distinta de la tradicional o nos aparta de toda ontología?

E.L.: No, nos ubica en una ontología distinta a la tradicional. Estoy en contra de esa tendencia reciente a pensar que uno puede abandonar conceptos que han sido centrales en la tradición filosófica. Lo que es importante es deconstruir esos conceptos. Pero deconstruir esos conceptos significa tomarlos seriamente en consideración y ver como a partir de ellos se pueden establecer caminos distintos. Por ejemplo, para mí es muy importante identificar las antinomias que marcan esos conceptos; pero esas antinomias no tienen que ser -como no han sido en la tradición filosófica de Kant en adelante- razón para abandonarlos, sino para explorar las posibilidades que ellos abren de encaminarse en direcciones nuevas. Por ejemplo, hoy se habla mucho de posmodernidad, pero la noción de posmodernidad puede querer decir una fragmentación sin esperanzas, o bien una fragmentación a partir de la cual una lógica nueva de lo social puede ser pensada; yo estoy más de acuerdo con la segunda posibilidad; alguien como Baudrillard se ubicaría en la primera.

O.T.: ¿Cómo entiende usted entonces la cuestión de la imposibilidad de lo social?

porque también Hobbes pensaba en lo social como imposible.

E.L.: Lo que he entendido por imposibilidad de lo social, es la imposibilidad de que haya un fundamento de lo social que sea coherente y cerrado en sí mismo. Pero a partir de esta noción de que lo social es imposible, se pueden desarrollar muchas prácticas sociales. Por ejemplo, la hegemonía que es central en mi planteo, es una categoría pensable a partir de la imposibilidad de lo social concebida en estos términos. En Hobbes no hay ninguna teoría de la imposibilidad de lo social. Hobbes dice que lo social es imposible al nivel de la sociedad civil, del estado de naturaleza, pero que desde el punto de vista del estado hay posibilidad de una sutura plena de lo social, o sea que éste es un tipo de argumentación distinto.

O.T.: ¿Es decir que esta idea de imposibilidad de lo social es también, de alguna manera, una explicación de la verdadera posibilidad del cambio histórico, en la medida en que si no fuera así, no habría cambio, sino un mero desplazamiento espacial?

E.L.: Por supuesto. Por ejemplo, si consideramos a los althusserianos de *Para leer el capital*, se afirmaba que la formación social, o el modo de producción como núcleo de la formación social, era una totalidad spinoziana, es decir algo de lo que no se podía salir. Esto plantea el problema de cómo se pasa de un modo de producción a otro; y ahí la argumentación era el desnivel de lo social, creado por el desnivel de la lucha de clases. Pero aquí se introduce un factor completamente externo dentro de la argumentación, porque, ¿cómo se explica este desnivel de la lucha de clases sino a partir del modo de producción? O sea de lo que se trata es de introducir al nivel de las totalidades estructurales ese tipo de imposibilidades o desniveles que antes se veían como externos.

O.T.: ¿En qué medida estas ideas, estas lecturas, no cuestionan la noción misma de es-

tructura como categoría válida para dar cuenta de lo social-histórico?

E.L.: Claro que la cuestionan, pero la cuestionan no en el sentido de la tradición sociológica para la cual la gran oposición ha sido entre estructura y agente. No se trata de cuestionar la estructura para volver a la teoría del agente como algo que cierra lo social. De lo que se trata es de plantear la noción de estructura como algo que en sí mismo no tiene el principio de su completud. En la medida en que no hay principio de completud, el punto de partida es una estructura descentrada, entonces una vez que uno tiene una estructura descentrada está más allá de la oposición estructura y agente.

O.T.: Usted ha formulado la emergencia del sujeto como distancia entre la estructura dislocada y la decisión. En tanto dicho sujeto emergente decide y rearticula los elementos de la estructura dislocada, constituiría un espacio mítico que es un principio de lectura e inteligibilidad exterior a la estructura dislocada. ¿No implica esto postular una potencialidad inherente a una cierta dimensión del sujeto para decidir y hacer emerger dicho principio de inteligibilidad que nos aleja de la falta de ser del mismo?

E.L.: Bueno, si uno postulara un sujeto que completa a partir de lo que lee la estructura, evidentemente estaríamos en el problema que vos planteás; pero no es el argumento que yo formulo. Creo que en torno a la cuestión del sujeto, como he tratado de expresar en el seminario de La Plata, ha habido una serie de dificultades. En primer lugar la noción de sujeto ha estado muy ligada a la noción de sujeto trascendental, es decir de un sujeto que es la fuente de la racionalidad, a partir del cual, la racionalidad y todo lo que lo rodea puede ser pensado. Esa es la noción de sujeto que Derrida pone en cuestión básicamente, y consecuentemente y con razón trata de abandonar. Pero hay otra noción de sujeto, que es la noción de sujeto como lugar vacío

dentro de la estructura, que es lo que en la teoría lacaniana es el sujeto de la falta. Una vez que uno tiene esta noción de sujeto, las consecuencias a las que te referías no se darían, porque entonces el sujeto como lugar de la decisión es el sujeto de una decisión que al mismo tiempo lo constituye y lo deconstruye al tomarla. No es que el sujeto tome una decisión, sino que el sujeto se constituye a través de la propia decisión. Hay muchas formas de construir la noción de sujeto que rompen la opción del lado del agente frente a la opción estructural, que finalmente son dos alternativas que llevan a lo mismo. Una vez que la decisión está tomada, la decisión constituye al sujeto que la toma, no es al revés.

O.T.: ¿Se puede pensar esta noción en términos de una circularidad entre el sujeto y la estructura donde se autoconstituyen mutuamente, porque por un lado la estructura constituye al sujeto -no hay ningún sujeto fuera o a priori de la sociedad-, pero al mismo tiempo esa estructura falla y desde ese punto de vista ubica una posibilidad de libertad para la emergencia del sujeto?

E.L.: Es exactamente lo que estoy tratando de plantear. Es decir que hay que ir más allá de la dualidad sujeto-estructura, por las razones que vos señalás.

O.T.: Usted planteó en el seminario de la maestría PLANGESCO, la noción de un sujeto parcialmente barrado. Me parece que J.A. Miller al pensar la estructura desde este mismo lugar, llega a la conclusión de un sujeto determinado por la estructura. En esta sugerencia que usted hace, del sujeto parcialmente o medianamente barrado, ¿se podría suponer que hay algo del orden de la voluntad en la decisión del sujeto?

E.L.: Es la categoría de voluntad lo complicado allí, porque con ella se pretende explicar un punto racional de partida a priori del cual se siguen una serie de acciones. Eso no es lo que ocurre. La decisión es algo que re-

basa a la racionalidad de todo aquel que la toma. Yo no sé exactamente como Miller lo plantearía, pero creo no estaría demasiado en desacuerdo conmigo, porque él ha planteado en su estudio sobre «la sutura», el papel del cero como el que constituye la serie, pero si la serie tuviera un punto de partida estructural, el punto de partida sería el uno y no el cero, entonces de alguna manera parece que está apuntando hacia allí.

O.T.: Castoriadis plantea una potencialidad que estaría mas allá de lo simbólico, que el define como la imaginación radical en el terreno de la psique; y dice que la verdadera antinomia es entre psique y sociedad. La psique que de alguna manera se resiste a salir de su mónada, pero que al mismo tiempo necesita ser socializada para entrar en el mundo humano...

E.L.: Bueno, eso está muy cerca del lacanismo...

O.T.: Desde ese punto de vista, se podría entender que hay una cierta capacidad psíquica de representación más allá de lo simbólico, lo cual significa postular la potencialidad de representación como la posibilidad de poner en escena algo nuevo donde nunca estuvo. ¿Puede establecerse alguna aproximación entre esta línea de pensamiento y su argumento?

E.L.: No sé exactamente -porque no he estudiado esto en detalle-, hasta qué punto puede haber matices que hagan diferente el planteo; pero globalmente marcha en la misma dirección.

O.T.: En la emergencia de lo nuevo, de lo distinto radical, ¿hay para usted una postulación de creación *ex-nihilo*?

E.L.: Exactamente, hay siempre eso. El problema es que la creación *ex-nihilo* en el pensamiento cristiano fue hasta cierto punto traicionada por la idea de que la creación del mundo por Dios, como acto de voluntad, es inescrutable para nosotros pero es comprensible para Dios. O sea que habría algo

en la esencia divina que racionalmente llevaría a este acto de creación. Mientras que en el acto de creación que implica tomar decisiones, no hay este elemento de una racionalidad inescrutable, es una toma de decisión que no obedece a una racionalidad previa y en este sentido es creatio *ex-nihilo*, no solamente desde el punto de vista de lo que es creado sino desde el punto de vista del acto de creación.

O.T.: Usted se ha referido en ocasiones a la creación de nuevos imaginarios sociales o al «imaginario democrático» por ejemplo. ¿Sería posible pensar estos términos en relación a lo que Castoriadis ha conceptualizado como «imaginario efectivo», es decir, aquello que se ha instituido en lo histórico-social?

E.L.: Puede ser, pero eso de nuevo me lleva directamente a la categoría de hegemonía. Habría que ver hasta qué punto Castoriadis ha pensado estas cosas de una manera distinta a la mía, pero no incompatible, o hasta qué punto estas distintas maneras tienen algunas diferencias.

O.T.: Otro tema es el vinculado a los grados de libertad de la decisión. Ud. ha planteado que entre la dislocación de la estructura y el espacio discursivo que se constituye como su principio de lectura y su forma de representación no hay ninguna relación necesaria. Pero por otro lado, para que dicho discurso sea superficie de inscripción de la dislocación, para que sea aceptado como tal por parte de un cierto grupo social, tiene que ser creíble, es decir tiene que responder a principios básicos que informan al grupo. ¿En qué medida esto no acota la exterioridad del nuevo espacio discursivo para que no sea considerado un mero delirio? ¿Cuál es la coexistencia y articulación con los horizontes imaginarios pre-existentes? Y asimismo, ¿en qué medida también es necesario responder a condicionamientos del sustrato natural o necesidades biológicas en el que se apoya toda existencia humana posible?

E.L.: Yo no diría una necesidad biológica concreta. Yo no iría exactamente en esa dirección. En primer lugar no hay un límite biológico. En segundo lugar yo no creo que haya un límite ni siquiera simbólico, si ello significa un simbolismo a priori; lo que hay son diversas formas de estructuración de lo social. Pongamos el caso de la Alemania de los años '20 durante la crisis económica; allí se rompieron muchas formas de simbolismo social y entonces muchas cosas que eran impensables antes pasaron a ser pensables en esas circunstancias. La sociedad siempre tiene un grado relativo de estructuración. Si la sociedad está altamente estructurada, el campo de lo que puede ocurrir, dependiendo de las coyunturas, es más limitado. Si algo choca con las creencias básicas de una sociedad no va a imponerse de ninguna manera. Pero en otras circunstancias la sociedad puede ser más desestructurada, y en ese caso la credibilidad desde muchas soluciones alternativas se incrementa. Pero siempre es un proceso en el cual, aquello que la sociedad es, como conjunto de creencias constituidas, pone un límite a lo que puede ser desarrollado al nivel del horizonte imaginario.

O.T.: En este sentido, ¿cómo plantearía la relación entre pensamiento y verdad dentro de este esquema? ¿desaparece la verdad como problema?

E.L.: Si verdad quiere decir referencia a un punto totalmente exterior al campo discursivo que sería el punto de enfoque a partir del cual uno puede evaluar distintos discursos, claro que no hay verdad. Pero, si la verdad se concibe como un desvelamiento, en el sentido clásico griego de 'aletheia', en este caso siempre hay verdad porque siempre hay algún tipo de traer a la luz cosas que estaban ocultas. Por ejemplo la experiencia psicoanalítica, es un acceso a la verdad, pero es una verdad que es siempre la verdad del sujeto, no es la verdad más allá de toda discusión.

O.T.: ¿Cómo ve la relación entre determi-

nación e indeterminación o entre libertad y necesidad en lo social?; ¿podría precisar el deslizamiento conceptual de la categoría de negatividad y de sujeto desde *Hegemonía y socialismo a Nuevas reflexiones acerca de la revolución de nuestro tiempo*?

E.L.: En *Hegemonía*.... lo que se suponía y sigo sosteniendo es que el antagonismo no es algo interno a lo social, sino que es un límite de lo social. Lo social se constituye como objetividad a partir de los antagonismos, pero los antagonismos son siempre de alguna manera exteriores a lo social. Pero, decir que una dislocación que pone un límite a la objetividad de lo social es un antagonismo, es ya inscribirla dentro de un cierto tipo de discurso que la organiza. Por ejemplo, si digo que tal dislocación ocurre porque el que me ataca es un enemigo, conceptualizarlo como enemigo es ya un principio de organización discursiva, o sea un principio de reintegración de la dislocación al campo de la objetividad social. Lo que después he tratado de demostrar es que la categoría de dislocación es más profunda que la categoría de antagonismo, porque dislocación significa, como lo real en Lacán, un punto límite de la estructura que a priori no tiene ningún vínculo con ella. Por ejemplo, puedo decir que experimento tal tipo de dislocación, o bien porque hay enemigos que se oponen a mí, o porque es una expresión de la ira de Dios, o porque estoy pagando por mis pecados y puedo imaginar muchas formas de organización discursiva de la dislocación. Pero el hecho bruto de la dislocación precede a todos ellos. O sea que el antagonismo sería desde este punto de vista ya un principio de organización discursiva.

O.T.: En cuanto a otros temas del campo de lo político, ¿cómo ve la tensión y contaminación mutua entre el imaginario social de emancipación y democracia y el de la lógica económica del capitalismo, especialmente en la actualidad?

E.L.: No se si hay una lógica económica

del capitalismo, eso creo que es justamente el problema. El capitalismo fue pensado tradicionalmente como una lógica objetiva de lo social, independiente de todo tipo de construcción imaginaria. Pero, ¿qué es pensar desde una lógica del capitalismo?; uno podría decir: la lógica del capitalismo es la lógica de la ganancia, pero la lógica de la ganancia es una lógica que depende de muchas otras lógicas. Por ejemplo, hay un discurso de la información, hay discursos de la contabilidad, hay discursos acerca de la organización del proceso de trabajo, y no hay una sola lógica que esté poniendo a todas ellas juntas. Al mismo tiempo no hay un agente, tal como se pensaba antes a la empresa, que unifica alrededor de sí todas esas lógicas. La empresa misma está penetrada por muchas otras cosas que ocurren a nivel de la sociedad. Lo primero que pondría en cuestión es la idea de una lógica del capitalismo. Si uno piensa al capitalismo de una forma más impresionista, podría pensar que la polución en el ambiente producida por las fábricas sería efecto del capitalismo, pero eso no obedece a una lógica única del capital que esté organizando todo.

O.T.: Además en ese caso se plantean los problemas de desdoblamiento del sujeto, por ejemplo, como empresario y como participante del habitat...

E.L.: Sí, y ahí tenés varios problemas. La gente que está viviendo alrededor de la empresa, empieza a movilizarse contra la fábrica mientras que los obreros que están trabajando en la misma tratan de mantener su fuente de trabajo y toman partido por el empresario frente a las demandas ecológicas. Por consiguiente, visualizar cuáles son los agentes de la lucha anticapitalista resulta enormemente complicado. Hay muchas lógicas del capitalismo que históricamente se han combinado de una manera o de otra. Cuando se dice en la actualidad que los gobiernos no rompen con la lógica del capital, esto no es exactamente cierto, rompen en cierta medida y no en otra.

Hay que analizarlo deconstruyendo cuál fue la lógica capitalista clásica. Por otro lado es verdad que hay fuertes tendencias de los sectores empresariales a imponer su lógica sobre otras lógicas sociales, pero siempre hay una tensión hegemónica cultural.

O.T.: ¿No habría un cierto antagonismo inherente entre capitalismo y democracia?

E.L.: De hecho hay muchos antagonismos en la relación entre capitalismo y democracia, volviendo al ejemplo de la ecología, uno puede encontrar que capitalismo y democracia se oponen en el sentido de que la voluntad de las masas y la lógica de ciertas normas de la lógica empresarial están opuestas unas a las otras y que hay una relación de poder entre las dos; eso sí se puede decir, pero eso no es la lógica del capital.

O.T.: Desde el punto de vista de cierto imaginario respecto de la igualdad, por un lado hay una postulación de que somos ciudadanos y nuestra «doxa» es equivalente, en tanto tales tenemos iguales derechos para las decisiones y la elección de representantes en el sistema político y por otro, convivimos en un sistema económico cuya 'votación' en el mercado es de otra manera. ¿Expresa ésto un antagonismo?

E.L.: Sí, entre ricos y pobres; pero eso no creo que esté necesariamente ligado con una lógica del capital en el sentido referido anteriormente. Por ejemplo, uno puede pensar perfectamente una sociedad en la cual todo el mundo pudiera tener amplio acceso a los bienes y en la cual sin embargo la lógica del capital, en el sentido de la ganancia exigida en los procesos de producción, siguiera incólume. Encontramos muchos sistemas capitalistas, como por ejemplo el escandinavo, en los que el grado de igualdad social y el carácter capitalista de las relaciones de producción van juntos. Es decir que la lucha por la igualdad no pasa necesariamente por la eliminación del capitalismo. Ahora es verdad, por otro lado, que en la medida en que hay

relaciones de producción capitalistas hay momentos de tensión, es decir la tendencia a la ganancia no puede ser detenida por algo interno al capitalismo en sí mismo, sino que debe ser detenida o limitada por otras fuerzas sociales que están operando. Otra cuestión vinculada a este tema es la oposición clásica capitalismo-socialismo. Se decía: el capitalismo es algo que está dominado por la lógica de la ganancia individual, entonces, si el socialismo era lo opuesto, tenía que representar el principio del control social del proceso de producción pero, ¿quién ejerce ese control social? La resolución clásica lo asignaba al estado. Pero el estado tenía que ser el estado de todos. Pero el estado de todos no es algo tan asequible ni tan simple como lo expresaba el siglo XIX. En los hechos fue una burocracia estatal que era tan opresiva como el capitalismo. Si hay una pluralidad de factores sociales que componen este control social de la producción, entonces no puede ser simplemente ese modelo de socialismo.

O.T.: ¿Se puede pensar esta problemática a la luz de los límites de la libertad y el poder -tal como en la dinámica de toda organización social-, es decir, pensar el sistema con sus propios límites independientemente de los contenidos, por ejemplo «democracia», «socialismo»?

E.L.: Sí; por ejemplo, ningún proyecto de democracia radical podría oponerse simplemente a las relaciones del mercado. Suprimirlas totalmente implicaría que el estado tiene el control total del proceso productivo y eso no conduce a una posición democrática radical, sino a lo contrario. Lo que hay que hacer es combinar de alguna manera el principio de mercado con el principio del control social y eso se inscribe en el problema político de nuestro tiempo, ir más allá de la oposición tradicional capitalismo-socialismo...

O.T.: En cuanto al diagnóstico de la situación actual usted ha planteado un cierto optimismo intelectual a partir de no de-

rivar de la fragmentación del mundo contemporáneo la imposibilidad del proyecto emancipatorio. ¿Cómo evalúa las relaciones de fuerza en la lucha hegemónica entre el imaginario democrático y el pensamiento del liberalismo neo-conservador extendido a nivel globalizado?

E.L.: Hay que ver qué es lo que se entiende por neoliberalismo y a qué se lo opone. Si el neoliberalismo se opone a un estado keynesiano clásico, evidentemente el triunfo histórico es del neoliberalismo. Pero el neoliberalismo también presupone un alto grado de intervención estatal. Por ejemplo, el thatcherismo en Inglaterra ha sido uno de los regímenes más intervencionista al nivel económico. Mucho más que otras formas de 'Estado del Bienestar'. Me parece que dentro del neoliberalismo hay que distinguir las formas histórico-políticas que lo han implementado, por ejemplo el reganismo, el thatcherismo, el menemismo y es necesario, incluso aceptando ciertas posiciones estructurales del proyecto neoliberal en lo político. Por ejemplo, ya no se puede negar la importancia de la inversión extranjera. En Sudáfrica la primera cosa que trata de hacer Mandela, es atraer capitales extranjeros. De otro lado, no es cierto que el costo social que las formas históricas del neoliberalismo han implicado sean necesarias. No es necesario llegar a políticas sociales como las del thatcherismo para imponer algunas de las reformas estructurales que éste impuso y no es necesario pagar el costo social que el menemismo ha creado para la Argentina a los efectos de conseguir un plan de estabilidad. Lo que me parece importante es no tomar al neoliberalismo como un modelo absolutamente puro y homogéneo, sino ver toda la variedad de posibilidades que a partir de ciertos cambios estructurales -que además no están bien definidos- son posibles. Por ejemplo, Tony Blair en Inglaterra está tratando de hacer una política mucho más reivindicativa en lo social y sin embargo no cuestiona algu-

nos cambios que el neoliberalismo ha impuesto.

O.T.: ¿Habría que superar la oposición estatismo o libre mercado e ir a un concepto de lo público distinto?

E.L.: Sí, me parece muy importante además el problema del control social. Uno puede tener una economía de mercado, pero ésta tiene que ser controlada por quienes participan en él, por ejemplo las organizaciones de consumidores, tener una forma de gestión social que es socializada, no en el sentido de que el estado tenga un papel único, sino que todos aquellos que estén interesados en el proceso de producción tengan algo que decir en ese campo. Esa es una forma de democratizar la sociedad.

O.T.: La democracia radical que usted plantea como proyecto implica un horizonte imaginario, ¿qué distancia hay entre su formulación de una construcción pragmática de la hegemonía y la noción de democracia entendida como mero procedimiento?

E.L.: Nunca supe muy bien lo que es la noción de democracia entendida como mero procedimiento. El procedimentalismo es un minimalismo democrático solamente en apariencia, puesto que ¿por qué aceptar tales procedimientos más que otros? porque hay ciertas ideas sustantivas acerca de la sociedad que todo el mundo está aceptando y allí es donde vienen las dificultades. Considero la democracia radical como la extensión del principio de igualdad en esferas crecientes de la relación social, lo cual significa que la democracia social no es un modelo de sociedad y no postularía simplemente «la» democracia radical como tal. La democracia radical empezó en el campo de la ciudadanía con la Revolución Francesa, se extiende a las relaciones económicas con los socialismos y luego a otros niveles de relaciones sociales con todos los movimientos del presente, como el antirracismo, el movimiento gay, el feminismo, etc. y simplemente democracia radi-

cal es extensión del principio de igualdad. Pero no hay ninguna sociedad que pueda ser solamente organizada a partir del principio de igualdad sino que también tiene que haber un principio institucional de la diferencia. Esos dos principios, de alguna manera, deben encontrar un punto de equilibrio y aquí es donde ubico la cuestión de la hegemonía. Hegemonizar significa absorber cadenas de equivalencias y no un sistema de diferencias.

O.T.: Usted postuló una cierta preferencia por lo liberal, lo democrático y lo socialista: ¿cómo plantearía la articulación entre ellos?

E.L.: Hay que trabajar los conceptos de lo liberal y lo democrático. Liberalismo y democracia fueron dos principios concretamente separados el uno del otro, incluso antagónicos uno con el otro. A principios del siglo XIX en Europa la democracia era un término de insulto, porque lo democrático significaba el gobierno de la turba. El jacobinismo era la imagen de lo democrático mientras que el liberalismo con la división de poderes y el sistema parlamentario era algo en principio perfectamente conservador. Uno podía tener la democracia plebiscitaria en Francia o el sistema parlamentario inglés antes de 1832 que eran perfectamente liberales y sin embargo no eran democráticos en ningún sentido posible del término. Lo que ocurre es que en la Europa del siglo XIX empieza cada vez más una fusión entre el principio democrático del gobierno de los de abajo y el principio liberal de la organización institucional sobre la base de la no concentración del poder político en un solo punto, al punto que hoy día se habla de lo liberal y lo democrático como si fuera la misma cosa. En América Latina lo liberal y lo democrático nunca se fusionaron perfectamente porque el liberalismo fue la ideología de las oligarquías durante un largo período y esas oligarquías eran muy elitistas y no eran democráticas de ninguna manera. Cuando el momento democrático emerge es con los populismos, generalmente militares y

se presentan como formalmente antiliberales. En América Latina ese proceso de interacción entre lo liberal y lo democrático tomó muchísimo más tiempo y dio lugar a diferentes combinaciones no ortodoxas. En Argentina, solamente desde 1983, liberalismo y democracia se ubican juntos, porque antes teníamos un liberalismo oligárquico y democracia en el sentido del gobierno de los de abajo por el peronismo que no era liberal en ningún aspecto. Solamente en los últimos 20 años, como consecuencia de la dictadura que golpeó duro a los dos sectores, los dos principios empiezan a ponerse juntos. Si hoy tenemos un sistema político crecientemente viable en Argentina es porque los gobiernos pueden sucederse uno al otro, antes de eso, o bien estaba el peronismo en el poder y entonces nadie podía ganar una elección más que ellos, o bien estaban los otros y entonces todas las elecciones eran fraude; es decir que evidentemente el sistema político no era viable. Hoy día me parece que las cosas empiezan a cambiar porque la sucesión de gobiernos de signo diferente es posible en el país.

O.T.: ¿Cómo incluye «lo socialista»?

E.L.: Siempre he pensado que lo socialista es simplemente uno de los componentes de la revolución democrática. He planteado que la revolución democrática es como un arco, empezó siendo restringida al espacio público de la ciudadanía con la Revolución Francesa, después se expande a las relaciones económicas con el socialismo y luego a otros sectores. El socialismo, es decir el principio de la igualdad en términos de las desigualdades respecto a la riqueza, es un componente de la revolución democrática, o sea que el socialismo no es simplemente algo separado de todas las otras reivindicaciones como las ideologías leninistas planteaban. Me considero socialista como parte de un proceso más amplio como la igualdad entre los sexos, la igualdad entre diferentes opciones sexuales, la igualdad racial; o sea que es en el sentido

de ser un demócrata radical que me considero también socialista, y eso no implica necesariamente que esté por la nacionalización y estatización de todo.

O.T.: ¿Qué impresión se lleva de Argentina?

E.L.: Soy en parte optimista y en parte pesimista. Soy optimista en el sentido de que hay ciertos aspectos, por ejemplo la libertad de prensa, la libertad de expresión, que se han consolidado en el país. Al mismo tiempo y, por las cosas que decía antes, estamos trabajosamente elaborando un sistema político más viable que antes. Por otro lado, todo ese proceso ha sido con un costo social inmenso. Los desniveles entre la pobreza y la riqueza que existen en la Argentina producen ciertas limitaciones a las libertades públicas. Cuando uno ve la policía dentro de mafias actuando a distintos niveles de la sociedad, eso preocupa enormemente. ¿Vamos a salir de ese sitio o no?, esa es la gran cuestión, pero definitivamente la batalla está empeñada y no está perdida.

*Avances
de Investigación*

La Revista Humor y la dictadura

Martín Malharro, Diana López
Gijsberts, Ramiro Sagasti.^(*)

Introducción

La historia del humor político gráfico en nuestro país es anterior a la formación de este como tal. El mismo se inicia a finales del siglo XVIII, en tiempos de la Colonia, cuando se registran las primeras publicaciones periodísticas, conteniendo burlas y chascarillos contra las autoridades del virreinato. La primera de ellas fue la Gaceta de Buenos Aires, aparecida en 1764 y desaparecida ese mismo año por causas no determinadas, la extinción de este medio impulsó a la comunidad porteña de entonces a buscar un medio donde expresar sus quejas, sus novedades y su humor, principalmente este último. El lugar elegido resultó ser una hoja o volante, escrito a mano y fijado en lugares públicos, al cual se lo llamó «Pasquín».

Fue uno de estos «pasquines» el que dio origen a la primera censura oficial contra el humor gráfico realizada en nuestro territorio. En marzo de 1779, el entonces virrey José de Vértiz instituyó la tasa de «alcabalas», un impuesto sobre las ventas y permutas realizadas dentro del ejido urbano, una suerte de IVA colonial. La reacción y la protesta de los habitantes de Buenos Aires se manifestó en todos los orbes, principalmente a través de los pasquines.

La furia del Virrey se desató cuando uno de ellos amaneció pegado en la puerta de una repartición estatal exhibiendo una caricatura del superintendente general del Ejército y Real Hacienda, don Manuel

Ignacio Fernández, y al contador oficial de rentas, don Francisco de Cabrera, montados en un burro, camino a la horca y cubiertos de maldiciones, epítetos e insultos. La hoja también contenía varias denuncias referidas al mal desempeño de ambos funcionarios.

A raíz de esta publicación, la máxima autoridad virreinal promulgó un edicto prohibiendo «*bajo grandes penas la composición de pasquines, sátiras, versos, manifiestos y otros papeles sediciosos o injuriosos a personas públicas o a cualquiera en particular*».

Este edicto represivo volvería a aplicarse varias veces, siendo el caso más sonado el del Telégrafo Mercantil cuando, el 3 de septiembre de 1802, publicó el «Soneto» firmado por «*El médico de las almorranas*».

*¿Hasta cuándo, traidoras almorranas,
Después de quedar sanas,
Volvéis a las andadas?
¿Por qué irritáis con bárbaro perjuicio
La paz del orificio,
Que acostumbrado a irse de bareta
Su posesión nadie inquieta,
Y en lícitos placeres
Hace sus menesteres?
No le deis más tormentos,
Dexad que expela en paz sus excrementos.*

La direccionalidad del soneto era inequívoca, tan inequívoca como directa, lo cual enojó de sobremanera al virrey Joaquín del Pino que inmediatamente hizo cerrar la publicación. Estos fueron los comienzos de la larga lucha que posteriormente vendría entre el humor gráfico y la censura.

Con la independencia, las guerras civiles y los enfrentamientos entre Unitarios y Federales, el humor criollo impreso se fue moviendo al compás de los hechos, se transformó tanto en oficialista como en opositor, y los bandos en pugna lo utilizaron como una eficaz herramienta de propaganda. Las publicaciones partidarias, la gran mayoría de vida efímera, eligieron para destilar y desparramar la burla, la difamación y la mentira como formas grotescas de hacer política, un humor que perseguía como único afán la ridiculización y denigración del enemigo.

Recién en 1863, con la aparición de El Mosquito, periódico «satírico-burlesco con caricaturas» y que era la versión nacional de los dos magazines más importantes que circulaban en Europa: el Punch, de Londres, y Le Charivari, de París, se puede decir que el género se profesionaliza. Se dejan de lado la difamación, la diatriba y el insulto crudo; el enemigo político comienza a transformarse en adversario; y, mientras los medios empiezan a querer informar, el humor gráfico persigue criticar al poder oficial desde la risa, desde la burla, pero desde dentro del sistema. La evolución que empieza a operarse en el país a partir de este periodo, es acompañada por este humor, el cual comienza a ser no solo un reflejo inmediato de los sucesos, sino también un narrador y un testigo, el cual a la vez es transformado por esta evolución que empieza a operarse en el país.

A partir de El Mosquito, el humorismo gráfico nacional se integra de manera definitiva a la vida de los argentinos y comienza a evolucionar con las características que hasta hoy en día le son propias y que provienen de un estilo de humor en el que se entremezclan el absurdo, la sutileza, el doble sentido, la paradoja y la elipsis del significado. Innumerales son las publicaciones que, atravesando las distintas épocas y vicisitudes que les tocaron vivir a los argentinos, dejaron como testimonio los mejores frescos de la mentalidad, el uso y el abuso de la clase gobernante y sus periodos de gobierno.

Nombres como El Cascabel (1882), La Mariposa (1883), Don Quijote (1883), Caras y Caretas (1898), P.B.T (1904), Fray Mocho (1912), La Maroma (1940), Cascabel (1941), Tía Vicenta (1957), Satiricón (1972) y Humor (1978) son tal vez los más importantes títulos del humor gráfico, que yendo más allá de la innovación estilística, tanto en el lenguaje y dibujo como en una manera particular de representar a la realidad, aportaron un valor testimonial y cómplice en periodos donde lo único que nos quedaba a los argentinos era reírnos.

Humor y dictadura

El 24 de marzo de 1976, a las 0,45 horas, la presidenta de la Nación, María Estela Martínez de Perón,

subió en el helipuerto de la Casa de Gobierno a bordo de un helicóptero de las Fuerzas Armadas para dirigirse a la quinta presidencial de Olivos; escasos minutos más tarde, la nave descendía en el Aeroparque metropolitano. En ese interregno, la mandataria había dejado de ser la señora presidente para transformarse en el primer detenido de las nuevas autoridades que ahora detentaban el poder en el país. Esa noche se abría el periodo más cruel y oscuro de la historia argentina, el cual cerraría siete años más tarde dejando tras de sí un trágico saldo aún no evaluado en su total y desmesurada dimensión.

La represión llevada a cabo por las FF.AA, a partir de esa trágica noche, no dejó espacio político, cultural, social y económico sin requisar: todas las áreas de la vida argentina fueron brutalmente ocupadas y controladas mediante la aplicación de una metodología represiva inédita hasta entonces en nuestro país. El periodismo no fue la excepción: una de las primeras acciones ejecutadas y sostenida posteriormente por la dictadura fue la persecución y el control de la prensa.

Secuestros, asesinatos y persecuciones de todo el periodismo opositor al régimen fue una de las constantes durante los cinco primeros años de gobierno militar, como también la censura rígida sobre los medios de comunicación. Si bien el golpe de Estado contó con la complicidad de un grupo importante de estos medios, los cuales colaboraron con el acoso y derribo del gobierno de María Estela de Perón, hubo otros que dentro de las rígidas fronteras trazadas por la represión buscaron los escasos resquicios existentes para informar de aquello que a la dictadura no le interesaba que se hiciera, como es el caso del Buenos Aires Herald. Otros medios optaron por cerrar sus puertas ante la imposibilidad de cumplir con la función social que al periodismo le cabe, tal como hicieron las revistas Cuestionario y Crisis.

El humor político gráfico no escapó a los generales y almirantes de la ley, por el contrario los mandamientos represivos establecieron para él medidas draconianas en cuanto a su práctica. A pesar del «toque de queda» impuesto, el 2 de junio de 1978 salía a la calle la revista *Humor*, dirigida por Andrés Cascioli y con un equipo de colaboradores integrado

por Tabaré, Rep, Aquiles Fabregat, Fontanarrosa, Carlos Trillo, Mona Moncalvillo, Horacio Altuna y Tomás Sanz, entre otros.

Herederas del talento, la modalidad y el estilo de Satiricón, una publicación que sacudió a principios de los setenta el humor argentino con su desenfadado e intelectualidad, *Humor* buscaría desde sus inicios, y a través de la elipsis, la paradoja y la extrapolación del significado, restablecer una corriente comunicativa entre los argentinos y ejercer una crítica sutil y moderada hacia el poder, aprovechando los escasos espacios permitidos y las internas surgidas dentro del seno del mismo.

Era una forma nueva de hacer humor en circunstancias inéditas; el espectro comunicacional e informativo argentino estaba regido por la fuerte censura impuesta y por la autocensura existente en la sociedad, producto de las medidas aplicadas a todos aquellos a los cuales el régimen considerara opositores. Este muro de silencio en los medios de comunicación masivos y que rigió durante los dos primeros años de la dictadura, comenzaría lentamente a resquebrajarse a partir del surgimiento de *Humor*: con él se reinicia la gráfica donde la política es tomada en solfa, a la vez que va sentando las bases de los mecanismos de denuncia que sobrevendrán posteriormente.

Este renacimiento del humor político, que en sus comienzos tuvo características ingenuas, tibias y cuyos significados rondaban una profundidad apenas esbozada, respondía a las pautas impuestas por el poder; sin embargo, tanto sus características como sus efectos deben medirse en función del estado anímico social y del espasmo que recorría a la sociedad argentina de entonces.

Con el transcurrir del tiempo, *Humor* irá acelerando progresivamente su virulencia, sus chistes empezarán a pegarle cada vez más cerca al centro del poder a través de la burla, la farsa y la crítica desembozada, mientras sus articulistas cargarán las tintas en temas que hasta entonces eran prohibidos, censurados, cuando no autocensurados por los mismos medios existentes en el mercado editorial. *Humor* irá rescatando al principio aquellos temas que por entonces solo se manejaban en los corrillos del poder:

hablará de la censura, las persecuciones, las listas negras, para terminar a comienzos de los ochenta, refiriéndose a los desaparecidos, los escándalos económicos, las luchas internas dentro del gobierno y de las Fuerzas Armadas y la actividad de los partidos políticos, una política editorial que, en suma, irá devolviéndole la información y la voz a las víctimas del «Proceso».

Apuntes para el análisis.

Principales elementos constitutivos: las entrevistas, el humor y los artículos de fondo

Las entrevistas

Un análisis detenido de la publicación permite sostener que la crítica y la denuncia que ella ejerció presentan determinadas características; en primer lugar deben destacarse la época y las condiciones que el régimen militar había impuesto sobre las publicaciones y en segundo lugar las características que la revista tenía en cuanto al índice temático, los objetivos editoriales y las estrategias comunicacionales trazadas por sus editores.

En este sentido, es importante remarcar que las denuncias de *Humor*, durante sus dos primeros años de existencia (1978-1980), estuvieron dirigidas fundamentalmente a revelar la censura impuesta en el campo de la cultura y la situación en la que esta se encontraba sumida. Tal crítica, que fue hecha dentro de los escasos márgenes que el régimen permitía, utilizó la entrevista como su instrumento metodológico. Estas entrevistas, la gran mayoría realizadas por Mona Moncalvillo, exhiben el lado silencioso del arte argentino y los inconvenientes por los que este atraviesa, económicos, materiales y políticos, los últimos, mencionados tibiamente. Sin embargo, es posible advertir que en esos dos primeros años las entrevistas se fueron deslizando paulatinamente hacia una crítica cada vez más fuerte de la censura impuesta, rozando en algunos casos la denuncia. La mayoría de los entrevistados por la revista durante el periodo son nombres representativos de la cultura: Antonio Gasalla, Pepe Soriano, Enrique Pinti, Miguel Angel Merellano, María Elena Walsh, etc., nombres que rozan las márgenes de la

aceptación por parte de las autoridades gobernantes y cuyas opiniones revelan, siempre a medias, el estado de las cosas en sus áreas pertinentes.

«Desde la intervención del Ente de Calificaciones Cinematográficas ejerció con vocación dictatorial la función del censor y acepta alegremente que estaría dispuesto a volver a ejercerlo con total satisfacción».

(...) Usted mismo se ha definido como un «nazi» declarado.....

-Si. A raíz de eso es que le dije ser un nazi convicto y confeso. Yo digo que solamente me falta la cruz de hierro...¿No?

Entrevista a Miguel Tato
HUMOR N° 22. Octubre 1979.

-¿Quiénes son y dónde están los «celadores» y «censores»?

-Yo te diría que están en todas partes.... a veces en tu propia casa, pared por medio. Es una tendencia que ha sido muy fomentada.

-Frente a todo esto, ¿cómo te sentís?

-Comparto la impotencia general. Nos sentimos impotentes, incapaces de hacernos oír y de participar, de manifestarnos en la vida de toda una comunidad.

Entrevista a María Elena Walsh
HUMOR N° 24. Diciembre 1979.

A partir del tercer año de su publicación, *Humor* comienza a profundizar y expandir el tenor de la crítica, mientras publica estratégicamente el discurso oficialista de algunos de sus simpatizantes como una forma confrontativa en el plano ideológico.

-Acá nadie sabe dónde está la censura, no tiene cara, pero está en todas partes... (...) Hay otro tipo de censura que está operando, la del miedo y uno no sabe cuándo y quién va a salir con que esto no se puede decir porque es subversivo.

Entrevista a Marta Mercader
HUMOR N° 57. Abril 1981.

(...) No tuve absolutamente ningún problema...y si se refiere a la censura, a que no me permitieron dar ciertas obras, le digo que no tuve ningún problema.

-¿Y por qué usted no tiene censura y todo el resto sí?

-Ah, no lo sé....Esa es una pregunta que usted tiene que contestarla.

Entrevista a Kive Staif
Director del Teatro San Martín
HUMOR N° 56. Abril 1981.

-¿Qué ha pesado más en estos años, la censura o la autocensura?

-Las dos cosas... En un medio tan importante como la televisión, por ejemplo, la censura ha condicionado mucho, mucho, la información. Un estudio hecho hace dos años, verificó que la falta de audiencia en los noticieros estaba basada en su falta de credibilidad.

Entrevista a Magdalena Ruiz Guiñazú
HUMOR N° 81. Mayo 1982.

A partir de 1981, el desgaste del régimen militar y las luchas internas que lo sacuden debilitan el frente homogéneo que exhibió ante el país durante los primeros cuatro años de gobierno. Estas fisuras más el creciente descontento de los argentinos permiten cierta descompresión en torno a la censura, la crítica y la actividad política. *Humor* inicia en este período la publicación de una serie de entrevistas a personalidades nacionales que representan un amplio espectro de la vida argentina: gremialistas, políticos, artistas, religiosos, exiliados, defensores de los derechos humanos, etc.

Estas entrevistas, la mayoría realizadas por Mona Moncalvillo, recuperan para la memoria de los lectores no solo nombres y actividades censuradas o «vigiladas», sino también el variado arco de opiniones que representan y, fundamentalmente los aportes críticos al régimen que se desgranaban en las páginas. No es casual la elección de los entrevistados ni su significación en relación con el momento político que vive el país. Así, en 1981, *Humor* entrevista a: Raúl Alfonsín, Italo Luder, Lito Nebbia, Ernesto Sábato, Osvaldo Pugliese, entre otros. En 1982, los entrevistados son: Mercedes Sosa, Alfredo Zitarrosa, Adolfo Pérez Esquivel, Héctor Alterio, Arturo Illia, Hebe de Bonafini, Hipólito Solari Irigoyen y César Isella, entre otros. En 1983, serán: Saúl Ubaldini, Osvaldo Soriano, Julio Cortázar, Néstor Vicente, Ricardo Rojo, Juan Cesio, Antonio Puigjané, Alberto Piccinini, Eduardo Jozami, entre los más destacados.

Cada uno de los entrevistados va a encarnar no solo la voz de un sector, sino también el tratamiento

de un tema urticante. La revista en apariencia solo reproduce la opinión del entrevistado, pero a la vez que publica esta valiéndose del famoso «lo dijo él», instala el tema y, por consiguiente, la crítica.

-¿Qué va a pasar con los desaparecidos?

- Este es un problema gravísimo. Creo que es necesario decirle al país qué es lo que está ocurriendo, producir un sinceramiento.

-¿Usted sabe si hay muchos detenidos?

-Cada vez soy más pesimista.

Entrevista a Raúl Alfonsín

HUMOR N° 62. Julio de 1981.

-(...) Calcule que a mi sindicato le modifican el convenio y sale a la resistencia, el gremio se jugó con todo ¿y qué le costó?... Smith secuestrado hace cinco años, y a él no lo pueden acusar ni de subversivo, ni de ladrón, ni de nada.

Entrevista a Juan José Taccone (sindicalista)

HUMOR N° 73. Diciembre de 1981.

-Los compinches de Martínez de Hoz...

-Martínez de Hoz representa capitales norteamericanos (...) Es un cipayo, un hombre sin mentalidad nacional.

Entrevista a José María Rosas

HUMOR N° 83. Junio 1982.

-(...) Cuando fue el golpe militar del 76 decían que debíamos mirar hacia atrás, hacia el caos, y ahora después del 2 de abril, dicen que hay que mirar hacia delante (...) Soy un cristiano comprometido para vivir el evangelio junto a los más pobres; si eso es ser comunista, entonces yo soy comunista. Si trabajar por la dignidad del pueblo es ser comunista, bueno, lo soy... (...)

-¿Es un caso inédito lo que ha pasado aquí con los desaparecidos?

-Así es; no hay antecedentes de un método programado de la magnitud del que hubo aquí, para hacer desaparecer a las personas y no volver a saber nada de ellas.

Entrevista a Adolfo Pérez Esquivel

HUMOR N° 86. Julio de 1982.

-¿Qué opina de la clausura de «La Semana» y de «Línea»?

-Algo mezquino, estúpido y anticonstitucional,

evidentemente... Solamente una muestra más del estado de humor de los militares, su bronca contra todo el mundo.

Entrevista a James Nielson

Director del Buenos Aires Herald

HUMOR N° 94. Noviembre de 1982.

-El ministro Llamil Reston ha dicho que no deben esperarse «milagros» que resuelvan la cuestión de los desaparecidos...

-Ese ministro miente. Miente cuando niega la existencia de los detenidos-desaparecidos y las cárceles clandestinas, como han mentido en tantas otras cosas... Si nuestros hijos no estuviesen vivos, significa que se ha cometido un genocidio contra miles de argentinos.

Entrevista a Hebe de Bonafini

HUMOR N° 92. Octubre de 1982.

-(...) Mi exilio y el de tantos miles de compañeros no tiene nada de raro. Si los que cometieron crímenes y hambreadon al país están en libertad, es tristemente lógico que haya exiliados, gente en las cárceles, listas negras, censura...

Entrevista a Hipólito Solari Yrigoyen. Político exiliado.

HUMOR N° 93. Octubre de 1982.

-¿Es Martínez de Hoz el mayor culpable?

- No, el mayor culpable fue el «Proceso»... Si bien Martínez de Hoz es la cabeza visible, siempre habló en nombre del programa de las Fuerzas Armadas. También lo son los que prohijaron, desde el exterior e interiormente, este modelo en contra del pueblo y en contra de la patria.

Entrevista a Saúl Ubaldini

HUMOR N° 98. Enero de 1983.

-(...) Esa muerte que le robaron... Porque a Angelelli no solamente le quisieron robar la vida, como se la quitaron, sino también, para mí y con fundamento te lo digo, le robaron hasta la muerte... Es un mártir.

Entrevista a Monseñor Miguel Hesayne

HUMOR N° 104. Mayo de 1983.

-En pocas cosas se podrá pedir lógica a este proceso, ha sido todo tan absurdo. Hasta en sus proclamaciones de fe, y en eso también hemos tenido culpa nosotros que les hemos permitido que aparezcan ante el pueblo comulgando, como Galtieri y Viola de la

mano del Papa, cuando sabemos que son culpables directos. Pienso que la jerarquía eclesiástica- y me siento parte por ser sacerdote- ha traicionado al pueblo...

Entrevista al sacerdote Antonio Puigjané
HUMOR N° 110. Agosto de 1983.

-¿Cómo se va a revertir esta situación?

-Con un gobierno constitucional que restituya los derechos a todos los trabajadores que hemos sido reprimidos por la dictadura militar.

Entrevista a Alberto Piccinini. Gremialista, preso político.

HUMOR N° 111. Agosto de 1983.

El humor político

La revista en este periodo se caracteriza por un humor que se podría denominar de «sonrisa»: es «negro» en su más amplio sentido, ácido en su profundidad y directo en sus aspectos. Era un humor de venganza contra el régimen, de oposición, anclado en aspectos determinados del mismo, en la mentalidad de sus personajes, en su ideología, en sus internas.

Si bien en los inicios, la publicación comenzó haciendo un humor casi ingenuo y banal en algunos aspectos, no se puede olvidar las condiciones imperantes en el país en el momento en que Humor comienza a publicarse. Sin embargo y a medida que la crisis del poder comienza a acentuarse y los controles sobre la prensa pierden rigidez, la revista y su humor se van volcando cada vez más hacia el tema político, para terminar siendo una publicación caracterizada por las parodias y burlas despiadadas al gobierno y sus personeros.

Su humor político fue siempre un humor comprometido, elaborado desde los bordes de la elipsis y basado tanto en el mensaje denotativo como en el connotativo. Utilizó, además, la paradoja para decir indirectamente lo que era de significado directo, para lo cual creó una suerte de clave y complicidad para con sus lectores, basado en las características más sonadas del humor criollo.

Los chistes sobre militares y funcionarios del régimen, que son los personajes principales de la esce-

na pública y los que representan la tragedia y el sainete del gobierno militar, se van a transformar en una parodia despiadada cargada de crítica y burla, todo producido desde un humor ácido y burlón, que se desparrama no solo sobre los personajes del poder militar sino también sobre los significados que él encierra: dictadura, autoritarismo, miedo, represión, censura, deuda externa, crisis económica, Malvinas, etc.

Los chistes de Lawry, Douglas, Limura, Langer y Catón son algunos ejemplos del paradigma humorístico que atraviesa a la revista. Chistes de militares bolivianos, brasileños, o de oficiales nazis, representan esta parodia alusiva a una mentalidad, a una ideología y a una práctica que no es otra que la de sus pares argentinos, pero que todos comparten como características comunes.

Junto con el elemento alusivo, Humor publica otros cuadros donde el significado opera a través de una semántica directa y en los cuales son los militares los que encarnan una voluntad inapelable y el poder absoluto, y donde el mencionado significado alusivo no es otro que el que posee el imaginario nacional. En este sentido, el humor (sic) basado en los derechos humanos, la ideología militar, las prebendas obtenidas desde el poder, las prácticas gobernantes, etc., son dirigidas directamente a la cúpula militar y sus funcionarios. Tal es el caso de humoristas como Horatius, Langer y Rudy, Peiro, Paz.

Douglas, en agosto de 1980, dibuja a un general de gestos fascistoides que encasquetado con una enorme gorra afirma:

-Señores la democracia inédita que propongo, no es una democracia liberal, importada. Es una democracia absolutamente nueva...una democracia...que no toleraré jamás! Gracias.

Por su parte, Langer, en septiembre de ese mismo año, muestra a un obeso y condecorado general de dientes de piraña y pistola al cinto que, encadenado al sillón presidencial, sostiene:

-De ninguna manera, señor periodista. No tengo intenciones de perpetuarme al poder...mi gobierno es sólo un gobierno de transición.

En ese año, 1980, el humorista Catón utiliza la Alemania nazi para hacer un humor negro en el que

abundan los torturados, los torturadores y los militares de la SS.

Sin embargo, es 1982 cuando los chistes (???) de *Humor* se vuelcan directamente sobre el gobierno militar abandonando los subterfugios inevitables que hasta entonces se utilizaban para burlar la rigidez de la censura.

Así, Peiro dibuja, en noviembre de este año, a un corpulento civil armado hasta los dientes y con los identificatorios lentes negros haciendo prácticas de tiro sobre un blanco que representa a un periodista escribiendo a máquina. En el mismo número, Daniel Paz arma una viñeta de dos funcionarios civiles dialogando:

-¿Cómo hay que encarar los reclamos de Italia, Francia y Alemania por sus ciudadanos desaparecidos? ¿Como derechos humanos o como deuda externa?

Entre las innumerables críticas que hizo *Humor* sobre la guerra de Malvinas, conviene destacar varios chistes que con crudeza y un humor negro y a veces hasta cínico le devolvían a los lectores la presencia de la tragedia.

Rudy y Paz dibujan, en febrero de 1983, a un oficial que frente a un tribunal militar de calificaciones afirma:

-Estuve en las Malvinas y luché junto a mis soldados sin rendirme ante el enemigo.

-¿Y con este que hacemos? ¿Lo pasamos a retiro o lo metemos en cana? - Le pregunta un examinador a otro.

Limura, en julio de 1983, utilizando los supuestos aterrizajes de aviones ingleses en Brasil durante el conflicto, dibuja un operador de vuelo de un aeropuerto brasileño que consulta a un militar obeso, encorvado, con cara de mandril y rodeado de moscas:

-Mi general...otra vez los ingleses pidiendo autorización para aterrizar en la base.

-¡Estos estúpidos imprudentes! Si siguen jodiendo van a terminar provocando un serio problema de tipo geozoológico con nuestros hermanos del sur.

Los derechos humanos y sus violaciones van a ser un tema recurrente en las páginas de *Humor*. Una serie de chistes (sic) los van a poner una y otra

vez, en cada número, sobre el tapete y la memoria de los lectores. Sutilmente mencionado a partir de 1981, el tema se comenzará a destapar con todas sus fuerzas a partir de 1982. Al año siguiente, el tema, conjuntamente con la ideología nazi y los grupos parapoliciales, se convierten en un clásico de todos los números, conformando un tríptico que va a reforzar los artículos que sobre el régimen y este tema publica constantemente la revista. Una muestra de esto es el enorme y unitario cuadro que Langer dibuja en enero de 1983 en el que muestra a un grupo de parapoliciales en una exposición de automóviles que, bailando el can-can con armas en las manos canta a coro: «*Ford, Ford, Falcón, Falcón, Ford*».

En febrero de ese mismo año, Peiro dibuja a un parapolicial limpiando sus armas en el living de su casa mientras su madre le dice a su marido:

-Qué amor el nene, che Vicente. Me ha pedido que le teja una capuchita para cuando sale con los amigos en las noches frescas.

Rudy y Paz por su parte, en junio de 1983, exponen a dos torturadores que dialogan en una oficina:

-Pienso que habría que evitar el uso de la picana...

-¿Qué te pasa? ¿Estás en defensor de los derechos humanos?

-No, es que acaba de llegar la cuenta de la luz.

Los mismos autores, en agosto de ese año, reproducen un diálogo de una pareja caminando por la calle:

-Si Hitler fuese argentino habría escrito «Mein Camps».

Tal vez y como una síntesis de la ideología del régimen y de los años de plomo, *Humor* publica al mes siguiente un chiste de Langer y Rudy que muestran a un general cargado de condecoraciones y con pistola al cinto que, levantando su brazo derecho, con la mano extendida, sostiene:

-Y que quede bien claro que no dudaremos en levantar la mano para defender la democracia.

A este respecto merece destacarse la página que *Humor* publicó en su número 108, julio de 1983, representando la tapa de un diario nazi local, *Der Kulemkampf*, con sendas esvásticas en sus márgenes superiores e impreso con la antigua tipografía

alemana utilizada en ese periodo histórico, y donde se destacan entre otros titulares: A 37 Años de la Infamia, El Juicio de Nuremberg; y Maravilloso Discurso del General Verplaetsen, en el que se burlan de una serie de conceptos característicos del nazismo, intercalando felicitaciones a quien era el jefe de la Policía de la Provincia de Buenos Aires: Fernando Verplaetsen.

Conjuntamente, la revista publica otras modalidades de humor, centradas en lo político, como son la historieta y la caricatura. Ambas van a reforzar los contenidos críticos, estableciéndose un corpus y un eje semántico a través del los cuales la lectura se hace sobre un campo cargado de significaciones contestatarias, de críticas y de burlas y cuyos significados expuestos, desplegados en cada sección que la publicación posee, potencian la relación de cada chiste, de cada dibujo, de cada diálogo.

La historieta

La historia desarrollada a lo largo de sucesivas viñetas en las que en cada una de ellas conforma una sección narrativa determinada que se agrega a su precedente, dándole al conjunto nuevos trozos de información en torno a un episodio temporal, fue vastamente utilizada desde el principio por *Humor*. Las historietas, humorísticas y burlonas en su casi totalidad, sufrieron las mismas transformaciones que sucedieron en la revista, las cuales eran productos de las condiciones políticas del país.

A partir de 1980, los dibujos, diálogos y viñetas de la revista se tornan más específicos en sus intentos de crítica al gobierno militar. Si al principio el blanco de esta fueron Isabelita, López Rega, Massera y Martínez de Hoz, a mediados de 1981 la galería de blancos políticos se agranda, al introducir lo genérico, en este caso lo militar, como diana u objetivo a alcanzar. Conjuntamente con los chistes anteriormente mencionados, la historieta utilizará el mismo mecanismo u orientación.

Recién en 1982, después de la derrota de Malvinas, la historieta se torna en uno de los ejes narrativos de mayor contenido significativo. Desde la famosa «Las Puertitas del Señor López», de Trillo y Altuna, que

representan el subconsciente nacional, y su relación de impotencia con la realidad cotidiana opresiva y brutal, pasando por esa sátira feroz y descarnada a Galtieri llamada «*Leopoldo el Grande*», en la cual el ex presidente es representado como un ilustre borracho que arruina todo lo que hace, y la burlona «*Aprendiendo Polo con Harguindeguy*», en la que el, otrora poderoso general es tomado como centro de burla por su manifiesta incapacidad para practicar su deporte preferido, para llegar a la desopilante y absurda «*La Loca Historia del Proceso*», de Sanz y Ceo, publicada a mediados de 1983, y en la que se resumen las burlas más crudas como también las críticas más acertadas a los seis años de dictadura militar. En ella, los personajes del gobierno durante este periodo serán representados como símbolos históricos, así como Martínez de Hoz será Moisés con sus famosas tablas cambiarias, Harguindeguy encarnará a un emperador romano, ¿Nerón o Calígula?; Camps, a un inquisidor medieval encargado de quemar libros y torturar opositores; Videla, como un delgado y zorruno Hitler, serán algunos de los ejemplos que campean en los cuadros de la historieta más significativa que va a publicar en este tiempo la revista.

A modo de cierre de este período, *Humor* comenzará a publicar por entregas en su número 112, septiembre de 1983, la famosa historieta del francés Euki Bilial: Los Inmortales, aparecida primeramente en Francia en 1980. A modo de presentación, el editor de la revista explica en un editorial titulado: *Y Todavía Quedan Fascistas*, las causas que motivan a hacerlo en Argentina:

«*Los inmortales es un hermoso y terrible alegato contra ese flagelo llamado fascismo, que aún infecta Europa y América y que cuenta -increíblemente- con muchos adeptos entre nosotros, para mal de la Argentina.*

(...) *Cualquier similitud con la realidad es pura coincidencia. La historia sucede en otras latitudes.*

Entre estos dos extremos, «*Las Puertitas del Señor López*» y «*Los Inmortales*» de Bilial, *Humor* publicará historietas sobre civiles, militares, funcionarios, alcahuetes del régimen, personajes de la farándula, etc. La mayoría de ellas tendrán como objetivo prio-

ritario, acaso el único, la crítica, una crítica elaborada a partir del contenido tanto en la composición de la viñeta o cuadro, como en el significado inequívoco de la historieta en su totalidad. Cada uno de los cuadros encarna un trozo de ese gran significado que se persigue, y en los cuales los diálogos y monólogos actuantes refuerzan y son reforzados a su vez por un dibujo cargado de gestos, elementos y detalles en los que los significantes se nuclean para conformar una trama de elementos demostrativos.

Esta síntesis, esparcida a lo largo de cada cuadro y formada en la actitud, los gestos, los símbolos y los diálogos de los personajes, hace que cada una de las viñetas conforme un mensaje por sí misma, un mensaje que se expande hacia los siguientes cuadros, tal es el caso de las historietas anteriormente mencionadas y de otras tales como «*El País en Uniforme*», de Grondona White, «*Isabelita*» (Opera Rock), de Ceo y Sanz, «*Historia de una Encomienda*», de Sanz y Sanyu, publicada en julio de 1982 y referida al caso de los robos de las encomiendas destinadas a los soldados de Malvinas.

Cabe mencionar la historieta de Fortín: «*Documento Final Sobre la Deuda Externa*», HUMOR N° 104, mayo de 1983, y las referidas a los escuadrones parapoliciales que aún continuaban actuando al amparo del Estado; entre estas merecen destacarse las de Ceo: «*Tareas para Cuando la 'Pesada' se Desocupe*», publicada en el número 105 de mayo de 1983, en la que se señalaban los posibles nuevos trabajos de «*esos escuadrones encargados de meter gente en un auto*», HUMOR N° 105, mayo de 1983, o la de Meiji y Fortín titulada: «*La Familia Falcón*», HUMOR N° 98, enero de 1983.

La caricatura

Desde sus inicios, la revista hizo humor desde la tapa hasta su última hoja. Valiéndose de la caricatura, al igual que en la misma década la había hecho su antecesora, *Satiricón*, *Humor* utilizó esta herramienta, que no es otra cosa que la exageración física hasta el absurdo de determinados rasgos de los personajes retratados o ciertas particularidades que de ellos se querían resaltar; esta línea del dibujo ar-

tístico emparentó a *Humor* con las grandes que a finales del siglo pasado y principios de este hicieron de la caricatura una efectiva arma de crítica y burla, tal como se aprecia en los trabajos políticos del siglo pasado que en nuestro país hicieron Stein, Enrique o Henri, Sojo, Demócrito, Cao, Magol y otros. En el caso de *Humor*, la caricatura exagerada, metamorfoseada, cargada de significados, va a representar la burla jocosa pero también la pérdida paulatina del miedo al régimen militar. Las tapas caricaturescas de la revista son tapas cargadas de dobles mensajes, de ironías filosas, de referencias explícitas y significados implícitos.

La gráfica política de estas tapas representa en toda su extensión no sólo la situación política que vive el país, sino también la progresión que va alcanzando en su nivel de significación la pérdida paulatina del miedo y las divisiones internas que recorren al régimen. Las tapas de *Humor* narran varias historias sucesivas: son guías de un avance que comienza tímidamente para acabar sarcásticamente en un dibujo que exhibía las más groseras miserias de un proceso trágico y farsesco, tan farsesco como esas caricaturas que lo ridiculizaban.

La primera tapa, junio de 1978, exhibía a Menotti orejudo y pelilargo, cruza de cerdo con murciélago. La séptima, diciembre de 1978, mostraba a los reyes de España y a López Rega, aún prófugo de la justicia. La del N° 8, enero de 1979, ya caricaturizaba a Martínez de Hoz, «*Joe el depredador*», encarnando a Tiburón. En enero de 1980, volvía a ser tapa de la revista Martínez de Hoz, esquelético, con una guadaña en sus manos y proyectando una sombra de buitres; la revista sostenía que «*la guadaña seguía su obra*» y Joe era uno de sus representantes; la de julio de 1980, mostraba a un «*peso pesado*» de la Junta, Harguindeguy, mientras era revoloteado por Magdalena Ruiz Guiñazú y Mónica Mihanovich, símbolos del periodismo que trataba por entonces de informar.

En octubre de ese mismo año, *Humor* pone en tapa a Borges y Pérez Esquivel, reciente Premio Nobel de la Paz, un personaje odiado por los militares. En noviembre siendo todavía Martínez de Hoz Ministro de Economía, *Humor* lo saca en la tapa

junto al recién llegado al país Nelson Rockefeller, el que aparece disfrazado de Superman. Ese mismo 1980, en vísperas del traspaso del poder de Videla a Viola, la caricatura muestra a este último llorando debido a la situación económica que hereda. En setiembre de 1981, la crisis económica hace que la tapa fuera la caricatura del gabinete de Viola. En la de octubre de ese mismo año, la tapa era para Harguindeguy, llamado «El Gordito Travieso», al que caricaturizaban en pantalones cortos, los zapatos rotos y llevando un hacha y una gómera en cada una de sus manos. En diciembre se publica una de las tapas más significativas: los personajes del proceso a bordo de un barco que se hunde irremediamente.

En plena guerra de Malvinas, mayo de 1982, *Humor* ponía en tapa la caricatura de Thatcher y Haig metidos en la cama y sorprendidos por Costa Méndez. La de octubre mostraba a Bignone llevando en una bolsa sobre sus espaldas a los militares golpistas bolivianos, a los cuales se les caen joyas robadas y «ravigoles» de cocaína. Dos números antes se había publicado la caricatura «*Estofado a la criolla*», en la cual de una enorme olla salían Galtieri y Viola borrachos, López Rega, Isabelita, Massera, Suárez Mason, Lucio Gelli, Martínez de Hoz, Videla y Harguindeguy. La de abril de 1983 mostraba al General Nicolaidis con un rollo de cinta adhesiva en sus manos mientras que, detrás de él, están con cinta en la boca Viola, Galtieri y Camps, este último vestido de SS.

Las caricaturas políticas de *Humor* fueron siempre una forma semántica de lo que se sabía y no se podía decir; el dibujo transitaba siempre entre el mensaje denotado y el significado connotado: era la representación de un poder sobre el cual se conocía lo que él quería que se supiera y, si bien existían abundantes filtraciones debido a sus disputas internas, los medios en la mayoría de los casos preferían guardar un discreto silencio o enrolarse en alguno de los bandos que se disputaban ese poder. *Humor* no se enroló en ese juego perverso entre los medios y el poder, sino que por el contrario cada uno de sus números siempre tuvo de blanco a este y a sus personajes.

Los artículos periodísticos

Las notas de opinión que *Humor* publica desde 1978 hasta finales de 1983 muestran, igual que el resto de la revista, permiabilización restringida del régimen en cuanto a los contenidos permitidos entonces al periodismo; paralelamente a tal aflojamiento progresivo de la censura, este periodo exhibe el renacimiento de cierta actividad política y el desarrollo de un periodismo crítico, inexistente en los primeros años de dictadura.

En el período 1981-1983 el resurgimiento del tiempo político civil corre paralelo a la erosión y derrumbe del régimen, esto último acelerado a partir de la guerra de Malvinas. El año 1982 marcará definitivamente el afloramiento a la superficie de la vida nacional de temas hasta entonces silenciados y prohibidos por el gobierno militar; a partir de este año, un sector minoritario de la prensa argentina, y particularmente *Humor*, que ya en 1981 había empezado a difundirlos, comenzará a publicarlos con mayor asiduidad y a instalarlos en la opinión pública. Temas tales como el de los desaparecidos, los negociados de la cúpula militar, la logia P2 y sus miembros nacionales, las torturas, el conflicto de Malvinas y las responsabilidades que encierra su tragedia, la crisis económica y sus culpables conforman, entre otros, el grueso de una crítica inapelable que se vuelve públicamente contra el gobierno.

Las notas que entonces publica *Humor* se van a ir tornando cada vez más críticas, estableciéndose una correspondencia entre su virulencia con el aflojamiento de la censura y la crisis interna que comienza a sacudir al poder. Las mencionadas notas conformarán, junto con las tapas, los chistes, las entrevistas y el resto del material publicado, un solo corpus que operará en este sentido.

Paralelamente a la oposición, *Humor* generará una línea informativa en el campo cultural con un enfoque con el cual muy pocos medios comulgaban o por el cual se atrevían a incursionar; tal es el caso de su sección de espectáculos, cuando desde el profundo significado que encierra para los argentinos la película de Costa Gavras «*Desaparecido*» (*Missing*), la recomienda y la ensalza sosteniendo que:

«Entre las miles de películas que no se ven en la Argentina, hay una que seguramente, alguna vez, ha de atraer multitudes en las salas»; o cuando informa, por ejemplo, en su sección de Artes Plásticas, la inauguración y los premios otorgados en el *Salón de Derechos Humanos*.

Durante este periodo, los artículos de *Humor*, como el resto del contenido de la revista van a representar una de las líneas más duras dentro del campo del periodismo de los grandes medios. Urticantes, ácidos y desenfadados, van a encarnar un espacio crítico hacia la gestión del régimen y también reflejarán el estado anímico de la sociedad silenciada. Sus autores (Jorge Sábato, Jaime Emma, Enrique Vázquez, Luis Gregorich, Luis Frontera, entre otros), irán ampliando los márgenes de la censura, informando y proyectando sobre el lector una realidad, muchas veces secreta y prohibida, que involucraba a todo el país y que hasta ese momento carecía de una difusión colectiva, como la que brindaba un medio de comunicación.

La batalla que *Humor* venía librando desde sus primeros números contra la censura se condensa en un largo artículo que Sibila Camps publica en el número 65 de septiembre de 1981, y que generó no pocas molestias a los editores por parte del gobierno y entre cuyos párrafos más sobresalientes se encuentra este: *Primero fue el verbo. Después la censura. Y cuando a un colega le bajaron los dientes, a otros la crinera, otros se hicieron humo, se confiscó una edición y se firmaron decretos con normas para la información, recién entonces empezó la autocensura (...) recuerdo que, en los últimos tiempos de LA OPINION (ya intervenida por el Estado), los propios redactores nos enterábamos de los decretos presidenciales sobre la venta del diario recién cuando los leíamos en otros medios (y ése es el ejemplo más inocente de ese affaire).*

En ese año, 1981, es cuando *Humor* comienza a publicar sus primeras notas aludiendo directamente al gobierno militar. Si bien las pautas de la censura y las normas impuestas no permitían una crítica desenfadada y abierta hacia la casta gobernante ni ninguno de sus funcionarios, en su número 73, diciembre de 1981, la revista publicó un artículo de Jorge Sábato

en el que denuncia el enquistamiento de generales, almirantes o brigadieres en retiro en todos los directorios de empresas estatales o de capital mixto: *«Los marinos se han especializado en electricidad: SEGBA está presidida por un almirante retirado (Imposti) (...) La plana mayor de ENTEL está integrada por generales y coroneles (...) para no hablar de YPF, cuyo presidente es el Gral. (R) Suárez Mason (...). Sábato lanza directamente una crítica mordaz contra la concepción de poder que tenían los militares argentinos y las responsabilidades que a los mismos le cabían: Y por lo tanto son responsables de lo que ocurre. (...) Los mismos que lo han hecho durante 12 de los 15 años transcurridos desde 1966 hasta la fecha. Que son los mismos que desde 1930 han ocupado la Presidencia de la Nación en 14 oportunidades (¿o ya serán 15 o 16?) mientras que los civiles sólo pudieron hacerlo en 8 (incluyendo a Lastiri).*

En enero de 1982, *Humor* número 75, Jorge Sábato se refiere al discurso de asunción como Presidente de la Nación del Teniente General Fortunato Galtieri: *El 23 de diciembre pasado, en su primer mensaje a la Nación, el Teniente General Galtieri expresó -con toda razón- que el tiempo de las palabras se ha agotado. Creo que es lo más sensato que se haya dicho en un discurso oficial en muchos años y confío que sea el punto de partida de una higiénica campaña contra la solemne y verborrágica retórica gubernamental, auténtica peste nacional.*

En relación con el tema de los derechos humanos, *Humor* publica en septiembre de 1982 con la firma de Enrique Vázquez un largo y revelador artículo titulado «EL CAPITAN ASTIZ TIENE LA PALABRA», en el que sostiene que «ni la deuda externa, ni la corrupción desenfrenada de funcionarios civiles y militares, ni las consecuencias de la guerra. Nada mete tanto miedo como el fantasma de los desaparecidos. (...) No sé por qué en ningún diario aparece transcripto el CASO 248 investigado por la CIDH. El «caso» tiene un nombre propio: Dagmar Ingrid Hagelin. Probablemente contenga los elementos necesarios para inscribirse dentro de eso que el general Videla denominó -con pudor no exento de cinismo- EXCESOS represivos.

La importancia de este texto periodístico es que revela los testimonios reunidos en torno al caso del secuestro y posterior asesinato de Dagmar Hagelin, incluido el de una sobreviviente de la ESMA, denuncia los operativos de los llamados «grupos de tareas», lo que significaba la ESMA y la suerte corrida por millares de «desaparecidos». *«Que fue inmediatamente golpeada y vejada mientras era trasladada a la Escuela de Mecánica de la Armada. (...) Que el teniente de fragata Alfredo Astiz, que utilizaba los alias de «Cuervo», «Angel» y «Rubio» y era oficial de operaciones del G.T 3.3/2 le preguntó a la herida como estaba, agregándole que él le había disparado el tiro (...).*

En noviembre de 1982, en su número 94, *Humor* publica, refiriéndose al mismo tema, un artículo de Enrique Vázquez donde se menciona la exportación de «grupos de tareas» a Bolivia para colaborar con la represión a los grupos disidentes al denominado «gobierno de la cocaína»: *«Si hubo, en cambio, instructores y torturadores argentinos desde 1980 hasta hace un mes. Esos grupos paramilitares secuestraron y torturaron a dirigentes políticos y sindicales, asesinaron a Marcelo Quiroga Santa Cruz e incendiaron y saquearon el local de la Confederación Obrera Boliviana.*

En tanto Luis Gregorich publica al mes siguiente, *Humor* número 96, un artículo sobre la semántica utilizada por el proceso y en el cual afirma: *«Según tal tesis, una reducida cantidad de desaparecidos «podría» deberse a los excesos (aunque la acción de hacer desaparecer una sola persona ya es algo más que un exceso). Y la tesis debe rechazarse. Todo indica que la desaparición y probablemente la muerte de millares de personas se debió, en la Argentina, no a excesos represivos (con lo que podrían implicar de emotivo y circunstancial) sino a una política orgánica de exterminio y represalias que iba mucho más allá de la derrota de la guerrilla, y que implicaba la construcción de un régimen con un nuevo orden económico y político, en el que por muchos años nadie pudiera juzgar a los que lo habían edificado sobre la sangre y el dolor».*

Humor, en su número 86, de julio de 1982, publica un artículo de Enrique Vázquez en el que se fustiga

al ex Ministro Martínez de Hoz y al empresariado nacional: *«Pero hay algo más grave todavía: las mayores empresas del país, esas que se llenaron de oro jugando a los números marcados en la ruleta de Martínez de Hoz (...).* Ya por entonces la debacle del gobierno militar después de la derrota de Malvinas era evidente, la interna castrense utilizaba a algunos medios para sus propios fines internos, permitiendo con ello que el rígido corset que había regido hasta entonces en torno a las FF.AA. y los medios de comunicación se aflojara. Las primeras víctimas de estas internas fueron el Almirante (R) Emilio Massera y el ex Ministro Martínez de Hoz, ambos caídos en desgracia a partir de 1980 y 1981, respectivamente; con posterioridad se irán agregando a estos otros apellidos, los cuales también en algún momento encarnaron al poder y también cayeron en medio del derrumbe interno y externo del gobierno de las Fuerzas Armadas: *«Uno de los tres generales llegó a un cargo alto, muy alto. Y quizás en compensación por los afanes de su mecenas político, distinguió al suegro del mecenas en cuestión con el lustroso cargo de Ministro de Relaciones Exteriores».*

En diciembre de ese mismo año, *Humor* número 96, Enrique Vázquez se refiere al dudoso y rápido enriquecimiento de algunos militares: *«Lo que me pregunto es cómo llegó el general Harguindeguy a manejar el insondable mundo de las relaciones financieras internacionales, y por qué justamente el Uruguay lo designa gestor. ¿Será una forma de retribuir los favores de Harguindeguy cuando era jefe de la Policía Federal y arrestaba y repatriaba a los ciudadanos uruguayos que habían huido del golpe del 73. (...) El general Camps (...) vive en el piso 14 de la suntuosa torre de Posadas y Montevideo (...) cada piso tiene 470 metros cuadrados de superficie, dos cocheras y un valor aproximado a los 450.000 dólares. Camps vivía, hasta 1974, en un lindo departamento de tres ambientes en el barrio de Belgrano (...) ahí cerquita vive el general Carlos Suárez Mason (...) es dueño del cuarto piso y se mueve en un Citroen Pallas (...).*

En enero del año siguiente, *Humor* número 97, Vázquez vuelve a la carga, esta vez refiriéndose a

Bibliografía

- Blaustein, Eduardo y Zubieta, Martín, *Decíamos ayer*, Ed. Colihue, Bs. As. Argentina, 1998.
- Gabetta, Carlos, *Todos somos terroristas*, Ed. Bruguera, Bs. As. Argentina, julio de 1984.
- Gilbert, Abel y Vitaglino, Miguel, *El terror y la gloria. La vida, el fútbol y la política en la Argentina del mundial 78*, Ed. Norma, Bs. As. Argentina, 1998.
- Landi, Oscar, *Medios, transformación cultural y política*, Ed. Legasa, Bs. As. Argentina, 1987.
- Masotta, Oscar, *La historieta en el mundo moderno*, Ed. Paidós, Bs. As. Argentina, 1970.
- Palacio, Jorge (Faruk)., *Crónica del humor político en la Argentina*, Ed. Sudamericana, Bs. As. Argentina, 1993.
- REVISTA *Humor*, Colección completa desde 1978 a 1984.
- Russo, Edgardo, *La historia de Tía Vicenta*, Ed. Espasa Calpe, Bs. As. Argentina, 1994.
- Ulanovsky, Carlos, *Paren las rotativas*, Ed. Espasa, Bs. As. Argentina, 1997.
- Varela Cid, Eduardo, *Los sofistas y la prensa canalla*, El Cid Editor, Bs. As. Argentina, 1984.
- Vázquez Lucio, Oscar, *Historia del humor gráfico y escrito en la Argentina*, 2 Tomos Ed. Eudeba, Bs. As. Argentina, 1985.
- Yanuzzi, María Angélica, *Política y dictadura*, Fundación Ross. Rosario, Argentina, 1996.

los funcionarios y técnicos económicos que elaboraron y pusieron en práctica el plan económico de la dictadura: «*La oligarquía agrofinanciera se está repliegando a su bunker más seguro: la gran banca internacional. En estos momentos debemos 43.000 palos verdes; cuando asuma el gobierno democrático serán ya 47.000 y chirolas. ¿Y quiénes son los representantes políticos y jurídicos de nuestros acreedores? ¿Quiénes son los asesores y apoderados del Chase Manhattan, del City, de la banca Morgan? ¿Quiénes nos van a chantajear con los pagarés en las manos? La repuesta: Martínez de Hoz, Reynal, Klein, Cardenas... Todo el maravilloso elenco que acompañó la límpida gestión de Jorge Rafael Videla.*»

El material periodístico referido a la guerra de Malvinas que publicó *Humor* a partir de mediados de 1982 se caracterizó por su crítica a los conductores, ideológicos y militares de la tragedia bélica. En el número 85 de julio de ese año, Enrique Vázquez afirma que: «*Mientras tanto y como era de prever, varios oficiales que ven cierta posibilidad de que una verde vara de la justicia les caiga encima han empezado a organizar su «defensa» mediante el recurso más fácil y el que más conocen, tildar a toda crítica de «subversiva». Vanos de los soldados que tuvieron la valentía de contar sin pelos en la lengua lo que vieron y vivieron, están ahora enfrentados a otros tantos sumarios por «subversivos» o «marxistas.*»

Por su parte, Luis Frontera escribe paralelamente y en el mismo mes los capítulos de «*LA MAS TERRIBLE HISTORIA JAMAS CONTADA*» en la que sostiene: «*Pero después sucedió lo que se podría denominar 'Ley del sanguuche': la guerra de Malvinas fue un sanguículo entre dos plazas de Mayo. La del 30 de marzo (Interior habló de 2074 detenidos, heridos de bala y muerte) y la del 15 de junio con colectivos incendiados, periodistas itakeados y apaleados en general. Un periodista que no puedo recordar afirmó en una emisora que el acto al cual había convocado Radio Rivadavia en Plaza de Mayo contó con un 'prolijo operativo policial para ayudar a los que necesitaban atención'. Días antes, calificó asimismo de 'prolijo operativo policial' el que reprimió a los cegetistas también en Plaza de Mayo. (Después algunos periodistas nos preguntamos por qué la gente nos odia).*»

El año 1983 se caracteriza en *Humor* no sólo por la dureza hacia la junta militar sino también por la revisión constante de los principales hechos ejecutados y las atrocidades cometidas durante los últimos cinco años de dictadura. El tema emblemático en este caso es el de los derechos humanos, un tema al cual la revista trató con profusión a lo largo de 1982. Si bien Malvinas, la crisis económica, las internas militares, la complicidad de cierto sector civil con el régimen, etc., siguieron publicándose e instalándose en la opinión pública como los temas sobresalientes, la cuestión de los desaparecidos mereció las críticas más duras y las más sostenidas. En mayo de ese año, *Humor* 104, Gregorich escribe «*DOCUMENTOS Y CONTRADOCUMENTOS*» en donde sostiene: «*Se secuestró, se violó, se torturó y se saqueó con absoluta impunidad. Familias enteras desaparecieron junto con sus bienes. Muchos, muchísimos inocentes cayeron en la escalada represiva, algunos por denuncias anónimas, otros por figurar en libretas de direcciones de guerrilleros detenidos, otros por simples ajustes de cuenta. (...) Hoy puede decirse, con dolor, que la inmensa mayoría de los secuestrados-desaparecidos fueron ejecutados por una decisión orgánica de las autoridades militares. Tal vez el país nunca se entere de todos los métodos utilizados para las ejecuciones. Los testimonios coinciden en fusilamientos, en inyecciones letales, en cuerpos hechos estallar con cargas explosivas o arrojados al vacío.(...) Ni la más hábil dialéctica podrá demostrar nunca que las medidas represivas tomadas resultan indispensables y que sin ellas no hubiese podido derrotarse a la guerrilla. Por el contrario, a la asunción del gobierno militar, en marzo de 1976, la ofensiva guerrillera estaba en retroceso, la decadencia se había iniciado tras el frustrado ataque a Monte Chingolo. La feroz represión servía también como disuasivo para cualquier otra forma de oposición, con inclusión de la sindical.*»

Enrique Vázquez, por su parte, publica en junio de ese año, *Humor* número 106, un artículo contra el general Camps donde sostiene: «*Junto con su colega de pactos ultramontanos, el general Luciano Benjamin Menéndez, representa no sólo la expresión más grosera e inhumana del régimen instaurado en 1976, sino que ambos se han convertido en los adalides de un*

movimiento de militares «duros», dispuestos a impedir que se haga justicia sobre el periodo más negro y sangriento de la historia argentina».

En septiembre, *Humor* número 112, Vázquez publica el que será uno de sus mejores artículos sobre el tema y también uno de los mejores que la revista difundió al respecto. Bajo el título: *EL JARDIN DE LOS SENDEROS QUE SE BIFURCAN*, en el que, refiriéndose al secuestro de Patricio Kelly, sostiene: «¿Es verdad que ese grupo es responsable -como dijo el diario *La Razón*- del 70 por ciento de los secuestros y asesinatos cometidos en los últimos años? Nada más falso que eso. Se trata de una banda parapolicial/paramilitar que aprovechó el paraguas de impunidad de la 'guerra sucia' para ejercer sus propios delitos, y que en más de una ocasión contó con la simpatía del alto mando militar, pero debe quedar en claro que los miles de secuestros, robos, asesinatos y 'desapariciones' que se produjeron entre 1976 y 1980, son imputables a la conducción institucional de las Fuerzas Armadas».

Más allá de los presupuestos ideológicos de la revista durante este periodo como los de sus articulistas, dibujantes, entrevistadores, críticos y humoristas, lo que es innegable es su línea periodística. *Humor* fue uno de los escasos medios de comunicación masiva que durante los años de la dictadura mantuvo los principios de una prensa libre y democrática. Sus críticas al régimen, porque este fue el periodismo que ejerció, no el de denuncia o de investigación, permiten ubicarlo como uno de los menos complacientes con la dictadura, en un periodo de la historia en la que la mayoría de los buenos ejemplos periodísticos en este campo no abundaban.

(*) *Docentes e investigadores de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social. UNLP.*

Repensando la estrategia

Angel Tello (*)

Los cambios ocurridos en el mundo durante la última década -y los que hoy mismo se producen- provocaron y provocan modificaciones importantes en el escenario estratégico, lo que obliga a nuevas ideas y reflexiones despojadas de dogmatismos o preconcepciones. La dialéctica, al considerar al choque de contrarios que genera el movimiento, deja de ser un método para convertirse en parte de la cosa, permitiéndonos comprender en su evolución el espacio que nos rodea y las tendencias que lo atraviesan.

Cuando el Muro de Berlín fue derribado, algunos creyeron ver en este episodio el fin de la historia y, en consecuencia, el fin del movimiento. Los hechos ocurridos en los últimos diez años se encargaron abundantemente de desmentir esta apreciación. Hace una década se pensó que el triunfo del capitalismo terminaría con los conflictos en el mundo y que, hombres y mujeres, haríamos de nuestra existencia futura algo tedioso y rutinario, sin el estímulo que en otros tiempos habían ofrecido las grandes causas o los ideales totalizadores.

Vendría luego, simultáneamente, la globalización, en particular en lo que a transferencia de capitales y deslocalización de empresas se refiere, flujos financieros, comunicaciones, etc.. Globalización que presenta aspectos positivos como es el acercamiento y mayor conocimiento entre las diversas comunidades, pero que también aparece como una poderosa fuente generadora de desigualdades, de concentración del poder y de las riquezas.

La fragmentación del mundo es global y supera a las divisiones Norte-sur o Este-oeste. Ella adopta características espectaculares en las federaciones multinacionales que eran la Unión Soviética y la exYugoslavia. Pero, la tendencia a la desintegración es más general: de Quebec a Sri Lanka, de China al Reino Unido. También afecta a África, donde el principio realista de preservación de las fronteras heredadas de la colonización cedió por primera vez en 1993, con el reconocimiento de Eritrea, y podría aparecer nuevamente ignorado ante las tensiones étnicas y políticas que se registran en Somalia, Senegal, Angola, Congo, Liberia, Djibuti, y en más de una decena de Estados de este continente. Podríamos observar acciones similares en Indonesia, con 18.000 islas, 200 millones de habitantes y 500 grupos étnicos; India; norte y sur de Brasil, etc.. Aún en Europa occidental, símbolo de seguridad militar, prosperidad económica e integridad territorial, diversos movimientos secesionistas aparecen en el horizonte. Los números hablan por sí mismos: en 1923, Europa tenía 23 Estados con un total de 18.000 kilómetros de fronteras; en 1998, éstos llegaron a ser 50 teniendo 40.000 kilómetros de fronteras comunes, ¿Qué puede llegar a ocurrir en los próximos diez años?

Los Estados se fueron constituyendo al calor de los resultados de guerras de diverso tipo. El número de entidades políticas en Europa pasó de esta manera de cerca de 500 en el año 1.500 a algunas decenas a principios del siglo XX, muchas de ellas habiendo sido absorbidas a la fuerza por conjuntos más vastos. Hoy este fenómeno se ha invertido; las guerras contemporáneas no son tanto el resultado de un proceso de unificación de Estados, sino de su desmantelamiento; no más la manifestación de la voluntad de constitución de grandes imperios, sino de la balcanización del mundo. El secesionismo, como lo afirma Pascal Boniface,⁽¹⁾ constituye la amenaza más seria contra la paz.

Las secesiones en los tiempos actuales, no tienen nada que ver con las guerras de independencia de otras épocas. Ambas tienen en común la afirmación de una identidad a veces negada cuando determinadas comunidades son partes de entidades más

amplias. Sin embargo, en muchos casos la motivación principal de procesos de secesión no es la defensa de una identidad amenazada, sino la voluntad de separarse de «otros» y de beneficiarse individualmente de las riquezas de un país, hasta ahora «indebidamente compartidas», como lo observa Boniface en el trabajo citado. Por ejemplo, cuando a principios de los noventa comenzaron las disputas por la separación de Croacia y Eslovenia de la Federación yugoslava, una de las razones esgrimidas en aquellos años era que los ciudadanos de estas repúblicas, más desarrolladas que el resto, no tenían por qué sostener económicamente a otras entidades más atrasadas -bosnios, albanos-kosovares, macedonios, etc.- que también formaban parte de la Federación.

En 1648 el Tratado de Westfalia, que puso fin a la guerra de treinta años, consagró la igualdad y soberanía de los Estados como fundamento del orden internacional. En 1850 se registraban 44 Estados reconocidos, 51 en 1903, 68 en 1938, 108 en 1963, 144 en 1983 y más de 190 en la actualidad. Pascal Boniface describe esta situación de la siguiente manera: «En la mayoría de los casos, las raíces de las aspiraciones secesionistas no abrevan en un deseo irrefrenable de libertad sino más bien en la convicción de que, en tiempos difíciles, la prosperidad se encuentra con más facilidad en el seno de pequeñas entidades que en las inmensidades de un conjunto más vasto».⁽²⁾

«Una tendencia general parece afectar al mundo: la carrera al tamaño reducido, en la esperanza de pasar a través del filtro que lleva a la prosperidad económica. En todos lados se procura que el Estado se desprenda de cargas que parecen inútiles, entre otras, de regiones que tiran hacia abajo el Producto Nacional Bruto».

El debilitamiento de los Estados constituye una fuente mayor de conflictos en el mundo moderno, como bien ha sido señalado en este trabajo y en otros publicados en *Oficios Terrestres*. El proceso citado afecta seriamente a las atribuciones clásicas de los Estados-nación, dando lugar a la emergencia de una considerable variedad de actores con capacidad para perturbar el orden internacional, como son las mafias, narcotraficantes y grupos terroristas, entre otros. Este

hecho fue registrado en la reciente cumbre de la Organización del Tratado del Atlántico Norte realizada en Washington entre el 23 y 25 de abril de 1999, donde en la definición de un nuevo concepto estratégico se amplía el horizonte de la Alianza Atlántica, incorporando nuevos elementos que complican la paz y un funcionamiento estable del planeta. Son mencionados allí la opresión, el conflicto étnico, la crisis económica, el derrumbe del orden político y la proliferación de armas de destrucción masiva.

Hasta 1991, la presencia de la URSS ofreció un mundo previsible y razonablemente cómodo, con más certezas que incertidumbres. Al haber establecido las superpotencias el techo de la máxima violencia alcanzable, las negociaciones diplomáticas y aún los conflictos armados contaban con un marco de referencia según el cual podían efectuarse acuerdos aceptables y respetados por las partes. Hoy esto ha terminado.

«La soberanía pasó de Dios a la Nación, ¿va a instalarse ahora en el individuo? ¿Vamos hacia la emergencia del estado-individuo después del estado-nación?», se pregunta Ignacio Ramonet.⁽³⁾ De acuerdo con este razonamiento, cada individuo se atribuiría las prerrogativas que hasta ahora poseen los Estados. La globalización y su ideología, si así se puede denominar al ultraliberalismo, estimulan esta transformación que las nuevas tecnologías de la comunicación y la información hacen, técnicamente, posible. Individuos que, por cierto, acceden a los niveles que las técnicas señaladas promueven, pero que cada vez más se transforman en objetos y no en sujetos de las historias de sus pueblos y de la suya propia.

La enorme concentración de las riquezas observada durante los años recientemente transcurridos facilitó la acumulación del poder en un grupo de actores internacionales que carecen de legitimidad pues nadie los ha elegido, pero que deciden sobre la vida y hacienda de todos. Otros actores, por otro lado, que sí cuentan con la legitimidad de origen requerida, ven cómo día a día los poderes concentrados les restringen las capacidades de transformación de sus respectivas sociedades.

Esta realidad se encuentra en la base del opacamiento de lo político asociado al debilitamiento del

Notas

⁽¹⁾ Boniface, Pascal, «Dangereuse prolifération des Etats». Publicado en *Manière de Voir*, Número 45, junio de 1999. París, Francia.

⁽²⁾ Op. Cit.

⁽³⁾ Ramonet, Ignacio, Artículo aparecido en *Le Monde Diplomatique*. París, junio de 1999, página 4.

Estado-nación. ¿Dónde se realizarán los derechos ciudadanos y políticos, la participación en la sociedad, la igualdad ante la ley, la seguridad y la Defensa si no existe el cuadro del Estado nacional? Hasta el día de hoy no ha surgido una entidad superadora capaz de reemplazarlo y lo que puede observarse es un ascenso de la ilegalidad internacional; más aún en estos tiempos cuando se registra un debilitamiento grave de la Organización de las Naciones Unidas como consecuencia de la acción militar de la OTAN en Kosovo.

Las iniciativas en curso en materia de integración regional ofrecen un ámbito adecuado para la concreción de conjuntos supranacionales que restablezcan la legalidad, pero, aún con las dificultades que este tipo de emprendimientos encuentran, el objetivo central de los mismos es la conformación de nuevas entidades políticas, más apropiadas para intervenir con éxito en la disputa por el poder a escala mundial.

La cuestión de la supervivencia del Estado-nación como garante de cierto orden internacional es algo que también se plantea en los procesos de integración regional. Marie-Janine Calic dice al respecto: «La integración de Europa occidental se debe ciertamente a la experiencia trágica de las dos guerras mundiales y también al escaso peso de las potencias europeas en el enfrentamiento EE.UU./URSS. Esta integración -novedoso fenómeno de la historia planetaria- funciona porque se apoya sobre Estados nacionales relativamente desarrollados. Pero el sudeste de Europa se distingue justamente por el hecho de que la construcción de los Estados nacionales -y en parte de las naciones mismas- se encuentra en una etapa inicial. De modo que la creencia de que la guerra de Kosovo podría culminar en una 'catarsis final' es falsa. Hay en efecto quienes imaginan que la guerra, después de haber hecho desaparecer las estructuras existentes, podría transformarse en el motor de una renovación económica y de un desarrollo democrático».⁽⁴⁾

Ignacio Sotelo⁽⁵⁾ se lamenta de que la participación militar española en las acciones de la OTAN en Kosovo no hubieran sido motivo de un oportuno debate parlamentario. Observa este sociólogo español: «Así como formar parte de la Unión Europea

acarrea una pérdida consentida de soberanía en determinados ámbitos económicos, la pertenencia a la OTAN conlleva de facto, y no sé si de jure -es una cuestión que debaten los especialistas-, una limitación de la soberanía en las cuestiones que atañen a la paz y a la guerra».

De lo que se trata entonces es de la lucha por el poder en el mundo, en un contexto en el cual los Estados Unidos, la «hiperpotencia» como la denominaría el Ministro de Relaciones Exteriores de Francia, Hubert Védrine, actúa como si el sistema fuera unipolar, pero que en los hechos se dirige hacia una configuración multipolar caracterizada por la emergencia de nuevos actores. Por la inestabilidad creciente de alianzas que pueden hacerse y deshacerse de un día para el otro, que en tiempos de la bipolaridad presentaron índices mayores de estabilidad. Sistema que actúa según antiguas reglas observadas hace varios siglos por Montesquieu y David Hume y que, en una demostración de la importancia del mismo, a Rusia le bastaron 200 hombres y 47 blindados para sentarse de pleno derecho en la mesa de negociaciones una vez concluidos los bombardeos de la OTAN sobre Yugoslavia.

Antes, las amenazas determinaban en buena medida los intereses. Hoy, son los intereses los que fijan y determinan las amenazas.

Durante la confrontación Este-Oeste la guerra absoluta, es decir el aniquilamiento completo del adversario en los términos en que Clausewitz pensó esto en 1830, fue posible debido a la existencia de las armas nucleares asociadas en muchos aspectos a políticas absolutas. Esta realidad llevó a Jean-Paul Sartre a sostener que «por primera vez, la humanidad cuenta con la capacidad para suicidarse». En la actualidad el equilibrio del terror, el peligro de una escalada que ponga frente a frente a los dos colosos no ha desaparecido totalmente, pero el empleo de la violencia adquiere una presencia mayor en la resolución de los conflictos.

Al no existir un riesgo tan evidente de que se produzca el holocausto aparecen mayores márgenes de libertad y menos restricciones en el empleo de las fuerzas armadas. Dicho de otra manera, la Guerra del Golfo no hubiera sido posible en los años seten-

⁽⁴⁾ Calic, Marie-Janine, Europeizar «la otra Europa». Publicado en *Le Monde Diplomatique*, edición en español. Julio de 1999, página 5. Buenos Aires. Argentina.

⁽⁵⁾ Sotelo, Ignacio, Artículo aparecido en el suplemento «Enfoques» del diario *La Nación*. Buenos Aires, 13 de junio de 1999, página 6.

ta como tampoco las recientes acciones de la OTAN en Kosovo, dado el peligro de un ascenso a los extremos existente en aquellos años.

Más arriba observamos que se ha instalado una fuerte disputa por el reparto del poder y de espacios en el planeta. Este hecho, asociado a los desequilibrios crecientes que la globalización provoca, constituye un generador importante de inestabilidad e incertidumbre política lo que da lugar a su vez a una cierta incertidumbre estratégica que hoy domina el panorama internacional.

Con la instalación de la multipolaridad, el sistema internacional ha vuelto a una realidad no estable natural y ordinario. Lo banal del estado inestable, en el período largo de la Historia universal, excluye su calificación recurriendo a nociones comparativas de orden y desorden desde el momento en que las mismas implican un juicio de valor ético o una pertenencia subjetiva. ¿Cómo definir el orden o desorden de los kurdos, indios y paquistaníes, rwan- deses, serbios de Kosovo, palestinos, chechenos o guerrilleros colombianos? Debemos emanciparnos de la presión de criterios normativos y axiológicos, deben ser erradicadas tentaciones simplistas y dogmáticas: no se trata de saber si el estado actual del mundo satisface o no alguna idea acerca de lo que debería ser; la bipolaridad ofrecía en su tiempo una gran tranquilidad mental. Resulta imprescindible comprender un nuevo estado de la cosa política, entendida ésta en su acepción más amplia, a la cual la ubicación en su perspectiva histórica y la aplicación del principio de objetividad restituyen su «verdadera» naturaleza. Así, este mundo no tiene nada de excepcional o aberrante: es lo que es, «es ist so», hubiera dicho Hegel.

En la actualidad puede observarse un retorno previsible del péndulo hacia posiciones anteriores, tan naturales y necesarias como las otras; hacia el resurgimiento de un estado ordinario de relaciones interactivas en el seno mismo del sistema-mundo como lo denomina Lucien Poirier, en el cual una complejidad creciente disimula la recurrencia de sus cambios y transiciones. Esta complejidad inhabitual oculta lo permanente, el movimiento basado en la contradicción de un sistema que evoluciona y

conmociona hábitos mentales adquiridos durante medio siglo y a los cuales se debe readaptar a las nuevas condiciones.

El triunfo del Oeste en la guerra fría se debió esencialmente a la combinación de estrategias económicas y culturales, lo que relativizó el papel de la estrategia militar. Esto provocó la emergencia de una suerte de racionalización moderadora de la violencia armada que marca, en ciertos aspectos, una ruptura en las relaciones usuales establecidas entre política y estrategia militar por las guerras totales de otros tiempos. Esto también contribuye en la actualidad al menosprecio de la importancia de la estrategia militar en sociedades que toleran cada vez menos la guerra, como los individuos toleran cada vez menos la muerte.

Los debates registrados en los Estados Unidos acerca del envío, o no, de tropas terrestres norteamericanas para combatir en Kosovo así lo demuestran. No deben verse los mismos únicamente como las heridas aún no cicatrizadas de la guerra de Vietnam; un individualismo creciente ligado a una carencia mayor de valores colectivos y trascendentes, signado por fuertes dosis de hedonismo, constituye la razón principal de los problemas señalados.

Sin embargo, lo que hoy puede parecer impensable debe pensarse para mañana. Si la creencia en el fin de las guerras vuelve regularmente al campo de las ideas, quizás se deba a una racionalización excesiva de una actividad que extrae su fuerza de una fuente de poder diferente a la razón humana.

La estrategia podría ser definida como el camino a adoptar para superar los obstáculos que se interponen en la prosecución de un objetivo político. La política es proyecto, y el proyecto de Uno se cruza necesariamente con el de Otro u Otros. Si todas estas proyecciones en el imaginario se inscriben en la realidad a través de acciones colectivas que se encuentran e interfieren, se asocian o chocan según convergencias o divergencias de sus fines respectivos, la política se realiza por este tipo particular de acción que es la estrategia: siendo ésta última la política en acción.

Como ya fue señalado en otros trabajos, la posesión de armamentos nucleares constituyó un factor

de estabilidad siempre y cuando éstos se encuentren bajo el control de entidades políticas que respeten el statu quo. Pero las nuevas incertidumbres y el alejamiento del holocausto contribuyen a transformar a los artefactos atómicos, de un factor de estabilidad, de algo que cumple su objetivo en la medida en que no es usado, en un arma, como cualquier otra, aunque de una capacidad destructiva mayor, que puede ser empleada si las circunstancias políticas así lo aconsejan.

La competencia por mayores espacios de poder, la búsqueda de objetivos trascendentes e identidades para millones de seres humanos a los que la sociedad de consumo -cuando acceden o no a ella- no llega a satisfacer en sus aspiraciones más elevadas, la necesidad de crear ámbitos de cohesión social donde se ejercite la solidaridad, son elementos fundamentales a la hora de repensar la estrategia en un marco conflictivo.

Hoy no existe, a escala global, un enemigo identificado para determinar la dialéctica Mismo-Otro, hoy debemos hablar de una pluralidad de Otros. En este marco el Estado debe conservar un abanico de hipótesis que contemplen la identidad de enemigos futuros, debe inventariar los riesgos. El Estado debe prever situaciones conflictivas múltiples y posibles con tal o cual Otro, hoy desconocido. En este contexto la amenaza es omnidireccional y pensar estratégicamente, sin enemigo designado, constituye una verdadera revolución mental.

A pesar de la dificultad señalada, el pensamiento estratégico puede trabajar y ser operativo absteniéndose de una doctrina establecida a partir de un Otro único. La ausencia de enemigo se transforma así en elemento de doctrina e instala un futuro abierto a todas las hipótesis de conflicto reduciendo a la doctrina, por un tiempo, a sus dimensiones táctico-técnicas y operacionales. Esto es lo que determina una postura de vigilia estratégica, como consecuencia de una reelaboración de la estrategia.

En un contexto en el cual avanza la apertura física de los territorios, la soberanía aparece vinculada con una mayor capacidad de los actores políticos para decidir sobre una coyuntura histórica. Los Estados Unidos, por ejemplo, conciben en la actualidad un

mundo algo desestructurado que impida la emergencia de un competidor, como ha sido el caso yugoslavo. Pero algo estructurado al mismo tiempo, de manera tal que éste les permita relanzar sus opciones estratégicas, como lo demuestra su accionar político y militar en el escenario de Medio Oriente.

Por otro lado, los EE.UU. han demostrado ventajas considerables en lo que a la eficacia de armamentos de alta tecnología se refiere, aún si se los compara con otros países desarrollados. Pero esta realidad presenta dos dificultades: una de ellas está vinculada a la incapacidad de Washington para emplear tropas terrestres en acciones de guerra donde sus intereses vitales no se hallen en juego, aunque los hechos recientes en los Balcanes demuestren los problemas que aparecen cuando se trata de torcer la voluntad de un adversario apelando únicamente a los bombardeos aéreos. La otra nace justamente de la necesidad que tienen los nuevos, o antiguos, perturbadores de sortear la superioridad norteamericana señalada: por arriba disponiendo de armas nucleares, por abajo a través del accionar de grupos terroristas.

Al mismo tiempo, la evolución técnica de los sistemas de armas otorga elevado poder de fuego a pequeñas unidades, brindándoles a las mismas una importante capacidad de perturbación. Nuevas amenazas como las mafias, los narcotraficantes o los grupos terroristas, obligan en alguna medida a la estrategia a desterritorializarse y resultan difíciles de combatir con medios clásicos y desde una postura tradicional. La inseguridad entonces no es exclusivamente exógena ni endógena, tiene algo de las dos.

Cuando analizamos el contexto político de incertidumbre que daba lugar a la reformulación de la estrategia observamos un doble proceso de integración y diferenciación que atenta contra la competencia tradicional de los Estados. La multipolaridad de actores estatales en muchos casos fuertemente debilitados, más el policentrismo anárquico de actores exóticos y anómicos genera el estallido del cuadro clásico de competencia-cooperación económica y cultural. Hanna Arendt decía: «El reino de la violencia pura se instala cuando el poder desaparece».

La complejidad de este universo no es mayor que en otros tiempos de la multipolaridad, hoy es de un orden superior, una suerte de hipercomplejidad. El mundo estructurado de otros tiempos estalló en una verdadera nebulosa de entidades más heterogéneas y heteromorfas, sin que desaparezcan los viejos y tradicionales conflictos entre Estados como lo están demostrando, entre otros, las confrontaciones entre India y Paquistán o China y Taiwán.

La dinámica del sistema-mundo, en los términos de Poirier, dejó de ser lineal, no existiendo pensamiento único ni receta común para entenderla. Este es un contexto que se comprende mejor desde las formulaciones de la teoría del caos de Prigogine, cuando en el estudio de la física cuántica aborda el análisis de la sensibilidad extrema hacia los pequeños cambios.

Por todo lo expuesto es que debe insistirse sobre la hipercomplejidad caracterizada por la presencia de actores exóticos, que se suman a los conflictos tradicionales entre Estados, en un escenario internacional donde el temor de ascenso a los extremos ha disminuido y en el cual la ocurrencia de la guerra es más probable hoy que en otros tiempos no lejanos.

La postura de vigilia estratégica torna imprescindible contar con fuerzas armadas con estructuras flexibles y combinables. Con un instrumento militar capaz de responder eficazmente a demandas políticas y militares hasta hoy desconocidas, dada la fragmentación de los objetivos estratégicos que puede observarse, constituyendo esto una realidad que nos acompañará un tiempo largo aún; mientras la disputa por el reparto de espacios de poder en el mundo persista.

La postura de vigilia estratégica exige también la reformulación de un pensamiento común en ámbitos regionales, como es el caso argentino, en el cual se creen estructuras apropiadas que permitan detectar a tiempo amenazas comunes y, al mismo tiempo, operar disuasivamente para evitar males mayores. La construcción de un polo regional defensivo depende esencialmente del establecimiento de políticas comunes que reflejen intereses y visiones compartidas. Esto permitirá actuar con libertad e independencia frente a la consolidación de fuerzas in-

ternacionales, como la OTAN y el G-7 que responden a intereses particulares, de otras potencias, que no siempre son los nuestros.

() Docente e investigador de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social. UNLP.*

MERCOSUR:

La convergencia de los sectores de telecomunicaciones, medios de comunicación y tecnologías de la información en el espacio regional

Alfredo Alfonso

Ileana Alejandra Matiasich (*)

Introducción

El objetivo de este trabajo es presentar un panorama de las sinergias y transformaciones que se han producido en los últimos años en los sectores de las telecomunicaciones, medios de comunicación y tecnologías de la información del macroespacio regional. Para alcanzar estas dimensiones se ha desarrollado un estudio de base sobre las condiciones en que se encuentran los componentes de la convergencia del sector de las telecomunicaciones y los medios de comunicación. Se ha tomado como marco referencial las actividades de los dos socios principales del Mercosur, Argentina y Brasil, impulsores y sostenes del acuerdo subregional.⁽¹⁾ También se han trazado referencias vinculadas a los otros dos países componentes del acuerdo, Paraguay y Uruguay.

Antecedentes

La importancia de la firma del Tratado de Asunción en 1991 que dio origen al Mercado Común del Sur (MERCOSUR), radica en que es el primer estamento en el que dos países fundamentales del Cono Sur de América, Argentina y Brasil, plantean un principio de unidad latinoamericana real, no declamada. El Pacto Andino (conformado por Perú, Bolivia, Ecuador, Colombia y Venezuela) tiene un origen común relacionado con la colonización española y le falta un eslabón central para considerarse latinoamericana-

no, la vinculación con Brasil. Fundamentalmente la conjunción del MERCOSUR y el Pacto Andino lleva a la unidad de América del Sur. Además, la alianza con Argentina, principalmente, Uruguay y Paraguay vuelve a Brasil centro real de América del Sur.

En el MERCOSUR los órganos con capacidad decisoria son el Consejo del Mercado Común, el Grupo Mercado Común y la Comisión de Comercio del MERCOSUR. El Consejo del Mercado Común dicta decisiones; el Grupo Mercado Común aprueba resoluciones y la Comisión de Comercio del MERCOSUR se pronuncia por directivas.⁽²⁾

Los antecedentes más importantes del MERCOSUR fueron los intentos de los presidentes Vargas, Perón e Ibañez en la década del '50 para realizar una profunda compenetración entre Brasil, Argentina y Chile. Vargas y Perón, en su primer gobierno, encarnaban un nacionalismo popular industrializador sin expropiaciones, con vocación declamada de ubicarse en una tercera vía en el contexto de la guerra fría. Argentina lideraba un ímpetu latinoamericanista buscando pactos económicos con Chile, Bolivia, Paraguay y Brasil.

La década del '60 tuvo un acontecimiento central. La dictadura militar brasileña, que se levantó contra el tercermundismo de Jango Goulart, impuso el más riguroso alineamiento con Estados Unidos. Sin embargo, fue durante esa alianza -se le llamaba el surimperialismo o el gendarme de América del Sur- que Brasil consumó su revolución industrial. Argentina no lo hizo ni con Perón ni durante la presidencia de Arturo Frondizi, y menos aún con los regímenes militares que culminaron la des-industrialización bajo la política económica desarrollada durante la dictadura militar del 76-83. Tanto Uruguay como Paraguay (en este último caso debido a las consecuencias determinantes de la Guerra de la Triple Alianza del siglo pasado, en el que se unieron contra este país Brasil, Argentina y Uruguay impulsados por Gran Bretaña) están aún muy lejos de aspirar a su industrialización. Estos antecedentes contextualizan la dinámica que sobrelleva el acuerdo subregional.

La relación entre los medios y los modos de comunicación con el modelo estructural del tipo de país guarda una relación marcada desde sus orígenes. Remitiéndonos a los momentos que hacíamos referencia

como antecedentes del MERCOSUR, Martín-Barbero especifica que «en los años cuarenta/cincuenta el nacionalismo sudamericano se transmuta en populismos que consagran el protagonismo del Estado en detrimento de la sociedad civil, un protagonismo que es racionalizado como modernizador tanto en la ideología de las izquierdas como en la política de las derechas. Y en los ochenta, la afirmación de la modernidad, al identificarse con la sustitución del Estado por el mercado como agente constructor de hegemonía, acabará produciendo una profunda devaluación de lo nacional». (Martín Barbero, 1996:86)

En coincidencia con el investigador colombiano podemos establecer claras diferencias entre la posición que tuvieron los medios en las décadas enunciadas con las que tienen actualmente. En los primeros intentos modernizadores se articulaba un movimiento económico que consistía en el ingreso de las economías nacionales en el mercado internacional con un proyecto de índole político que consistía en constituir las naciones, con los pilares que sustentan esta idea: incentivos en la búsqueda de una identidad, una cultura, un sentimiento nacional y soberanía territorial. Este proyecto se basaba en la comunicación entre las masas urbanas y el Estado. De allí que la radio, como principal elemento, se convirtió en vocera de la interpelación que «desde el Estado convertía a las masas en pueblo y al pueblo en nación». (Martín-Barbero, 1996:87) El proceso actual es inverso: los medios de comunicación contribuyen a configurar la presencia y ascenso de culturas que no establecen reconocimiento identitario vinculado a lo territorial. Y esta característica adquiere una mayor relevancia si se observa que por la composición del MERCOSUR, a partir de un cambio de las políticas, podrían constituir uno de los elementos centrales para la integración; por ejemplo, favoreciendo la difusión de la moderna cultura audiovisual, contribuyendo a redefinir nuevas identidades colectivas y aportando a la creación de una cultura política común, de carácter pluralista, democrática, etcétera.

El acuerdo regional y las estructuras de telecomunicaciones y medios de comunicación

**Capacidad estructural en telecomunicaciones,*

medios de comunicación y tecnologías de la información de los países intervinientes en el acuerdo.

En una época en que han triunfado los criterios de la economía de escala, ha resultado inevitable que se produjera un proceso de concentración mediática con epicentro en Estados Unidos pero con repercusiones en todo el mundo. Este modelo se ha convertido en pauta y guía para otros grupos y otras fusiones mediáticas, nacionales e internacionales (por ejemplo, Clarín; Globo; Abril). De hecho, con los criterios vigentes de globalización, los grupos multimedia nacionales saben que su destino es crecer internacionalmente, pues la lógica cuantitativa es la garantía de su supervivencia, según el principio que afirma implacablemente que quien no crece, decrece. Y del que asegura que quien no está dentro, está fuera.

La intervención del sector privado provoca también la modificación del control de la industria cultural y de la información. La participación de empresas vinculadas a otras áreas de producción, como la construcción o de servicios, o las provenientes de las redes de agua, electricidad y gas en el sector financiero de los negocios de las telecomunicaciones llevan a un desplazamiento de los factores políticos hacia factores comerciales y financieros poniendo en cuestión el pluralismo informativo en nuestra sociedad, tal como ya ha sido objeto de abundantes análisis político-económicos (Miguel, 1993; Sánchez-Taberner, 1994). Las denominadas ‘autopistas de la información’ son esencialmente el soporte de un nuevo concepto de servicios multimedia interactivos resultante de la expansión internacional de la cobertura de servicios (la globalización de agentes y servicios) y la convergencia de las telecomunicaciones con los sectores audiovisual, informática e información electrónica. Además se desarrollan en un mercado mundial en el que se han modificado las barreras de entradas a nuevos agentes, las reglas de competencia interna, la interrelación entre los ciclos de innovación en productos industriales y ciclos de innovación en servicios y aplicaciones.

La posibilidad de contar con un mercado potencial superior a 200 millones de personas en los países del MERCOSUR, un territorio en donde el proce-

Notas

⁽¹⁾ La denominación ‘subregión o subregional’ se utilizará atendiendo a la referencia que indica el título del Mercado Común del Sur, en el que implícitamente se reconoce un norte y un centro de una región única que conformaría el continente americano.

⁽²⁾ El Protocolo firmado por los cuatro presidentes de los Estados partes en Ouro Preto indica con respecto al Consejo del Mercado Común que «es el órgano superior del MERCOSUR al cual incumbe la conducción política del proceso de integración y la toma de decisiones» (...) «estará integrado por los Ministros de Relaciones Exteriores; y por los Ministros de Economía, o sus equivalentes de los Estados Partes» (Protocolo de Ouro Preto, Artículo 3^o). Con respecto al Grupo Mercado Común, se indica que «estará integrado por cuatro miembros titulares y cuatro miembros alternos por país, entre los cuales deben constar obligatoriamente representantes de los Ministerios de Relaciones Exteriores, de los Ministerios de Economía (o equivalentes) y de los Bancos Centrales. El Grupo Mercado Común será coordinado por los Ministerios de Relaciones Exteriores» (Artículo 11) (...) «El Grupo Mercado Común se pronunciará mediante Resoluciones, las cuales serán obligatorias para los Estados Partes» (Artículo 15). Por último, sobre la Comisión de Comercio del MERCOSUR, el Protocolo expresa que «es el órgano encargado de asistir al Grupo Mercado Común, compete velar por la aplicación de

los instrumentos de política comercial común acordados por los Estados Partes para el funcionamiento de la unión aduanera, así como efectuar el seguimiento y revisar los temas y materias relacionados con las políticas comerciales comunes, con el comercio intra-MERCOSUR y con terceros países». (Artículo 16) (...) «La Comisión de Comercio del MERCOSUR estará integrada por cuatro miembros titulares y cuatro miembros alternos por Estado Parte y será coordinada por los Ministerios de Relaciones Exteriores» (Artículo 17) (...) «La Comisión de Comercio del MERCOSUR se reunirá por lo menos una vez al mes o siempre que le fuera solicitado por el Grupo Mercado Común o por cualquiera de los Estados Partes» (Artículo 18) (...) «La Comisión de Comercio del MERCOSUR se pronunciará mediante Directivas o Propuestas. Las Directivas serán obligatorias para los Estados Partes». (Artículo 20)

⁽³⁾ El servicio de televisión de pago a través del sistema DTH en Brasil reúne 80 mil abonados. Este servicio incluye el acceso a Internet a través de módems y redes de alta velocidad. Fuente: Screen Digest, diciembre de 1997. Pág. 283.

⁽⁴⁾ Información recogida en las páginas web de ambas empresas. Telefónica Argentina: <http://www.telefonica.es> y Telecom Argentina: <http://www.telecom.com.ar/informacion/index/html>.

Ambas consultas se realizaron el 20/10/98.

so de convergencia de las industrias de electrónica e informática era muy incipiente, disparó los intereses de las empresas más importantes del sector para hacerse con las licencias otorgadas en el plan de privatizaciones. A raíz de la fecundidad que generó este proceso, en los dos últimos años se ha desatado una competencia inusual en el sector que ha modificado sustancialmente la estructura en Argentina (que liberaliza las telecomunicaciones a partir de septiembre de 1999) y ha consolidado los monopolios en Brasil.

El proceso de convergencia de estas industrias está haciendo que los sistemas de computación y de telecomunicaciones se unan en redes de información como Internet. Los nuevos servicios son ya un campo de batalla donde un creciente número de empresas privadas lucha contra los antiguos y actuales monopolios. Por ejemplo, empresas telefónicas como CTC (Chile), Telmex (México), Telefónica (España) y Southwestern Bell (Estados Unidos), entre otros, han invertido fuertemente en televisión por cable, aliándose con gigantes internacionales de esa industria, como TCI. La convergencia se ha empezado a producir, por ejemplo, con los sistemas DTH ('direct to home'- directo al hogar) que además de ampliar la oferta de canales de televisión incluyen el servicio de Internet.⁽³⁾

Telefonía

En 1990 Argentina dividió en dos entidades la Empresa Nacional de Telecomunicaciones (Entel) y en ese mismo año vendió el 60 por ciento de cada una. La que abarca la región norte del país fue adquirida por un consorcio integrado por STET de Italia, France Telecom, Pérez Companc y JP Morgan y la participación pública restante se vendió en marzo de 1992 por medio de acciones en la Bolsa de Buenos Aires. La otra entidad de explotación meridional se vendió al consorcio COINTEL integrado por Telefónica de España, Citicorp Equity Investments, el Banco Río de la Plata e Inversora Catalina. Las dos nuevas empresas, Telecom Argentina y Telefónica Argentina, detentan conjuntamente la propiedad de Telintar, a cargo de los servicios internacionales, de Startel, de la trans-

misión de datos y de Movistar, empresa de telefonía celular. Cada operador cuenta con el beneficio de un mercado cautivo exclusivo hasta noviembre del 2000 (se prorrogó en 1997). Argentina cuenta en la actualidad con 6,9 millones de líneas de telefonía básica, de las cuales 3,8 millones corresponden a Telefónica y 3,1 millones a Telecom.⁽⁴⁾

Otros servicios, como telefonía móvil, transmisión de datos satelitales, video conferencias, voz y teledirección por satélite; servicios integrados on line (combinan satélite, fibra óptica y microondas) y distribución de señales de radiodifusión está en régimen de competencia a partir del dictado de sucesivos decretos. El desarrollo de la mayoría de los mismos está signado por la convivencia de capitales extranjeros y nacionales. El Estado se limitó a generar los marcos regulatorios necesarios para maximizar la explotación. De acuerdo a la resolución 477/93, el ente regulador del área, la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CNT), estableció regímenes muy flexibles de acceso a las licencias.

Dentro de la dinámica que ha caracterizado a este sector se destaca la telefonía móvil surgida hace cinco años. Cuenta con más de 600.000 usuarios y se estima que el «crecimiento explosivo» de los últimos meses se mantendrá hasta el 2000. El mercado de los celulares en la Ciudad de Buenos Aires y sus alrededores se distribuye entre dos empresas: MOVICOM -Bell South, Motorola y BGH de EEUU- y MINIPHONE S.A. -Telefónica de Argentina y Telecom. (Albornoz; Postolski y Mastrini (et. al.), 1997: 8) Además, Telefónica fue ampliando de manera significativa su inserción en la estructura de telecomunicaciones y actualmente forma parte del oligopolio formado por los dos grupos de televisión por cable que concentran la casi totalidad del mercado (Multicanal (30%) y Cablevisión (33,28%), de Canal 9 (50%) y del emprendimiento más importante de canal temático deportivo TyC Sports- (20%). Actualmente la cantidad de líneas telefónicas por cada 100 habitantes asciende a 17,38.

Brasil dispone, en la actualidad, de 13,5 millones de teléfonos convencionales y otros dos millones de celulares. Es decir, 9,57 terminales fijos por cada 100 habitantes.⁽⁵⁾ La precariedad del sistema, en el que el

Estado dejó de invertir hace décadas, junto con las presiones empresariales llevaron al presidente Cardoso a obtener del Congreso la supresión del monopolio estatal de la telefonía. (Amaral y Rondelli, 1996:76). Telefónica Internacional de España también se ha hecho con el 35% de la explotación del servicio en el estado de Río Grande do Sul en ocasión de la privatización de una parte de la Compañía Riograndense de Telecomunicaciones en diciembre de 1996. Esta compañía venderá próximamente un 52% de las acciones en subasta pública. Pero la acentuación más clara de esta política se produjo el último 29 de julio de 1998 con la venta de la empresa nacional de teléfonos, Telebrás, por 21 mil millones de dólares aproximadamente. Esta privatización transformará todo el sector.

Telefónica controla, además de los casos mencionados, la Compañía de Telecomunicaciones de Chile (43,6%), Telefónica de Perú (35%), la Telefónica de Colombia -Cocelco- (30,8%) y participa con un 35% en la Compañía de Teléfonos de Venezuela. (CANTV)⁽⁶⁾

Los casos de Uruguay y Paraguay son disímiles. Por un lado, Uruguay cuenta con el mayor índice de líneas telefónicas cada 100 habitantes de la región, con un 20,89. Por su parte, Paraguay está en el otro extremo, con un índice de 3,56 líneas por cada 100

habitantes, cifra que guarda relación con los indicadores generales del país.

El balance de operaciones de las empresas privatizadas de telecomunicaciones en la región es favorable en términos del crecimiento en líneas telefónicas.⁽⁷⁾ Como lo explicita el último informe de la UIT, lo que incentiva este incremento es que «las comunicaciones son cada vez más un componente fundamental del crecimiento económico, el motor de la evolución de la sociedad mundial de la información». (UIT, 1998:2)

Televisión

La legislación es un factor clave que estudian los grandes inversores para imponer sus monopolios. La televisión por cable en Argentina, Brasil y Uruguay vive diferentes estadios de ley de mercado. Argentina presenta aires de *laissez faire*, vinculando la regulación con el proyecto de la alianza político-económica que arribó al poder en 1989. Uruguay permite la creación de un monopolio y Brasil aprueba en el inicio de 1996 una legislación amplia, con participación de sectores organizados de la sociedad civil.

Brasil posee una de las más modernas leyes sobre TV por cable, que se aprobó después de 20 años de debates y juegos de intereses políticos y económi-

⁽⁵⁾ Las llamadas clases A (2,58 millones de teléfonos) y B (4 millones de líneas) detentan un 80 por ciento de la telefonía residencial. La clase A, formada por 1.290.000 familias con renta superior a los 3.000 dólares. La clase B constituida por 3,8 millones de familias con renta entre 2.000 y 3.000 dólares. Para los 27 millones de familias restantes, que constituyen la base de esa pirámide social, la democracia brasileña reservó 1,5 millones de teléfonos.

⁽⁶⁾ Diario *El País*, de España.

Información publicada el 17 de mayo de 1998. Pág. 54.

⁽⁷⁾ Según datos de la Unión Internacional de Telecomunicaciones actualmente se puede contar un teléfono público en Brasil cada 5 kilómetros. El informe no aclara el nivel de concentración por regiones, que evidenciaría que en los circuitos vinculados a información bancaria el porcentaje se acrecienta de manera tan significativa que permite obtener este promedio general. Fuente: Informe sobre el desarrollo mundial de las telecomunicaciones. Acceso universal. Resumen, UIT, Marzo 1998. Pág. 10.

Privatización de Telebrás.

Grupo A		Grupo B		Grupo C	
Empresa a privatizar	Comprador	Empresa a privatizar	Comprador	Empresa a privatizar	Comprador
Telesp	Telefónica de España	Telesp Celular	Portugal Telecom	Tele C-Oeste Celular	BID/Splice
Tele Centro Sul	Telecom Italia	Telemig Celular	Telpart	Tele Norteste Celular	Globopar
Tele Norte Leste	Andrade Gutiérrez	Tele Celular Sul	UGB/Intel	Tele Leste Celular	Iberdrola
Embratel	MCI	Tele Sudeste Celular	Telefónica de España	Tele Nordeste Celular	Telpart

cos. Fue sancionada el 6 de enero de 1995. Para su aprobación fue fundamental la participación de una organización no gubernamental llamada Fórum para la Democratización de la Comunicación, que fue creada en la década del '70 y actuó siempre en relación a la participación pública en el servicio de telecomunicaciones. El Fórum fue responsable de advertir la necesidad de la Ley del cable, en virtud de la experiencia que fue observando en otros países, como Argentina, del rápido desarrollo que adquiere este sistema.

En Uruguay no existe una ley específica, pero sí un conjunto de normas que determinan aspectos relacionados con la radiodifusión, telefonía, prensa, etc. En la legislación uruguaya no se considera el surgimiento de la televisión universitaria, educativa o de alcance comunitario. (García Rubio, 1994: 118).

En Brasil, según los datos del Instituto Brasileño de Geografía y Estadística (IBGE), existen actualmente 32 millones de viviendas con aparatos de televisión. La audiencia nacional se calcula en 100 millones de espectadores. Apenas un 3 por ciento tiene televisión de pago. Pero si consideramos que el acceso al sistema de televisión por abono cuesta cerca de 900 dólares y la mensualidad 50 dólares, y el salario mínimo del país es de 112 dólares, la cifra no sorprende. He aquí por qué un 97 por ciento de los usuarios de esta televisión alternativa están entre el 1 por ciento de los más ricos de los cuales el 42 por ciento tiene rentas superiores a los 5.600 dólares, es decir, exactamente 50 veces el salario mínimo.

La información se transfiere gradualmente de los canales abiertos a los canales de televisión por abono, ofreciendo una información abundante que admite la posibilidad de tener acceso a un universo de más de 100 canales, incluyendo a los noticieros internacionales.

La implantación de la televisión por suscripción en Brasil se inició oficialmente en 1991. Hoy ya representa un mercado en acelerada expansión cuyo modelo de desarrollo no difiere de la tradicional tendencia nativa del mantenimiento de los mercados monopolísticos de los medios de comunicación de masas, predominante en el sistema de la televisión abierta. El crecimiento de la televisión por suscripción,

por otra parte, se está afinando como el modelo internacional de formación de los grandes oligopolios detentadores de numerosos medios de comunicación que se extienden por numerosos países, en las más diversas formas de asociación con los empresarios locales-nacionales. Hay un potencial estimado en 7 millones de abonados para los próximos diez años contra los 400 mil abonados actuales. Un total de 1396 solicitudes para la explotación de MMDS (Multichannel Multipoint Distribution Service) -Servicio de distribución multicanal para abonados- esperan la decisión del Ministerio de Comunicaciones.

Las principales empresas de TV por Cable en Brasil son la NetBrasil (operador: Globocabo, del Grupo Roberto Marinho, en asociación con los grupos RBS) y Multicanal. La principal empresa de MMDS es la TVA (operador: Grupo Abril, asociado al Chase Manhattan Bank). Con respecto a los programadores, es decir, aquellas empresas que ofrecen los contenidos para las operadoras, las principales son Globosat, controlada por Roberto Marinho; la TVA y la HBO que tiene como socio minoritario al Grupo Abril. (Ramos y Martins, 1996:121)

En 1993, el gobierno brasileño desistió de participar en el proyecto de construcción del satélite argentino Nahuel a través de un consorcio de Embratel con fabricantes europeos. Al retirarse, abrió el espacio para proyectos privados, como el de Panamsat, que es representado en Brasil por Vicom (de Roberto Marinho y el banco Bradesco) en un claro acto de protección a las empresas nacionales. (Bolaño, 1997: 190)

La televisión uruguaya, desde su establecimiento en 1956, ha estado dominada por un modelo privatista y comercial. Los tres canales comerciales montevidianos con sus repetidoras sobrepasan largamente en niveles de audiencia a la red estatal; difunden mayoritariamente programación de origen extranjero, siendo uno de los países de América Latina con menores porcentajes de producción televisiva. Con el correr del tiempo, el predominio norteamericano cedió paso en parte a la programación argentina. Las producciones brasileñas tienen una limitada representación a través de la telenovela y, eventualmente, alguna comedia. No se importan pro-

gramas paraguayos, así como Uruguay tampoco exporta programas. Un dato relevante es que los diarios de los territorios de frontera publican en su cartelera de información televisiva la programación de los países vecinos. Por otra parte, el campeonato de fútbol, principal deporte de referencia nacional, fue transmitido sólo para abonados al sistema de cable por un monopolio argentino, la empresa 'Torneos y Competencias', que cuenta también con capitales estadounidenses. Uruguay tiene televisión paga desde 1991. Cuatro de las cinco propuestas de Televisión pertenecen a Equital S.A., creada en 1990 por los tres canales de cable abiertos de Montevideo. A pesar de la buena penetración de la Televisión abierta (98%) (García Rubio, 1994:78) el cable no se ha expandido con tanta decisión.

El sistema de cable en Argentina reúne experiencias desde la década del '60 (p.ej. TeleViedma canal 2, de Viedma) pero se ha desarrollado después de la década del 80 y transformado a partir de 1994 en el mayor mercado del MERCOSUR. Hay 1200 empresas (incluyendo cable, satélite y microondas). Sin embargo, el mercado está saturado, la legislación es imprecisa, y las redes físicas (coaxial) son muy antiguas a diferencia de Brasil, que fue el último país de la región en promover la televisión por cable, cuenta con redes físicas de gran velocidad. Por este motivo, Multicanal, del Grupo Clarín, obtuvo a mediados de 1995, un crédito de 200 millones de dólares de diversos bancos nacionales y extranjeros para equiparse rumbo a la organización de la autopista informática. La clave es la fibra óptica. Los tres líderes del cable comenzaron a cambiar todo el tendido a principios de 1995, con el concurso de empresas o préstamos de carácter internacional. Es el caso del brazo telefónico del Grupo Clarín de Argentina, al que proyecta articular el medio televisivo, está conformado en gran medida por inversores de origen estadounidense como la GTE Corporation, AT&T, y TCW American Development Association.

En Argentina, el número de señales de televisión va de las 76 para las emisoras líderes ubicadas en la Capital Federal -Multicanal, Video Cable Comunicación -Continental y Cablevisión -TCL a las alrededor de 20 en pequeñas poblaciones del interior del país.

El porcentaje que actualmente ocupa la producción nacional y local de la TV cable llega, en algunos casos, al 30% del total. El nivel de penetración en hogares (48,4%) es el más alto de Latinoamérica, situándose tercera en escala mundial, detrás de Estados Unidos y Canadá. Sin embargo, una de las características de su penetración en Buenos Aires es la posibilidad de recibir perfectamente la señal de las cadenas de televisión que emiten por aire ya que, sin el cable, la densidad edilicia lo dificulta. Es así que las mediciones de rating siguen siendo ampliamente favorables a los programas de la televisión abierta. Los 5,15 millones de abonados al sistema marcan la dimensión que ha adquirido este mercado, con la consecuente capacidad de liderar en el debate de la sociedad y la opinión pública. Por otro lado, la multiplicidad de canales locales y nacionales, con excepción de las cadenas temáticas internacionales, se puede considerar que no ha traído, en consecuencia, la multiplicidad de 'voces' u 'opiniones' en el tratamiento informativo esperado, ya que la estructura de poder sigue concentrada (con la ya anticipada tendencia al sistema monopólico observada en los últimos tiempos). Por lo tanto hay un incremento de programas de información que reiteran los postulados de las empresas o del sistema, no así del gobierno, con algunas excepciones. La corporación de medios detenta un poder preciso.

Informática

La vertiginosa adopción de la nueva tecnología de la red de computadoras Internet, pese a su potencial amplificador del flujo de informaciones entre las computadoras personales, no puede considerarse como un medio de comunicación de masas. Más cara e inaccesible que la televisión de pago, que depende de la compra del aparato, de la inscripción y del abono mensual, el acceso a la red informática queda restringida a un número muy limitado de consumidores (si consideramos la población en términos absolutos). Cuando se observa el mapa mundial de usuarios de Internet nos encontramos de nuevo con el esquema Norte/Sur/Este. Cuando, en el interior de un país desarrollado, observamos el mapa de sus usuarios, des-

cubrimos también zonas informatizadas y zonas deprimidas. Y cuando, en una gran capital, repetimos la observación, volvemos a detectar espectaculares desequilibrios, que revelan que a la dualización económica de la sociedad se superpone, también, una dualización cultural, comunicacional e informática. (Alfonso, 1997:21)

Desde la óptica que rige hoy el mercado el mundo se divide en sociedades preinformáticas, que son las del llamado Tercer Mundo y sociedades informatizadas. La informática ha pasado a ser lo que marca la nueva frontera entre desarrollo y subdesarrollo, que antes era una variable exclusivamente económica. Por ejemplo, en Brasil, estimaciones recientes indican una cifra en torno a los 300.000 usuarios, en un universo de 150 millones de habitantes.

El uso de Internet en Brasil, sin embargo, está más avanzado que en los demás países latinoamericanos. Los cuatro periódicos de circulación nacional -O Globo, Jornal do Brasil, Folha de São Paulo y O Estado de São Paulo-, junto con sus respectivas agencias informativas, además de la revista Isto É y del Grupo Abril, por citar los más importantes, están disponibles en Internet. Aunque puede haber otros periódicos alternativos editados en la propia red, la fuerza informativa pertenece a esos periódicos consolidados, que descubren en Internet un espacio más de expansión de sus respectivos imperios y versiones del mundo. Brasil On-Line (BOL), del Grupo Abril, y Universo On-Line (UOL), de la Folha de São Paulo, han tomado la delantera y en el mes de abril de 1996 lanzaron sus servicios on-line inspirándose en America Online, Compuserve y Prodigy, mientras que O Globo también se prepara para ofrecer servicios semejantes. El crecimiento de este tipo de servicios dependerá únicamente del aumento del número de proveedores en el país y de la expansión de las líneas telefónicas.

Por otra parte, en el orden científico, Brasil acordó su ingreso en el nivel más alto de redes que se conoce como Internet 2, un proyecto del que participan 100 universidades estadounidenses y algunos centros extranjeros, como la Red Nacional de Pesquisa. Entre otras aplicaciones, Internet 2 se encargaría de:

Bibliotecas digitales con capacidad de reproducción de imágenes de audio y video de alta definición, oferta de imágenes de alta-resolución con reproducción casi inmediata en las computadoras, nuevas formas de trabajo en grupo, con desarrollo de tecnologías de presencia virtual y colaboración en 3D; etc.

La red también está siendo utilizada de forma diferenciada y aún tímida por las emisoras de televisión abierta, para, a través del lenguaje específico de la Internet, divulgar y ofrecer archivos de su programación.

Transformaciones e indicadores

En términos generales, en la subregión existe un promedio de algo más de un aparato de televisión y de casi dos de radio por familia, así como un índice de publicaciones de libros bastante bajo (ocho por cada cien mil habitantes).⁽⁸⁾ Sin embargo, América Latina en su conjunto -y dentro de ella, la subregión- también exhibe las cifras más elevadas del mundo en cuanto a cantidad de canales de televisión por número de receptores y la cantidad de horas anuales de transmisión de programación en ese medio, aventajando largamente a Europa.

La comunicación subregional da cuenta de una tendencia invertida de la direccionalidad que habitualmente estructura los sistemas de signo integrador, como por ejemplo, la Unión Europea. En general se trata de sistemas de comunicación que se abren hacia el exterior y tienden a cerrarse hacia el interior de la región y los núcleos nacionales y locales que la conforman, cuyo control escapa cada vez más a las sociedades en las cuales ellos se insertan. La contracara de la aparente opulencia comunicacional que en los últimos años se percibe en la subregión MERCOSUR, es la creciente indigencia de vastos sectores sociales.⁽⁹⁾

Susana Velleggia describe esta situación precisando que «la reproducción de la pobreza material, si bien incuestionablemente ligada a factores estructurales, también guarda relación con la mayor o menor abundancia social de informaciones que supongan conocimientos apropiados y con una circulación intensa, continua y persistente de los mismos que

⁽⁸⁾ Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). Informe sobre Desarrollo Humano 1997. Pág. 200.

⁽⁹⁾ La tasa de desempleo en Brasil subió al 8,18 por ciento en marzo, un nivel récord en los últimos 14 años. En febrero, el índice había alcanzado al 7,42%, según los datos del boletín del Instituto Brasileño de Geografía y Estadística (IBGE). El año ya había comenzado con más desocupación: el índice de enero fue de 7,25%, contra 4,84% en diciembre de 1997, según las mediciones del instituto, que registra un aumento permanente del desempleo en Brasil. En San Pablo, la región más industrializada (que aporta un tercio del producto bruto interno) la desocupación abierta y encubierta alcanzó a 18,9% en abril, contra el 18,1% de marzo último. Fuente: Diario Clarín, ediciones del 30 de abril y 22 de mayo de 1998.

promueva un acceso irrestricto a ellos» (Velleggia, 1997:274). La exclusión social del nuevo modelo no está vinculada sólo a los recursos productivos, sino a la formación específica de esos recursos. Por lo tanto presenta características mucho más complejas y abarcativas ya que establece referencias que determinan al conjunto de la sociedad.

Los grandes conglomerados empresariales de la comunicación, particularmente los del campo audiovisual, gracias a los adelantos tecnológicos que han abatido las fronteras nacionales, tienen hoy como

nunca antes la facultad de constituirse en sistemas educativos informales, paralelos a los formales y con poderosa incidencia en la formación de los valores, hábitos y concepciones que orientan la vida de las diferentes sociedades.

Transformaciones en la estructura de poder de los medios

Algunos investigadores europeos vinculados a la corriente de la economía política de la comunicación

Indicadores Básicos en el MERCOSUR y países asociados

	Argentina	Brasil	Paraguay	Uruguay	Bolivia	Chile
Población Total (M) (1996)	35,22	157,87	4,96	3,20	7,59	14,42
Densidad (por km2) (1996)	13	19	12	17	7	19
PNB Total (B U\$S) (1995)	279,6	715,4	9,0	17,7	7,0	67,3
PNB per cápita (U\$S) (1995)	8.042	4.591	1.820	5,564	939	4.714
Televisores (cada 100 hab.) (1994)	32	25	7	52	14	25
Abonados a la TELEVISIÓN paga y % de penetración						
a) cable	4,950	1,416	43	95	5	730
b) MMDS	200	355	62	40	23	20
c) DTH	0	80	0	0	0	0
d) TOTAL	5,150	1,940	105	135	28	750
Penetración	48,4 %	5,3 %	8,6 %	17,1 %	1,5 %	18,4 %
Usuarios de Internet (cada 10.000 hab.) (1994)	2,0	0,3	—	3,0	—	12,0
Cantidad de líneas telefónicas (1996)	6'119.6	15'105.9	176.3	669.0	327.6	2'248.0
Líneas telefónicas (cada 100 hab.) (1996)	17.38	9.57	3.56	20.89	4.32	15.59
Usuarios de Teléfonos celulares (cada 100 hab.) (1994)	0,6	0,4	0,3	0,2	0,1	0,7
Número de servidores (1998)	19.982	117.200	298	10.295	550	17.821
Número de computadoras personales (cada 100 hab.) (1994)	1,4	0,9	—	—	—	2,5

Fuentes: PNUD. Informe sobre Desarrollo Humano 1997; Unión Internacional de Telecomunicaciones (1997); Internet Domain Survey (1998) (<http://www.nw.com>); FMI; Banco Mundial y Screen Digest, Julio y diciembre de 1997.

precisan que las iniciativas de la Unión Europea se establecen en una relación de contubernio con los empresarios (el informe Bangemann así lo demuestra), y que, por lo tanto, la tan enunciada vertiente social de la integración que supone la Unión no tiene asidero ni propuestas políticas que la respalden (Garnham, 1996; Burgelmann, 1997). En el MERCOSUR la situación ni siquiera llega a este nivel. Las políticas desarrolladas en el campo de las telecomunicaciones están tan retrasadas que sólo funcionan como espacios de ratificación de los emprendimientos y posicionamientos de las empresas. Pero hay un elemento diferencial más importante. Mientras la Unión Europea, practica una sistemática política de protección de los capitales propios y de su mercado, en los países del MERCOSUR la mayoría de las sinergias, joint ventures y ventas que se realizaron en los últimos 12 meses evidencian de manera directa y precisa la intervención de los capitales que concentran todo el poder mundial en la materia con una mínima participación de empresarios locales. Como ejemplo contradictorio se presentan las políticas implementadas en el seno del MERCOSUR en el «programa de acción 2000», de 1996, cuyas principales líneas de acción establecen:

- promover acciones conjuntas en temas referidos a las telecomunicaciones y los asuntos postales.
- analizar la posibilidad de compatibilizar los planes de implementación de nuevos servicios y nuevas tecnologías.
- explorar la posibilidad de realizar programas comunes de proyectos de desarrollo.
- crear sistemas y medios que posibiliten el intercambio de información.
- examinar la posibilidad de armonizar los procedimientos de prestación de servicios.

y cuyo mandato para el año 1997 indicaba entre otros puntos:

* Acuerdo de televisión en UHF. Establecer procedimientos de coordinación para la utilización y operación de canales radioeléctricos atribuidos al servicio de radiodifusión en bandas de frecuencias de UHF (512-806 Mhz). Plazo de realización: 12 meses.

* Acuerdo sobre distribución de señales de televisión multipunto multicanal. Establecer procedimien-

tos de coordinación para la utilización y operación de canales radioeléctricos que operen en la modalidad de distribución multipunto de señales de televisión multicanal. Plazo de realización: 12 meses.⁽¹⁰⁾

Estos auspiciosos postulados están muy lejos de reflejar lo que efectivamente se desarrolla en la subregión.

Mientras tanto, la característica fundamental de los últimos tiempos en la región, y principalmente en Argentina, es la transformación de los dueños del mercado de medios de comunicación y estructura de telecomunicaciones. En el último año se realizaron más cantidad de transacciones que en los ocho anteriores. Esto demuestra el interés de las grandes compañías extranjeras en un sector que ha demostrado con creces ser terreno fértil y por otro, la constitución de oligopolio delimitado a dos opciones (CEI, Telefónica y TyC, por un lado, y Grupo Clarín, por el otro). Esta composición permite la semejanza con la estructura existente en Brasil, principal socio en el Mercosur.

Las fusiones y adquisiciones en medios de comunicación lideraron las operaciones registradas en Argentina a lo largo de 1997, ya que los cambios de manos involucraron más de 4.000 millones de dólares, según relevamientos del Centro de Estudios para la Producción del Ministerio de Economía de Argentina.

Esta nota publicada en la revista Screen Digest en octubre de 1997 da cuenta de cómo se observan estos movimientos desde el campo empresarial:

«Frenética transacción conforma los nuevos líderes en Argentina. Series de transacciones en el mercado de cable argentino ha visto al Grupo Clarín transformar su monopólica posición en los medios dentro de dos vías en cuestión de semanas. Los nuevos jugadores son una alianza compuesta entre CEI Citicorp Holdings, Telefónica Internacional de España y Telecommunications International (TCI), los cuales son ahora los dueños de la mitad de las redes de cable en Argentina y una parte del canal líder Telefé. Clarín, es el dueño del principal diario y la otra mitad del mercado de la industria del cable.

* CEI y Telefónica (ambos inversores en Telefónica Argentina) compraron la mitad (el 51%) del opera-

⁽¹⁰⁾ Secretaría Administrativa del MERCOSUR, Resolución N° 38/95, Grupo Mercado Común.

dor de cable Cablevisión a TCI por 210 millones de dólares y el cuarto (41,8%) a Eduardo Eurnekián, incrementando el 33.3 % cada uno.

* TCI compró el 35 % de TyC (programación deportiva con derechos de fútbol en el país, de Liberty Media/News Corporation joint venture). También tienen participación en TyC el CEI y Telefónica.

* CEI y Telefónica compraron Fintelco, quienes eran dueños del cable operador VCC, de US West y Samuel Liberman por 765 millones de dólares y vendieron la mitad de los 600 mil suscriptores de Cable Visión y la mitad de Multicanal.

* El acuerdo en principio alcanzado por CEI, Telefónica y TyC adquirió el 40 % de Editorial Atlántida, dueños del 40 % aproximado del canal de aire Telefé. (Screen Digest, octubre 1997).⁽¹¹⁾

Por su parte, tanto el Grupo Clarín como el que encabeza el CEI, se adjudican el deseado primer lugar en el índice de abonados a la televisión por cable. En su edición del viernes 17 de abril de 1998, Clarín publicó una información sobre los movimientos en el sector que detallaba «de los 4,5 millones de abonados que hay en la Argentina, Multicanal se posicionó como el principal operador del país, con 1,6 millón de abonados. Cablevisión ocupa el segundo lugar en el negocio de la televisión por cable». A su vez, el vicepresidente del Citicorp Holdings y prófugo de la justicia argentina, Raúl Moneta, sostuvo en una entrevista publicada por el diario La Nación «entre todas nuestras redes y las que el CEI cogestiona en cables, suman un 33%. Tenemos 1,5 millón de suscriptores. Clarín debe tener 1,3 millón».⁽¹²⁾

Por otra parte, PRIME Televisión ha adquirido el 51% de canal 9 de Argentina a Alejandro Romay, por 100 millones de dólares. El adicional de la privatización del canal fue adquirido por TyC Sports, Venezolón Grupo Cisneros y Televisa. A su vez, Torneos y Competencias ha adquirido Pramer, compañía de distribución y programación de 16 canales de cable, pertenecientes a Eduardo Eurnekián. TyC también adquirió el 7,2% con opción al 92,8 % restante en Multimedia América que corresponde al canal 2 de Televisión y el 10% de Editorial Atlántida. Esta transacción reduce a un 36% el capital de TCI/Liberty's en TyC. Esta joint venture reúne el 40% de CEI

Citicorp Holdings y Telefónica Internacional de España. Asimismo, Clarín, ha tomado el 50 por ciento de Galaxy Latin America del Grupo Cisneros de Venezuela. El 20% lo ha tomado Cisneros y el 30% restante Hughes/Direct televisión para la aplicación del sistema 'Direct to home' de televisión a través del satélite argentino Nahuel.

En la competencia por el control de los nuevos usos de la televisión y la telefonía, Rupert Murdoch, el empresario australiano-norteamericano dueño del gran conglomerado News Corp. (que durante 1994 facturó 12.500 millones de dólares a nivel mundial) viajó en el mes de septiembre de 1995 a Brasil para asociarse con la Organización Globo para, conjuntamente con Grupo Televisa y Tele-Communications International (TCI), crear la mayor cadena de televisión por cable de América Latina. Desde septiembre de 1997 esta alianza puso en órbita PanAmSat, PAS-6 satélites con capacidad hasta 360 canales digitales. Por su parte, Televisión Globo ha alcanzado un acuerdo con el canal de televisión portugués SIC y el operador de cable Televisión Cabo Portugal para desarrollar la televisión de pago en Portugal. Cada Compañía invertirá el 42% y el 16% restante surgirá de los contenidos.

También en septiembre de 1995, el Grupo Abril informó de su asociación con el grupo de compañías norteamericanas Disney (Capital Cities/ABC, Hearst y Falcon Cable) para extender sus servicios de cable a toda Latinoamérica. En Brasil la configuración del país continúa otorgando más crédito a la utilización de antenas parabólicas hogareñas ('direct to home' o DTH) que al cable. Con anterioridad a su asociación con el referido grupo empresario norteamericano, el Grupo Abril ya se había asociado a la compañía americana Hughes Communications Inc. (subsidiaria de la General Motors), al Grupo Cisneros de Venezuela y con MVS Multivisión de México para desarrollar el sistema DTH.

En cuanto al desarrollo de la televisión por cable la cantidad de abonados para las cinco principales empresas arrojan los siguientes datos para 1996: Globopar: 833.400 suscriptores; Multicanal: 485.200; Net8 sat: 102.500; TVA: 316.400; Televisión Filme: 70.600.

⁽¹¹⁾ Actualmente, CEI Citicorp y Telefónica Internacional (TISA) tienen cada uno el 33,5% del paquete accionario. TCI se quedó con un 26%, en tanto que Eurnekián conserva el 8% restante. Clarín, 17 de abril de 1998. También ha adquirido el 40 % del diario *Ámbito Financiero* por 35 millones de dólares. (SCREEN DIGEST Septiembre de 1997) y se conformó el Grupo Atlántida, controlado a partir del 26 de marzo de 1998 por una sociedad integrada por el CEI Citicorp Holdings y Telefónica Internacional (TISA). Como resultado de la adquisición quedó constituido un importante grupo de multimedia: el holding AtCo, integrado por la familia Vigil (40%), CEI (30%) y Telefónica Internacional (30%). AtCo es dueña del 95 por ciento de Editorial Atlántida y, a través de ésta, desde ahora controla a Telefé (Canal 11 de Buenos Aires) y Radio Continental. Además, AtCo se constituyó como accionista de un grupo de canales de Televisión abierta del interior.

⁽¹²⁾ Reinoso, Susana y Jacquelin, Claudio, entrevista a Raúl Moneta, vicepresidente del Citicorp Holdings (CEI), *Diario La Nación*, Argentina. Edición del domingo 29 de marzo de 1998.

Este fenómeno de creación de conglomerados de multimedios de comunicación y de cultura tiene sus ejemplos, en una escala más reducida, en Chile y Paraguay. Ejemplos de ello, son, en Chile, la articulación empresarial de la red de televisión de cable Intercom de Santiago, al grupo periodístico El Mercurio; en Paraguay, el desarrollo de un conglomerado de multimedios, a partir del Canal 13 de Asunción, que se extiende sobre empresas periodísticas y de radiodifusión.

Consideraciones finales

En el macroespacio regional se vive con sus propios tiempos la estratégica centralidad de la comunicación. El único sector en el que se hicieron grandes inversiones y que tuvo un notable desarrollo durante los '80 fue el de las comunicaciones. Se propone sólo una disputa entre los grupos internacionales por la distribución del mercado mundial, que se materializa en los procesos de privatización y concentración en el MERCOSUR. Brasil se dotó de satélites propios, la radio y la televisión abrieron enlaces mundiales vía satélite, se implantaron redes de datos, redes de televisión por cable y canales regionales de televisión. También la comunicación y la informatización se han convertido en espacio de punta de la apertura económica y de justificación al modelo neoliberal. Podemos decir que la vinculación de lo tecnológico y lo político de la comunicación reúne el carácter decisivo en la ingeniería social que reorganiza la economía y la sociedad.

El modelo televisivo privado-comercial, con una fuerte influencia de la experiencia estadounidense en los países de la región, reserva a las instancias legales la función de otorgar concesiones o fiscalizar el mercado.

Los medios, las industrias culturales de la radio, el cine y la televisión trabajan hoy al interior de una situación cada día más paradójica: que la integración de los países mercosureños pase absolutamente por su integración a una economía-mundo regida por la más pura y dura lógica del mercado. Y como en ningún otro terreno es en el de la comunicación donde se hace visible lo que la integración regional, si ver-

daderamente se pretende alcanzar y no sólo declamar, tiene hoy de compromiso ineludible y de contradicción difícilmente superable. Pues si hay un movimiento poderoso de superación de barreras y disolución de fronteras es el que pasa por las tecnologías de la información y comunicación.

Por lo tanto, hay que problematizar el exitismo desmedido de los gobiernos que aducen que en los registros macroeconómicos están todos los paliativos de la crisis. Como ejemplo, se presenta lo que sostiene Campbell, «hoy podemos decir sin temores que el MERCOSUR avanza a pie firme conjugando realidad con utopía, cóctel que le permite atravesar con racionalidad y pragmatismo los nuevos desafíos que se presentan a diario. De este modo, nuestros países disponen hoy de una poderosa herramienta para la modernización, el crecimiento y el progreso, que contribuye fuertemente a la mejora sostenida en el nivel de vida de los habitantes de la región».⁽¹³⁾ Sin embargo, los índices de una encuesta entre la población del MERCOSUR indica que sólo el 18% cree haberse beneficiado con el acuerdo regional.⁽¹⁴⁾

En definitiva, el análisis del mercado de los medios en el MERCOSUR revela la necesidad de hacer palpable y sensible la dimensión de la industria cultural del MERCOSUR, reconociendo en ese recorrido la particularidad de las identidades en un mismo intento por reclamar y advertir su importancia y sus incompatibilidades con el proyecto político que hoy se diseña.

(*) *Docentes e investigadores de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social. UNLP.*

Estudiantes del Doctorado en Periodismo y Ciencias de la Comunicación en la Universitat Autònoma de Barcelona.

⁽¹³⁾ Campbell, Jorge, Secretario de Relaciones Económicas Internacionales de Argentina. *Clarín*, 24 de abril de 1998.

⁽¹⁴⁾ Sobre el MERCOSUR, argentinos, brasileños y chilenos, entienden, en un 47%, que ha sido útil para la economía en general y 33% piensa que ha sido positivo en materia de precios y competencia. Finalmente el 20% sostuvo que ha ayudado al empleo pero apenas un 18% consideran que los ha beneficiado personalmente. Agencia de Noticias Mercopress. (<http://www.mercopress.com>) 25/5/98.

Bibliografía

- Albornoz, Luis Alfonso; Glenn Postolski; Guillermo Mastrini (et. al.) «La política a los pies del mercado: la comunicación en la Argentina de los '90», ponencia presentada en las III Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación, Red Nacional de Investigadores en Comunicación, Mendoza, 1997, pág.14.
- Alfonso, Alfredo, «La Unión Europea y la sociedad de la información», en: *Democracia, política y comunicación*, Ediciones de Periodismo y Comunicación, La Plata, 1997, págs. 11-25.
- Amaral, Roberto y Rondelli, Elizabeth, «Medios de comunicación de masas y poder en América Latina. Un pequeño ensayo sobre la modernidad arcaica», en *Telos* N° 47, Madrid, Fundesco, 1996, págs. 73-83.
- Banco Mundial, Informe sobre el Desarrollo Mundial, 1997.
- Bolaño, César, «A Rede Globo, a TV generalista de massa e os novos mercados da comunicação no Brasil», en: *Tendências* N° 2, Associação Portuguesa para o Desenvolvimento das Comunicações Lisboa, 1997, págs.183-192.
- Capparelli, Sérgio; dos Santos, Suzy; Ferreira, Petrucia y Fischer, Janaina «Legislação de TV a cabo no Brasil, Argentina e Uruguai», trabajo presentado en el XIX Congresso da Intercom, Londrina, 1996.
- Castells, Manuel, *La era de la información*, Ed. Alianza, Madrid, 1997, 590 p.
- Fadul, Ligia María y Fernández Christlieb, Fátima, «Telecomunicaciones privatizadas en la América de fin de siglo. Satélites, televisión, telefonía y nuevos servicios», en: *Telos* n° 47, Fundesco, Madrid, 1996 págs.114-120.
- García Rubio, Carlos, *Lo que el cable nos dejó. Televisión para abonados, comunicación y democracia en el Uruguay*, Ed. de la Pluma, Montevideo, 1994.
- Getino, Octavio, «Las industrias culturales y el MERCOSUR», en: *Oficios Terrestres* n° 2, La Plata, 1996, págs. 12-17.
- Getino, Octavio, *Las industrias culturales en la Argentina*, Ed. Colihue, Buenos Aires, 1995, 378 p.
- Marques de Melo, José, «Comunicación y poder en América Latina. Las ideas de MacBride en el ocaso de la guerra fría», en: *Telos* N° 33, 1993, págs. 18-26.
- Martín-Barbero, Jesús, «Comunicación: el descentramiento de la modernidad», en: *Anàlisi* N° 19, Bellaterra, Universitat Autònoma de Barcelona, Barcelona, 1996, págs. 79-94.
- Mattelart, Armand, *La mundialización de la comunicación*, Ed. Paidós, Barcelona, 1998, 127p.
- Miguel, Juan Carlos de, *Los grupos multimedia*, Ed. Bosch, Barcelona, 1993.
- Pinho, José (org.) Anuario Intercom de iniciação científica em comunicação social, Intercom, San Pablo, 1997, 104 p.
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) Informe sobre Desarrollo Humano, 1997.
- Ramos, Murillo César y Marcus Martins, «A TV por assinatura no Brasil: conceito, origens, análise e perspectivas», en: *Tendências* N°1, Associação Portuguesa para o Desenvolvimento das Comunicações, Lisboa, 1996, págs.105-123.
- Recondo, Gregorio (ed.) *MERCOSUR: La Dimensión Cultural de la Integración*, CICCUS, Buenos Aires, 1997, 335 p.
- Sánchez Taberero, Alfonso (et. al.) Concentración de la televisión en Europa. Empresa Comercial e interés público, Centre d'Investigació de la Comunicació, Barcelona, 1993.
- Screen Digest, ediciones de 1997 y 1998 (enero-junio).
- Unión Internacional de Telecomunicaciones, Informe sobre el desarrollo mundial de las telecomunicaciones. Acceso universal. Resumen, UIT, Ginebra, 1998, 16 p.
- Vasallo de Lopes, María Immacolata y Marques de Melo, José (org.) «Políticas regionais de comunicação: os desafios do Mercosul», Intercom, San Pablo, 1997, 356 p.
- Velleggia, Susana, «Comunicaciones del Mercosur en la disyuntiva: ¿Globalización o integración subregional?», en: *MERCOSUR: La dimensión cultural de la integración*, CICCUS, Buenos Aires, 1997, págs. 241-277.
- Vizeu Pereira, Alfredo Eurico Jr. y Müller, Karla Mariam, «Indústrias culturais no Mercosul: televisão aberta», trabajo presentado en el XIX Congresso da Intercom, Londrina, 1996.
- Páginas consultadas en Internet
- Internet Domain Survey: <http://www.nw.com>
- Secretaría Administrativa del Mercosur: <http://www.algarnet.uy>

El debate parlamentario sobre la expropiación de La Prensa (1951).

La intervención de John William Cooke

Claudio Panella (*)

La intención del presente trabajo es brindar una aproximación a los debates parlamentarios que dieron como resultado la expropiación del diario La Prensa en 1951 tomando como referencia el discurso pronunciado por el diputado peronista John William Cooke. Dentro de un contexto en el que el oficialismo sostenía que el citado periódico era una empresa ligada al capital extranjero y por tanto vocera de intereses oligárquicos y antinacionales, y la oposición radical entendía que la clausura del mismo era un atentado del gobierno a la libertad de prensa, la participación de Cooke fue de trascendencia puesto que al refutar con sólidos argumentos lo que expusieron sus adversarios, le brindó a su bancada el sustento ideológico necesario para superar con ello el nivel general del debate.

La Prensa antes del peronismo

El diario *La Prensa* fue fundado por José Clemente Paz el 18 de octubre de 1869, convirtiéndose de inmediato en una voz seria y confiable del pensamiento liberal conservador, en la medida en que estaba dirigido a los sectores sociales que ocupaban posiciones prominentes. Según el propio diario, la independencia y la libertad conformaron la «síntesis exacta del espíritu de *La Prensa*». ⁽¹⁾ De un estilo franco y directo, con una contundencia de juicio mayor que *La Nación*, el otro periódico tradi-

cional que defendía ideas parecidas, *La Prensa* supo ganarse un lugar en el público lector. Sus editoriales «sinceros hasta el cinismo» a decir de Arturo Jauretche, ⁽²⁾ que no pocas veces contenían conceptos arbitrarios o caprichosos, se hicieron famosos y temidos a la vez. La severidad con que *La Prensa* desmenuzaba los temas de interés y emitía sus opiniones, la convirtieron en la preocupación de los gobiernos de turno, aun aquellos a los que el diario, en líneas generales, apoyaba. Sus lectores y sus influencias periodísticas en el exterior la convirtieron pronto en una institución intocable, desde la que se dictaba cátedra a todo el país, teniendo siempre muy en cuenta los deseos, pretensiones, necesidades y temores de la clase de la que se sentía su principal vocera. ⁽³⁾ «Lo dice *La Prensa*» era, al menos hasta mediados de este siglo, una frase que revelaba más de lo que decía, pues daba por descontada la «veracidad», no solo de las apreciaciones del diario sino también de sus categorías interpretativas. Porque si comprar un diario implicaba (e implica aún hoy) un acto ritual, donde la fidelidad del lector al medio es un componente fundamental, esta circunstancia lo era en grado sumo en el caso de *La Prensa*.

Desde su fundación y hasta el acceso de la Unión Cívica Radical a la presidencia de la República, el periódico tuvo distintas ópticas para referirse a los sucesivos gobiernos, pero se mostró invariable en dos temas puntuales, a saber: una defensa a ultranza del modelo económico liberal, y una cerrada oposición a todo tipo de derecho o reivindicación de la clase obrera. ⁽⁴⁾ No extrañó entonces que durante la primera marcha de desocupados de que se tiene noticias, producida en 1897, los manifestantes quisieran incendiar sus instalaciones. ⁽⁵⁾ Ni que en 1919 despidiera a varios empleados que solicitaron mejoras salariales para todos los que trabajaban en la empresa. ⁽⁶⁾

Sus mayores odios a partir de 1916 tuvieron como destinatario a Hipólito Yrigoyen, a quien acusaba de realizar un «manejo dictatorial del gobierno». ⁽⁷⁾ Fue así que participó en la campaña de prensa en contra del caudillo radical a partir de 1928 y que culminó con el derrocamiento de este. ⁽⁸⁾ Durante la década del 30 *La Prensa* criticó en varias oportunidades el

fraude, aunque se congratuló con distintas medidas de los gobiernos de la época, como el Tratado Roca-Runciman y el reforzamiento de los lazos políticos y económicos con Gran Bretaña.⁽⁹⁾ A todo esto, su prestigio fue en aumento y se reflejó en sus ediciones: los 220.000/250.000 ejemplares diarios que vendía en 1925⁽¹⁰⁾ aumentaron durante el decenio siguiente, alcanzando picos como el de 500.000 el 25 de mayo de 1930⁽¹¹⁾ y de 745.894 el 1º de enero de 1935.⁽¹²⁾ Esto demuestra que los lectores del periódico no eran solamente los que ocupaban lo más alto de la escala social sino que también compraban el matutino los sectores medios y bajos debido a la gran cantidad de avisos clasificados que se publicaban en sus páginas.

La Prensa y el peronismo

El gobierno militar surgido del golpe de Estado de 1943 que terminó con la denominada «Década Infame», pero sobre todo la aparición y ascenso al poder de Juan Domingo Perón a partir de 1946, marcaron a fuego a *La Prensa*. Efectivamente, el peronismo, como movimiento político de tipo nacional-popular, conjugó por su ideología, sus componentes sociales y su forma de ejercer el gobierno todo lo que a juicio del periódico era negativo para el país. Se potenciaba, en grado sumo, lo que en su momento representó el yrigoyenismo.

Fue así que del 26 de abril al 1º de mayo de 1944 el diario fue clausurado por el gobierno del general Farrell a raíz de un editorial titulado «Ahorro en los hospitales públicos», en donde criticaba la reducción de gastos en dichas reparticiones.⁽¹³⁾ A fines del año siguiente, ya encolumnada en contra del entonces Coronel Perón, *La Prensa* justificó sin ambages el look-out patronal realizado por empresarios y comerciantes que se oponían al otorgamiento del aguinaldo.⁽¹⁴⁾ Durante la campaña electoral que culminaría con los comicios del 24 de febrero de 1946, se identificó sin pudores con la Unión Democrática, a la que dedicó más del 90% de la información, anoticiando menos del 10% restante a los candidatos peronistas.⁽¹⁵⁾ El historiador Félix Luna señala al respecto: «Desde el punto de vista de la ética periodística, la posición de la prensa independiente fue condenable. El castigo a

este sectarismo llegó por sí mismo: la deformación de la realidad fue tan completa que todos, los que escribían y los que leían, llegaron a convencerse de que la imagen presentada era cierta; que la Unión Democrática representaba la arrasadora mayoría del país frente a minúsculas turbas despreciables».⁽¹⁶⁾

Ya con Perón ejerciendo la presidencia constitucional de la República, *La Prensa* se erigió en el más enconado adversario periodístico llevando adelante una crítica sistemática a su obra de gobierno. El diario fustigó tanto los aspectos negativos de aquel, como ser sus rasgos autoritarios que afectaban fundamentalmente las libertades públicas, como aquellos aspectos positivos, concretamente las medidas tendientes a la redistribución progresiva de la riqueza y, sobre todo, a la promoción de los derechos de los trabajadores. Y si *La Prensa* consideraba al gobierno justicialista como una expresión política antidemocrática, un remedo vernáculo de los totalitarismos europeos derrotados en la guerra, el peronismo estaba convencido de que el periódico era ante todo una gran empresa comercial ligada al capital extranjero, y por lo tanto fiel vocera de las minorías de privilegio desplazadas de la escena pública desde 1943. El propio Perón, en carta enviada al senador chileno Arturo Alessandri fechada el 29 de agosto de 1949, calificaba a *La Prensa* y a su colega *La Nación* como «diarios de la oposición en manos de la oligarquía argentina y pagos, en forma disimulada, por los intereses foráneos».⁽¹⁷⁾

Con relación al conflicto propiamente dicho entre el gobierno y el diario, el mismo se dio en dos planos a la postre convergentes, el fiscal y el gremial. El problema fiscal se relacionaba con los derechos de aduana del papel para diarios. El 31 de octubre de 1946 un abogado, Eugenio Moraggi, se presentó en la Aduana de Buenos Aires denunciando que los diarios *La Prensa* y *La Nación* estaban defraudando al Fisco por imprimir los avisos comerciales de sus ediciones diarias en papel que no había pagado derechos de importación.⁽¹⁸⁾ El fallo de la Aduana, dado a conocer el 28 de febrero de 1948, dictaminó que no había existido defraudación, pero señaló que los dos diarios debían pagar los derechos aduaneros correspondientes al papel empleado en la impresión de los

Notas

- (1) Por defender la libertad, Buenos Aires, Diario «La Prensa», 1957, págs. 12-13.
- (2) *100 años contra el país*, Buenos Aires, Sindicato de Luz y Fuerza, 1971, pág. 87.
- (3) Sirven, Pablo, *Perón y los medios de comunicación* (1943-1955), Ed. CEAL, Buenos Aires, 1984, pág. 95.
- (4) *100 años...*, op. cit., págs. 9 a 57.
- (5) Sidicaro, Ricardo, *La política mirada desde arriba. Las ideas del diario La Nación, 1909-1989*, Ed. Sudamericana, Buenos Aires, 1993, pág. 17.
- (6) Diario de Sesiones de la Cámara de Senadores, año 1950, Buenos Aires, Publicación del Cuerpo de Taquígrafos del Senado de la Nación, 1951, tomo I, p. LXXXII y XCVII.
- (7) *100 años...*, op. cit., pág. 76.
- (8) *Ibidem*, pág. 83.
- (9) *Ibidem*, págs. 96-99.
- (10) De Pedro, Valentín, *«La Prensa» de Buenos Aires*, Imprenta Castellana, Madrid, 1925, pág. 82.
- (11) Ulanovsky, Carlos, *Parén las rotativas. Historia de los grandes diarios, revistas y periodistas argentinos*, Ed. Espasa, Buenos Aires, 1997, pág. 114.
- (12) *Ibidem*, pág. 32.
- (13) Por defender... op. cit., págs. 77-81.
- (14) *100 años...*, op. cit., pág. 106.
- (15) Luna, Félix, El 45. *Crónica de un año decisivo*, Ed. Sudamericana, Buenos Aires, 1975, págs. 439-440.
- (16) *Ibidem*.
- (17) *Diario secreto de Perón*. Anotado por Enrique Pavón Pereyra, Ed. Sudamericana/Planeta, Buenos Aires, 1985, pág. 102.
- (18) Sirven, P., op. cit., pág. 98; Por defender... op. cit., págs. 101-102.

avisos publicados en sus ediciones desde 1939 (año en que se declaró libre de derechos de importación al papel destinado a la impresión de diarios, periódicos, libros, folletos, revistas, «excluidas los de carácter comercial») hasta 1948.⁽¹⁹⁾

Paralelamente el gobierno, ante la escasez de papel para diarios, decidió en octubre de 1948 limitar su consumo «en forma tal que no incida sobre el número de ejemplares que actualmente llega al público»,⁽²⁰⁾ por lo que dispuso la reducción del número de páginas de los diarios. Así, *La Prensa* redujo las suyas de 30 a 16.⁽²¹⁾ El golpe económico que esta medida supuso fue durísimo para el diario: en la semana previa a la reducción (2 al 8 de octubre) había publicado en sus páginas un total de 56.961 anuncios, de los cuales 49.268 eran clasificados, que disminuyeron a 24.875 y 18.021 respectivamente un mes y medio después (20 al 26 de noviembre).⁽²²⁾ Estas dificultades sin embargo, no afectaron la fidelidad de los lectores al diario sino todo lo contrario: su tirada aumentó de 435.000 ejemplares diarios y 520.000 dominicales en diciembre de 1949 a 480.000 y 550.000 respectivamente en noviembre del año siguiente.⁽²³⁾

En lo concerniente al conflicto gremial se produjo entre el periódico y el Sindicato de Vendedores de Diarios, Revistas y Afines, cuyo titular era Napoleón Sollazo, y que tuvo un antecedente en 1947, cuando este había solicitado al diario la supresión de la cartera de suscriptores que a su entender los perjudicaba.⁽²⁴⁾ Pero a comienzos de 1951 la exigencia fue mayor. El petitorio dirigido por el sindicato a la empresa el 23 de enero solicitaba: a) la supresión de las sucursales de la empresa, por cuanto competían con la labor del gremio; b) la supresión de los suscriptores y el reconocimiento de la entidad gremial como persona con derecho exclusivo a distribuir y vender el diario; y c) la participación del sindicato en el 20% de las ganancias de los avisos clasificados, las cuales se destinarían a la obra social del mismo.⁽²⁵⁾ Como la empresa no accedió a estos reclamos, el gremio decidió un paro de actividades. El Ministerio de Trabajo declaró la conciliación obligatoria, pero en las reuniones llevadas a cabo por las partes los días 16, 19 y 21 de febrero no se llegó a ningún acuerdo.⁽²⁶⁾ Paralela-

mente, el diario había dejado de editarse desde el 26 de enero.

Ante esta situación, los empleados del diario resolvieron reanudar sus tareas el 27 de febrero. Cuando en su conjunto se encaminaron a los talleres del periódico, los sorprendió un tiroteo que arrojó como saldo la muerte del obrero Roberto Nuñez, de 36 años, perteneciente a la sección expedición, y heridas en otros 14 trabajadores. Ante el cariz que estaban tomando los acontecimientos, la Confederación General del Trabajo decidió tomar partido en el conflicto, lo cual no le resultó demasiado difícil debido a la tradicional postura antisindical del diario.⁽²⁷⁾

En la reunión de Secretarios Generales convocada al efecto el 2 de marzo, los oradores, entre ellos el Secretario General de la Central Obrera, José Espejo, fustigaron duramente al periódico. Como conclusión de las deliberaciones se resolvió mantener la huelga de los canillitas acompañándola con un boicot a la empresa y un paro de actividades de carácter nacional en repudio de *La Prensa* para el día 13 de marzo de 15 a 15.15 hs.⁽²⁸⁾

La próxima instancia del conflicto fue su tratamiento por el Congreso Nacional en sesiones extraordinarias. El 16 de marzo ambas Cámaras aprobaron la conformación de una Comisión Parlamentaria Mixta interventora e investigadora de la empresa propietaria del periódico.⁽²⁹⁾ Esta Comisión actuó entre los días 20 de marzo y 9 de abril, revisando las instalaciones del diario y su contabilidad, aconsejando la expropiación del mismo. Finalmente, ambas Cámaras sancionaron el 12 de abril la ley N° 14.021, que declaraba «de utilidad pública y sujetos a expropiación todos los bienes que constituyen el activo de la sociedad colectiva *La Prensa*».⁽³⁰⁾

El periódico reapareció el 19 de noviembre siguiente pero como vocero de la Confederación General del Trabajo, entidad a la cual había sido entregado. Luego de la caída del peronismo y por decreto-ley N° 4.360 del 30 de noviembre de 1955, fue derogada la ley de expropiación restituyéndose en consecuencia *La Prensa* a sus dueños originarios, reanudando sus ediciones a partir del 3 de febrero de 1956.⁽³¹⁾

⁽¹⁹⁾ Por defender... op. cit., págs. 101-103.

⁽²⁰⁾ *Ibíd.*, pág. 136; Sirven, Pablo, op. cit., pág. 89.

⁽²¹⁾ Por defender... op. cit., pág. 136-137.

⁽²²⁾ *Ibíd.*, pág. 140.

⁽²³⁾ *Ibíd.*, pág. 146.

⁽²⁴⁾ Sirven, P., op. cit., pág. 99.

⁽²⁵⁾ Por defender... op. cit., págs. 160-161.

⁽²⁶⁾ *Ibíd.*, págs. 173-178.

⁽²⁷⁾ Cfr. Diario de Sesiones ... op. cit., págs. LXXXVIII a XCVI.

⁽²⁸⁾ Confederación General del Trabajo de la República Argentina, *Memoria y Balance anual - XXI^o ejercicio, 1950-septiembre-1951*, Buenos Aires, 1952, págs. 31 a 37.

⁽²⁹⁾ Diario de Sesiones de la Cámara de Diputados de la Nación, año 1950, Imprenta del Congreso de la Nación, Buenos Aires, 1951, tomo V, pág. 4200.

⁽³⁰⁾ Anales de la legislación argentina, 1951, Buenos Aires, *La Ley*, 1958, tomo XI-A, pág.1.

⁽³¹⁾ Anales de la legislación argentina, 1955, Buenos Aires, *La Ley*, 1961, tomo XV-A, págs. 607-609.

John William Cooke nació en la ciudad de La Plata el 14 de noviembre de 1919 en el seno de una familia de origen irlandés y militancia radical. Su padre, Juan Isaac, era dirigente del radicalismo bonaerense y en ese carácter fue ministro de Gobierno provincial en la década de 1920 y diputado nacional en la siguiente, cuando se ubicaba en el sector alvearista de la interna partidaria.⁽³²⁾ John, apodado con el tiempo «El Bebe», comenzó muy joven su actividad política colaborando con su padre en el Congreso. También, y como estudiante de la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de La Plata, participó activamente en la Unión Universitaria Intransigente, agrupamiento de orientación radical. Cuando estalló la Segunda Guerra Mundial se convirtió en un decidido aliadófilo, llegando inclusive a integrar la Acción Argentina.⁽³³⁾

La Revolución de 1943 y el ascenso de Juan Perón coinciden con su viraje ideológico que lo acercan a posturas nacionalistas primero y de allí al peronismo naciente después. Este cambio debe ser adjudicado, según Norberto Galasso, a la influencia de su amigo César Marcos.⁽³⁴⁾

El triunfo de Perón en 1946 lo consagra diputado nacional con apenas 26 años en representación de los ciudadanos de la Capital Federal, banca que ocupará hasta 1952. Su desempeño como legislador lo muestran como un peronista militante que defendió con gran convicción las tres banderas históricas del Justicialismo: justicia social, soberanía política e independencia económica.⁽³⁵⁾ Así, en agosto de 1946 fue uno de los siete diputados oficialistas que votaron en contra de la ratificación de las Actas de Chapultepec, pues entendía que las mismas importaban una menzura para la soberanía nacional.⁽³⁶⁾ Otra oportunidad para reafirmar su nacionalismo se dio en 1949, cuando el Congreso le rindió homenaje al historiador Adolfo Saldías. Allí puso de manifiesto su pertenencia al revisionismo histórico (en 1954 fue elegido vicepresidente del Instituto Juan Manuel de Rosas)⁽³⁷⁾ al expresar, en clara alusión a la historia oficial, que «creemos que sólo se puede obtener la liberación económica nacional a través de la destrucción de esos

dogmas históricos falsamente fabricados».⁽³⁸⁾ Y fue precisamente en el tratamiento de las cuestiones económicas donde Cooke mostró su fuerte oposición al liberalismo económico y, como contrapartida, una firme defensa de la intervención estatal en la economía. Esto ocurrió en 1947 cuando el parlamento trató una ley antimonopólica y luego el Primer Plan Quinquenal y en 1948, cuando se discutió la caducidad de la concesión a la Corporación de Transportes.⁽³⁹⁾ Coinciden los autores que han estudiado sus discursos que su tratamiento de los asuntos económicos, en especial los referidos al desarrollo y tendencias del sistema capitalista, demuestran que había leído a Marx, Engels, Hilferding y Lenin.⁽⁴⁰⁾ Richard Gillespie arriesga que «de hecho se puede afirmar que muchas de las bases teóricas para la posterior conversión de Cooke al marxismo ya estaban presentes en el período».⁽⁴¹⁾

Un acto revolucionario

El primer debate parlamentario sobre el «caso La Prensa» se llevó a cabo el 16 de abril de 1951, tratándose la conformación de una Comisión investigadora de la empresa propietaria del periódico. Allí los diputados del oficialismo peronista que hicieron uso de la palabra, como Rodolfo Decker, José Visca y Eduardo Colom, plantearon la cuestión desde la óptica de la soberanía nacional: *La Prensa* era una empresa capitalista al servicio de intereses foráneos, fiel vocera de los enemigos de las mayorías populares y por lo tanto actuaba permanentemente en contra de la Nación. La oposición radical por su parte, a través de Arturo Frondizi y Silvano Santander, argumentó que era un ataque a la libertad de prensa, una medida autoritaria que tenía por objeto acallar una voz opositora al gobierno. John William Cooke en tanto fue quien profundizó los argumentos de su bancada e incluso fue más allá pues señaló que el conflicto del peronismo con el periódico excedía el tema de la formación de una Comisión investigadora y lo que esta pudiese llegar a dictaminar: «Hasta tanto sepamos los resultados de su labor, sería prematuro adelantar opiniones sobre cuáles pueden ser las verdaderas ramificaciones que tenga este conflicto de 'La

⁽³²⁾ En 1945 fue Ministro de Relaciones Exteriores del gobierno revolucionario y durante el primer gobierno peronista se desempeñó como embajador en el Brasil.

⁽³³⁾ Galasso, Norberto, *Cooke: de Perón al Che. Una biografía política*, Ed. Homo Sapiens, Buenos Aires, 1997, págs. 7-10.

⁽³⁴⁾ *Ibidem*, págs. 12-14.

⁽³⁵⁾ Gillespie, Richard, *John William Cooke. El peronismo alternativo*, Ed. Cántaro, Buenos Aires, 1989, pág. 39.

⁽³⁶⁾ Galasso, N., op. cit., pág. 26.

⁽³⁷⁾ Gillespie, R., op. cit., pág. 10, Introducción II de Fermín Chávez.

⁽³⁸⁾ Galasso, N., op. cit., pág. 32.

⁽³⁹⁾ *Ibidem*, págs. 27-31 y Gillespie, R., op. cit., págs. 42-43.

⁽⁴⁰⁾ *Ibidem*, págs. 28 y 43-44 respectivamente.

⁽⁴¹⁾ Gillespie, R., op. cit., pág. 39. Acerca de la actuación política y viraje ideológico hacia posiciones izquierdistas de Cooke posteriores a 1955 véase, además de los citados trabajos de Galasso y Gillespie, los de Goldar, Ernesto, *John William Cooke y el peronismo revolucionario*, Ed. CEAL, Buenos Aires, 1985 y Gil, Germán R., *La izquierda peronista (1955-1974)*, Ed. CEAL, Buenos Aires, 1989. Asimismo las obras del propio Cooke y la correspondencia mantenida con Perón.

Prensa'. Pero para mí, por encima de las conclusiones a que pueda llegar la comisión investigadora, me interesa mucho más plantear un problema general que es de conciencia revolucionaria en relación con la llamada 'prensa seria', con la que nosotros llamamos 'prensa mercantil' de la República.

Podrá el diario en cuestión estar perfectamente a salvo en el aspecto legal; podrá haber cuidado las formas en todas sus actividades, pero como diputado revolucionario y como hombre que tiene por costumbre decir las cosas tal cual las siente, afirmo que el diario 'La Prensa' tiene contraída con el pueblo de la República la deuda de sus grandes pecados».⁽⁴²⁾

El conflicto entonces era profundo y de ninguna manera coyuntural, pues a juicio de Cooke el periódico había predicado siempre en contra de los intereses nacionales y, por supuesto, en contra de la clase trabajadora: «Nosotros estamos contra 'La Prensa' por razones mucho más serias, mucho más fundamentales. Estamos contra 'La Prensa' porque creemos que diarios de esa clase son los que han minado las bases de la nacionalidad; creemos que 'La Prensa' es uno de los obstáculos, como hay muchos otros en el continente, que han impedido o demorado todas las posibilidades de reivindicaciones proletarias en Latinoamérica. Nosotros lo decimos por encima de las contingencias de la comisión investigadora; lo decimos como hombres políticos que expresamos opiniones personales.

Nosotros estamos con los obreros y estamos contra 'La Prensa', porque 'La Prensa', por supuesto, siempre estará, como lo ha estado hasta ahora, contra los obreros y contra nosotros.

Este es el planteo revolucionario con respecto a este problema de 'La Prensa'. Nosotros con los nuestros; 'La Prensa' con los suyos y con sus aliados de dentro y de fuera del país y con todos aquellos que, aún sin estar complicados en las maquinaciones de los diarios capitalistas, creen que están defendiendo los intereses de la prensa libre y de la libertad de prensa». (...) «Nosotros estamos en contra de 'La Prensa'. Si la comisión llega a decirnos que 'La Prensa' está en regla, que no ha transgredido ninguna disposición legal, ella seguirá su vida normalmente; pero nosotros estaremos contra ella, como 'La Prensa' seguirá estando contra nosotros.

No es éste para nosotros un planteo circunstancial, sino de fondo. Si 'La Prensa' tiene razón, tiene que estar equivocado el país, y si tiene razón el país, están equivocados 'La Prensa' y todos quienes tienen conexiones con ella».⁽⁴³⁾

Más adelante ahondó Cooke en el carácter meramente lucrativo que tenían las empresas periodísticas, lo cual conspiraba contra la verdadera libertad de prensa. Decía el diputado peronista: «Si fuera exacto que está en juego la libertad de prensa, ninguna voz se levantaría en contra de este principio fundamental de los derechos humanos; pero esto no es la libertad de prensa. La libertad de prensa es una cosa auténtica, que se está mancillando a través del plan distorsionado que se está siguiendo en este asunto. Nosotros creemos en la libertad de prensa, de la prensa independiente y de la ideológica, de la equivocada y de la que está en la verdad; pero en lo que no creemos es en el derecho de estas empresas mercantiles y capitalistas para procurar que los resortes del Estado se pongan al servicio de sus intereses cada vez que hay cuestiones gremiales en juego».⁽⁴⁴⁾

La libertad de prensa, tal cual la entendían las empresas periodísticas, se convertía según Cooke en otro instrumento de dominación de los países imperialistas: «Nosotros sabemos que para el imperialismo el principio de la libertad de comercio, el principio de la libertad de concurrencia, el principio de la libre actividad privada y el principio de la libre empresa son todos fantasmas y mitos que a la larga sirven para acentuar cada vez más la desigualdad que ya existe entre países coloniales y capitalistas.

Desgraciadamente, a través de los procesos históricos de la humanidad, la libertad de prensa, junto con estas otras libertades que he mencionado, ha venido a constituir un instrumento más de aherramiento, de sometimiento de los pueblos coloniales y semicoloniales.

¡Qué nos vienen a hablar de libertad de prensa! El propósito es querer embaucarnos con una supuesta igualdad juridicoformal, que es el punto de arranque de la exacerbación de la desigualdad social y económica. En vez de la fórmula de nuestro presidente de que haya 'menos ricos y menos pobres', lo que se busca es que haya menos ricos y muchos mas pobres».⁽⁴⁵⁾

⁽⁴²⁾ Diario de Sesiones de la Cámara de Diputados de la Nación..., op. cit., pág. 4181.

⁽⁴³⁾ *Ibíd.*, págs. 4181-4182 y 4184-4185.

⁽⁴⁴⁾ *Ibíd.*, págs. 4182-4183.

⁽⁴⁵⁾ *Ibíd.*, págs. 4183.

Pero además, y en la medida en que se producía una peligrosa concentración de empresas periodísticas que beneficiaba a las más poderosas en detrimento de las más pequeñas, se desvirtuaba así la función informativa primaria que todo medio de difusión debía tener: «Las empresas periodísticas como la que consideramos hoy están en un mundo de trusts, de cartels, de holdings, de toda forma de integración monopolista. La llamada 'prensa grande' no ha escapado a este proceso; se han ido integrando, concentrando y al final han venido todos los órganos de opinión de importancia comercial a quedar en manos de pocos propietarios que siempre están vinculados directamente a las altas finanzas y a los grandes negocios. (...) Se nos podrá decir que es una afirmación que hacemos los peronistas desde aquí, pretendiendo interiorizarnos de cosas de los Estados Unidos. No es así. Una de las publicaciones que gozan de más fe en los propios círculos afectos a este tipo de prensa, como 'The Economist', de Londres, decía que a través de estas declaraciones 'se preparaba el camino al dominio mundial de los Estados Unidos, mediante agencias informativas norteamericanas poderosas desde el punto de vista financiero'. Por supuesto que al mismo tiempo la Associated Press acusó de idéntico delito a la revista 'The Economist'. La verdad es que ambos tenían razón. El proceso de concentración ha sido paralelo en Estados Unidos y en Inglaterra. A través de los años ha ido restringiéndose el número de periódicos y formándose las grandes integraciones capitalistas que manejan todos los medios de información, difusión y publicación de noticias escritas. Tanto la Reuter como la Associated Press y la United Press poseen una red internacional y una organización privada, al margen de la cual hay poco menos que una imposibilidad total para actuar a las demás agencias noticiosas, salvo que cuenten con apoyo de gobiernos igualmente poderosos. Una sola de ellas controla 285.000 millas de cable telegráfico contratado especialmente para su explotación monopolista».⁽⁴⁶⁾

A juicio de Cooke este proceso de concentración monopolista de los medios de información, particularmente en los Estados Unidos, formaba parte de la propia naturaleza del sistema capitalista y era por ello

atentatorio de la libertad de prensa. «La concentración de la industria conduce fatalmente al monopolio, tiende a la expansión y busca ampliar la zona dominada por los monopolios rivales. Es simplemente una ley económica de la sociedad capitalista. De ninguna manera una lucha de ideas. (...) En Norte América había en 1920, 2.000 diarios y actualmente hay alrededor de 1.700. En 1.100 ciudades de Estados Unidos hay solamente un periódico, y en las 160 ciudades donde hay más de uno, ellos se encuentran en manos de un propietario o grupo de propietarios. Salvo contadas excepciones, la regla es que el periódico es un instrumento más de las clases dominantes en perjuicio de las clases económicamente menos favorecidas.(...) Después de estas afirmaciones, ¿puede hablarse con seriedad de prensa libre? ¿o podemos directamente dar a estas empresas el nombre que verdaderamente tienen? Son empresas de lucro, de integración capitalista, y que lógicamente buscan lo que buscan todas las empresas capitalistas: reparar dividendos, favorecer a sus accionistas.

No se puede creer que exista la posibilidad de que esos diarios, controlados de esta manera, vayan a jugarse en pos de un ideal o de un principio que pueda producirles un quebranto económico (...) Los propietarios de los grandes diarios, de las grandes agencias, están interesados en sacar un interés a su capital. Sus ideas y principios -cuando los tienen- se subordinan inexorablemente a su interés comercial (...).

Nosotros creemos que en lugar de dignificar el oficio periodístico, esos grandes diarios transforman a los hombres dignos, que son los auténticos productores de este ramo de la difusión de las noticias, en verdaderos prisioneros encerrados en cárceles sin rejas, obligados a servir los intereses de los grandes anunciadores. No se puede confundir prensa libre con la empresa periodística que persigue un negocio».⁽⁴⁷⁾

Esta defensa del orden capitalista más no de la libertad de expresión que hacían las grandes empresas periodísticas las conducía necesariamente a oponerse a todo tipo de legítima reivindicación obrera o actividad gremial: «Estas son las consignas de todos esos diarios. Basta leer cualquiera de sus editoriales y seguir su trayectoria para observar que en el fondo

⁽⁴⁶⁾ *Ibíd.*

⁽⁴⁷⁾ *Ibíd.*, págs. 4183-4184.

existe un respeto absoluto por los intereses constituidos en el orden capitalista y el más profundo desprecio por las reivindicaciones sociales.

Un importante diario de Estados Unidos decía, no hace mucho, con respecto a una demanda obrera por reducción de horas de trabajo, que la consecuencia inevitable será un exceso de descanso en la mayoría de los trabajadores, y que 'sería una verdadera tragedia quebrantar todo el programa económico por una hora más de descanso que nadie sabría aprovechar' (...).

Esa es la concepción que nosotros tenemos del actual conflicto gremial, y como podemos comprobar, ésta es también la concepción que tienen las masas proletarias y los servidores de los grandes diarios con respecto a estas empresas de tipo capitalista.

Es evidente que estas empresas comerciales podrán, inclusive, tener una orientación determinada, pero que su fin primordial es el fin de todas las empresas capitalistas: el beneficio que obtengan sus capitales impidiendo en lo posible la actividad gremial. Esa es la verdad no sólo en nuestro país sino también en los países que se han hecho eco de todas las protestas con motivo de la situación del diario 'La Prensa' (...)

¿Cómo cree el encargado de Asuntos Latinoamericanos del Departamento de Estado⁽⁴⁸⁾ que existe libertad de prensa, cuando esos mismos diarios que en un país vecino nos critican por el problema de 'La Prensa', no dijeron una sola palabra cuando los propietarios de las minas de estaño fusilaron a centenares de obreros y llenaron de sangre los hogares proletarios de un país hermano? ¿Cómo piensan esos señores del Departamento de Estado que nosotros vamos a creer en la crítica que nos formulan los diarios que sabemos están directamente vinculados a la industria del cobre, del estaño, del caucho, a las grandes empresas del canal de Panamá, a las empresas de servicio público, cuando está demostrado, a través de documentación seria y estudios concienzudos, que los diarios que se hacen eco de todas estas manifestaciones de tipo capitalista son, en el fondo, los resortes de un gran mecanismo que persigue el mismo fin que persigue 'La Prensa'?

Esa prensa grande es la prensa contra la que noso-

tros tenemos un agravio. Lo tenemos, no porque haya criticado nuestra obra de gobierno o a las personas que dirigen el movimiento revolucionario. Tenemos un agravio mucho más profundo. Recordamos que son ellos los que lanzaron la teoría disociadora de la nacionalidad y nos hicieron hacer proclamar doctrinas internacionales que iban a ser nocivas para nuestro país. Son ellos los que hablaban de la necesidad de proseguir con nuestro tipo de economía, de producción uniforme, la concepción que les parecía idílica: el sistema por el cual nosotros producíamos el cuero, lo mandábamos a Inglaterra y luego comprábamos los zapatos».⁽⁴⁹⁾

Para Cooke, sin embargo, las mayorías nacionales, radicales yrigoyenistas antes y peronistas ahora, eran inmunes al tipo de discurso antipopular y antinacional que difundía *La Prensa*: «¿Cómo puede creer alguien que nos vamos a extrañar de que 'La Prensa', y los otros diarios del mismo tipo, a través del continente, ataquen a la revolución nacional y a su jefe? Si no tuvieron influencia para ganarnos, si no pudieron convencer a la opinión pública de su verdad el 24 de febrero, ¿por qué vamos a creer que ahora han de haber aumentado la eficacia de su razonamiento? Si en el pasado no pudieron detener la reelección de Yrigoyen, si no pudieron detener la inmensa mayoría radical, a la cual hubo que mantener apartada de los comicios por el fraude, a pesar de que en forma complaciente toda esta gran prensa estaba de acuerdo con el gobierno del régimen; si no pudieron, en suma, orientar nunca a la opinión pública, que no creyó en ellos, que sabía que no hablaban su idioma, ¿cómo pueden creer que a través de editoriales por mejor escritos que puedan estar, han de llevar al pueblo la sensación de que su voz es la voz de la tierra, la voz nuestra, la voz del sino nacional?

¿Cómo me pueden decir que un obrero argentino orientará su voto o su opinión por la que le vayan a inculcar por 'La Prensa'? Podemos ganar y perder votos, porque aunque el presidente de la República goza cada día de mayor popularidad, es evidente que cuando una revolución de nuestro tipo triunfa como ha triunfado, tiene mucho más importancia el contenido doctrinal que los meros resultados electorales. Aunque perdiésemos todos los votos, todavía segui-

⁽⁴⁸⁾ Se refiere a Edward Miller, quien había expresado su preocupación respecto de la situación por la cual estaba atravesando *La Prensa*, como así también que la opinión pública de su país había reaccionado de tal forma que su gobierno «se estaba viendo obligado a disminuir su política de cooperación» con nuestro país (Ibíd., pág. 4182).

⁽⁴⁹⁾ Ibíd., págs. 4185-4186.

ríamos afirmando que ninguno de ellos lo habría sido por la influencia de alguno de estos grandes diarios. Nosotros podríamos ser derrotados por otros argentinos que digan verdades más claras y mejores que las nuestras u ofrezcan un programa mejor, pero no vamos a hacer el agravio al pueblo argentino de creer que puede ser inducido a error por la propaganda maliciosa de las ramificaciones extranjeras del imperialismo internacional. (...). No suponemos que una revolución pueda ser torcida como no sea por la propia voluntad de los ciudadanos argentinos. Creemos que la influencia del diario 'La Prensa' no pasa más allá de los avisos de tipo mercantil».⁽⁵⁰⁾

Al concluir su participación, Cooke sintetizaba los porqué de su posición y la de su bloque respecto de *La Prensa*, centrando su argumento en el discurso antinacional del periódico: «Nosotros resumimos un capítulo de cargos. Las generaciones futuras podrán enjuiciar a nuestro gobierno y formular las opiniones que quieran sobre nuestro presidente; pero nosotros ahora vamos a formular el juicio que nos merece el diario 'La Prensa' y todo el periodismo de ese tipo, dentro y fuera del país. Para nosotros han fomentado la sumisión y el ablandamiento de la voluntad nacional, y han tratado de resquebrajar el patriotismo. Tenía que ser muy fuerte el poderío de la tierra y del hombre de la tierra para poder luchar contra intereses coligados y ayudados a través de los diarios; y sin embargo, venció una y varias veces en nuestra historia.

Los acusamos de haber querido forjar para los argentinos una mentalidad inhibitoria y subestimativa de lo que es la propia valoración argentina. Los acusamos de haber negado los grandes valores de cultura del pueblo argentino, de haber querido engañarnos con la etiqueta de bonitos nombres para que no pudiésemos realizar nuestras conquistas económicas. De todo eso los acusamos. (...) No creemos que la conducta política interna e internacional del país pueda ser orientada en su parte más mínima por estos grandes diarios que pretenden orientar a la gran masa nacional desde atrás del mostrador de su tienda de mercachifles».⁽⁵¹⁾

Conclusión

Lo primero que debe destacarse es lo obvio, esto es la necesidad de situarse en el tiempo de los acontecimientos aquí reseñados: casi medio siglo ha transcurrido desde que un gobierno expropió, por ley del Congreso Nacional, uno de los periódicos más tradicionales del país. Lo que hoy sería impensable e injustificable se produjo en una etapa de la historia del país sustancialmente diferente a la actual. El peronismo, que le imprimió a la Nación profundos cambios políticos, económicos y sociales, significó en sí mismo un fenómeno cultural. Y como dividió a los argentinos entre leales y adversarios, sin lugar para medias tintas, el conflicto que sostuvo con *La Prensa*, expresión opositora por excelencia, fue un reflejo de esa división.

Todo el arco opositor al peronismo percibía a este como un fenómeno irremediamente adverso a las instituciones y valores democráticos, casi una aberración que venía a modificar todo un modelo de Nación, estilo de vida, tradiciones y prácticas políticas que se creían incuestionables. Por ello, si para *La Prensa* el radicalismo yrigoyenista había sido un trago amargo, el peronismo le resultó decididamente indigerible. Al mismo tiempo, este haber accedido al gobierno en elecciones libres, sin fraudes ni proscripciones, se vio a sí mismo como defensor único y excluyente de los valores nacionales e intérprete del pueblo trabajador en su conjunto. El adversario, más que adversario propio, lo era del país. *La Prensa*, en ese contexto, se convirtió en un símbolo de la oligarquía y del capital extranjero, representante por lo tanto de los enemigos del pueblo argentino. En otras palabras, la rigurosa lógica antipopulista del diario debía tarde o temprano entrar en conflicto con esta novedosa expresión política y social de base obrera, antitética del modelo elitista de país que siempre defendió el periódico. Este conflicto alcanzó su máxima intensidad con la expropiación de aquel por ley del Congreso, y su posterior entrega a uno de los pilares del gobierno justicialista: la Confederación General del Trabajo, representante del movimiento obrero organizado.

En lo que a la participación de John William Cooke respecta dos fueron las líneas que expuso, que no

⁽⁵⁰⁾ *Ibidem*, pág. 4187.

⁽⁵¹⁾ *Ibidem*, págs. 4187-4188.

solo le otorgaron sustento ideológico y argumental a su bancada sino que mostraron, debido a la profundidad del análisis, un intento de situarse un escalón más arriba del debate. Dichas líneas fueron, por un lado, entender el conflicto como de tipo «revolucionario», esto es que independientemente de lo que dictaminase la Comisión investigadora de la empresa propietaria del diario, el peronismo, como fiel representante de las mayorías nacionales y populares, debía seguir en la vereda de enfrente de *La Prensa*, órgano periodístico antinacional por excelencia. Por ello, cuando se decidió la expropiación del matutino, Cooke, que por supuesto votó afirmativamente la entendió como un «acto revolucionario».

Por otro lado, al hacer una clara diferenciación entre libertad de empresa y libertad de prensa Cooke apuntó al núcleo argumental de la oposición. En otras

palabras, lo que a su juicio debía defenderse no eran las empresas periodísticas que, como cualquier otro tipo de empresas, solo tenían por fin la obtención de lucro, tal era el caso de *La Prensa*, sino el derecho de los ciudadanos a acceder libremente a la información, que casi siempre era distorsionaba por aquellas cuando de reivindicaciones nacionales y populares se trataba. De allí que sostuvo que el proceso de concentración monopólica de los medios periodísticos, además de no escapar a la lógica propia del sistema capitalista, perjudicaba a la libertad de prensa y al pueblo en su conjunto en la medida en que se constituían en un instrumento más de las clases dominantes.

() Docente e investigador de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social*

El presente artículo es una síntesis del estudio realizado junto a los investigadores Tania Montoro⁽¹⁾ y Joan Ripollès i Irazo⁽²⁾ presentado en el marco de la Asignatura «Las estrellas de la radio y la credibilidad» del Doctorado en Comunicación Audiovisual de la Universidad Autónoma de Barcelona.

El objetivo básico de este trabajo es posar una mirada sobre el espinoso, multidimensional y hasta *polémico* concepto de credibilidad. Específicamente nuestro interés se centra en la intención de observar cómo se construye el concepto de credibilidad y de qué manera se materializa tal concepto en el imaginario y en el discurso de los receptores de mensajes mediáticos.

Esta motivación se genera a partir de cierta consolidación, en algunos ámbitos académicos, de una línea de investigación que sustenta la necesidad de medición de los niveles de credibilidad de los distintos soportes mediáticos, cual si fuera una variable posible de cuantificar.

La necesidad de acotar el objeto al medio *radiofónico* surge en función de que particularmente en el caso español los resultados de diversas encuestas estructuradas en la dirección señalada anteriormente, indican a la radio como el medio de comunicación más «creíble» y específicamente a las emisoras privadas con un mayor «índice de credibilidad» que la cadena pública, Radio Nacional de España.

En ese sentido, para entender las circunstancias históricas que posibilitaron que el soporte radiofónico obtuviera lo que nosotros preferimos denominar como lugar de prestigio y de reconocimiento social, creímos pertinente describir en términos generales el rol que ocuparon las emisoras de radio privadas en el proceso de transición democrática y particularmente en la cobertura del intento de Golpe de Estado del 23 de Febrero de 1981.

Con este marco contextual, para abordar entonces, el objeto de estudio previamente definido, optamos por analizar el discurso obtenido de diez entrevistas en profundidad realizadas a oyentes del programa «Buenos Días, con Carlos Herrera» que se emite por la cadena pública, Radio Nacional de España.

De los «partes» de Franco a los «Buenos días» de Carlos Herrera

Radio Nacional de España: en busca de la credibilidad perdida

El interés en el programa Buenos Días y en la figura de su conductor Carlos Herrera se sustentó en que se trata de un nueva apuesta de RNE en el competitivo horario de Prime Time⁽³⁾, que comenzó a emitirse en setiembre de 1997 y según el Estudio General de Medios publicitado los primeros días de diciembre de 1997,⁽⁴⁾ en sus primeros tres meses logró aumentar en un 75% la audiencia de Radio Nacional en ese horario central ubicándose en el octavo lugar de los programas más escuchados de la radiofonía española al tiempo que Carlos Herrera irrumpía *abruptamente* para ocupar una posición sólida en la «constelación» de las estrellas de la radio española

Oscar Lutzak (*)

1) La credibilidad del medio radiofónico. La radio y la transición democrática española

En el marco de la trascendencia que se le otorga a los estudios acerca de la credibilidad que obtienen los medios de comunicación, merece especial atención el caso particular de la radio: «La radio es el medio de comunicación que goza de mayor credibilidad en España. Diversos investigadores han mostrado que la radio aparece como el medio más informativo y más creíble incluso antes que la prensa...el medio que proporciona el tratamiento de los contenidos cultos y más inteligentes». (Miguel, 1995 p. 693)

Sin intención de adentrarnos aún en profundizar acerca de «qué significa» y qué grado de validez o pertinencia tiene la afirmación de que un soporte

Notas

⁽¹⁾ Licenciada en Educación Universidad Santa Ursula de Río de Janeiro. Master en Comunicación, Universidad de Brasilia. Master en Comunicación y Movilización Social Tulane University de New Orleans, EE.UU. Docente de la Facultad de Comunicación Social de Brasilia.

⁽²⁾ Licenciado en Comunicación Audiovisual de la Universidad Autónoma de Barcelona.

⁽³⁾ Prime Time u Horario Central con mayor índice de audiencia. En el caso de la radio Española se considera que la franja de Prime Time es entre las 7 y las 13 hs. Desde hace algunos años este espacio está mayoritariamente ocupado por magazines informativos con una fuerte presencia de un conductor estrella. En el horario de las 0 a la 1 se origina lo que se dio en llamar segundo Prime Time ocupado preferentemente por programas deportivos.

⁽⁴⁾ Diario ABC 11 de diciembre de 1997.

mediático o un mensaje sea más creíble que otro o no, sí asumimos que particularmente en España la radio logró alcanzar un lugar de prestigio, respeto y reconocimiento social en virtud del papel que ocupó el medio en el periodo de transición democrática y muy especialmente en la cobertura del intento de Golpe de Estado del 23 de febrero de 1981.

Al respecto Armand Balsebre asegura que «Desde el campo estrictamente informativo ha sido la radio el medio de comunicación que ha observado más de cerca la trayectoria del cambio social que la dinámica política de la restauración democrática ha impuesto a las instituciones españolas desde la muerte de Franco...». (Balsebre,1993)

Tal como lo sustenta Armand Balsebre en su obra *La Credibilidad de la radio Informativa en España*, la programación informativa de la radio española nace virtualmente cuando el primer gobierno constitucional de Adolfo Suárez decreta el fin del monopolio informativo de RNE, a través del Real decreto del 6 de octubre de 1977 sobre libertad de información general por las emisoras de radiodifusión.

Las firmas del Rey Juan Carlos y del Ministro de Cultura, Pío Cabanillas, cerraban un largo periodo de casi 40 años, de obligatoria conexión de las emisoras públicas y privadas con RNE a las 14.30 y a las 22 para la difusión de los Diarios Hablados también conocidos como «los partes», como así lo dispusiera Franco con una orden del 6/10/39. El fin de la conexión obligatoria supuso el fin de un periodismo radiofónico anacrónico y excesivamente controlado por el poder político y las propias empresas temerosas de que las concesiones que adjudicaban las licencias no fueran renovadas. «La falta de rigor en la información radiofónica del franquismo condujo a una pérdida de credibilidad y a un desinterés de la audiencia y de la misma empresa radiofónica por el producto informativo...»

A partir de la desconexión se produce el llamado boom informativo ...la simple posibilidad de contar lo que pasaba rescató a la radio de un cierto subdesarrollo creativo y cultural y convirtió en estrellas a los conductores de los nuevos noticieros.

A partir de este nuevo boom informativo la credibilidad de la radio se medía en función de su mayor

o menor grado de dependencia o independencia del poder político, desde esta simple perspectiva la radio pública no es creíble, la radio privada sí».

«Como sucede tantas veces, con una capacidad de revulsivo semejante a la emisión de Orson Welles 'La guerra de los Mundos' en 1938, tuvo que ser un hecho excepcional de la actualidad político social española el que desterrase definitivamente los viejos prejuicios anti radio y confirmase con éxito esta primera etapa del llamado boom informativo...el papel realizado por la radio durante las 18 horas que duró el asalto al Congreso de los Diputados por 288 guardias civiles al mando del Coronel Tejero, supuso de alguna manera la diplomatura de la nueva radio informativa de la etapa posfranquista y democrática y decidió también su máximo nivel de popularidad y reconocimiento social».

«Qué sucedió exactamente aquel 23 F o 'noche de los transistores' para la construcción de tal estado de opinión favorable a la radio...Sobre las 18.23 cuando se está procediendo a la votación nominal de investidura del candidato a la presidencia Leopoldo Calvo Sotelo que reemplazaría al dimitido Adolfo Suárez, irrumpe el teniente coronel Tejero pistola en mano, acompañado de otros guardias civiles armados, Alto ¡Quieto todo el mundo! Sonidos de pistola y ametralladora ¡desenchufa eso desenchufa...No podemos emitir más porque llevan ametralladoras... tras el largo silencio comenzó a emitirse música pero solo unos minutos porque superados los momentos de indecisión los periodistas comenzaron a dar información hasta el final y hasta el momento de la liberación de los diputados secuestrados pasadas las 12 del mediodía a las 12 hs del 24... A pesar de la imprecisión de las primeras horas, el sonido libre de la radio era suficiente para confirmar a todos que el Golpe de Estado no había triunfado y que sólo el Congreso de Diputados y la Región Militar de Valencia eran escenario preocupante de la sublevación. Mientras, la televisión que hasta el momento era exclusivamente de financiación pública, siguió casi sin alteraciones la serie de programas y espacios habituales de cualquier lunes, ajena a lo que estaba sucediendo en el Congreso, abriendo todas las dudas posibles sobre el éxito o no de la rebelión militar... aquel día la

televisión vio reducidos sensiblemente sus niveles de credibilidad». (Balsebre, 1993)

Pero la televisión no fue la única perjudicada con la nueva situación que se abrió tras los sucesos del 23 F ya que a partir de este nuevo boom informativo la credibilidad de la radio se medía en función de su mayor o menor grado de dependencia o independencia del poder político, desde esta simple perspectiva la radio pública no es creíble, la radio privada sí. Esto se sustentaba en la manifestación de una mayor confianza e interés en los medios privados o independientes en detrimento de Radio Nacional de España y de la hasta entonces⁽⁵⁾ monopólica Televisión Española.

En lo que podríamos denominar como una segunda etapa del «boom informativo» de la radio española, ya en 1983, Cebrián Herreros advertía el abandono de la programación por bloques monográficos en beneficio de un programa de larga duración en el que se va cambiando de tema cada poco tiempo o se persigue la secuencialidad real de un suceso. Los únicos hilos conductores de los temas son su vinculación con la actualidad permanente o a ser posible con la actualidad inmediata y la narración interesante de un presentador que llega a convertirse en un tema atractivo por sí mismo. (Martí, 1990. p. 44)

Entre estos «presentadores que llegan a convertirse en un atractivo por sí mismos» comienzan a consolidarse como auténticas mega-estrellas de la radio española: Iñaki Gabilondo desde su programa «Hoy por Hoy» difundido por la Cadena Ser⁽⁶⁾ y Luis Del Olmo director y conductor de «Protagonistas» ciclo con el que tras pasar por varias emisoras se instala en 1991 en Onda Cero.⁽⁷⁾ Aunque en un segundo plano en esta etapa también hace su aparición Antonio Herrero desde la hoy desaparecida cadena de radio Antena 3,⁽⁸⁾ ampliando su prestigio desde 1992 a partir del momento de su paso a la COPE.⁽⁹⁾ En este proceso de ratificación, de reconocimiento social obtenido por la radio y de consolidación de los conductores de los programas ubicados en el segmento horario de mayor audiencia, como estrellas y formadores de opinión, RNE seguía quedando relegada. Mientras las emisoras privadas así como las radio Fórmula,⁽¹⁰⁾ lograban captar nuevos segmentos sociales, se

identifica a RNE como la Cadena con la audiencia más envejecida del espectro radiofónico español. Radio Nacional de España encarna la inercia histórica en la radio, como TVE en la televisión. Los seguidores de RNE lo son de toda la vida y les cuesta cambiar. La franja de edad predominante es de más de 65 años, y la edad promedio del oyente es de 57 años. Para los mayores, RNE es todavía donde se da «el parte».

2) El programa de Carlos Herrera, la nueva apuesta de RNE

Tal como lo señalamos desde la introducción, el interés en tomar como objeto de estudio el análisis de recepción del «programa de Carlos Herrera»⁽¹¹⁾ para analizar la construcción del concepto de credibilidad por parte de los oyentes, surge como resultado del éxito inmediato logrado por RNE en su intención de competir en ese segmento horario de mayor índice de audiencia, en el cual había perdido su protagonismo.

Si bien no haremos hincapié en el análisis del programa en la fase de producción sino en su modo de recepción, consideramos necesario explicitar una mínima descripción de la estructura del programa y algunas características básicas: El programa que se emite desde las 8.30 hasta las 13 hs., consta de varios segmentos o secciones bien diferenciados: de 8.30 a 9.00 Presentación, editorial del tema periodístico más importante y entrevista ligada al tema; de 9 a 10 el sesgo está puesto en lo informativo, repaso de los titulares de la prensa diaria y tertulia⁽¹²⁾ pluritemática con colaboradores estables; de 10 a 11, se da cierta continuidad a uno de los ejes desarrollados durante la tertulia, pero con la participación telefónica de los oyentes. Este segmento se cierra con una suerte de balance o síntesis que realiza un colaborador, sin intención de cuantificar pero sí de repasar cuáles fueron las tendencias de opinión más recurrentes y cuáles las más particulares, curiosas o diferenciadas; de 11 a 11.30 se da paso a la sección de Historia de la Música Popular de España, durante ese segmento se difunde música paradigmática de un año determinado y un especialista hace comentarios so-

⁽⁵⁾ Los canales de televisión privados Antena 3 y Tele 5, hicieron su aparición recién en 1990.

⁽⁶⁾ La cadena Ser, que se mantiene como líder absoluto de audiencia desde mediados de los 80, también es propietaria de la Radio Fórmula «Los 40 principales». La cadena Ser pertenece al Grupo Prisa, propietarios del diario El País y principales socios de Canal Plus y Canal Satélite Digital.

⁽⁷⁾ Cadena de propiedad de la ONCE (Organización Nacional de Ciegos de España) que también forma parte del paquete accionario de Tele 5.

⁽⁸⁾ Los mismos propietarios de esta cadena de radio encabezan el proyecto que se efectiviza en 1990 de Antena 3 Televisión.

⁽⁹⁾ Esta cadena es propiedad de la Conferencia Episcopal Española.

⁽¹⁰⁾ Lo que en Argentina se reconoce como Formato FM con una preeminencia de la música diferenciado del formato AM con predominancia de la radio hablada y los géneros informativos, en España se le da el nombre de radio Fórmula confrontada a la denominada radio Convencional. Esta clasificación deviene de que tanto uno como otro formato comparten la Frecuencia Modulada. Aunque lo que se denomina Radio Convencional también se emite por OM (Onda media), lógicamente por calidad y fidelidad de sonido las audiencias optan por la FM.

⁽¹¹⁾ La primera aclaración necesaria que surge es que mencionamos al citado producto mediático como «el programa de Carlos Herrera» ya que así es como se lo reconoce tanto por parte de la audiencia como en algunos dispositivos metadiscursivos, más allá de que su

bre el surgimiento y la trayectoria del músico o cantante en cuestión; de 11.30 a 12.00 se desarrolla una entrevista pero más ligada a temáticas culturales o de interés general; de 12 a 12.45 se inicia una modalidad de tertulia pero vinculada al «cotilleo»,⁽¹³⁾ a frivolidades, espectáculos, prensa del corazón y con un cierto humor irónico y sarcástico. De 12.45 a 12.50, se pone al aire una selección de los mensajes dejados en el contestador automático del programa, como otro modo de reflejar la participación del oyente; a las 12.50 se da paso al cierre que consta de tres momentos diferenciados, a) la síntesis de la emisión de la fecha, con una edición condensada de los momentos más emotivos, importantes o risueños del programa. Habitualmente se incluye la repetición de algún «furcio» de la estrella principal, b) un editorial de cierre con un carácter pseudo filosófico c) la despedida propiamente dicha por parte del conductor, en un tono intimista «les habló Herrera, Carlos».

Más allá de los segmentos y horarios enunciados de ese modo para facilitar la lectura, cabe destacar que en realidad a cada hora en punto se emite el boletín informativo de la Cadena con una duración aproximada de 3 a 5 minutos. Asimismo, más allá de la estructura básica, también tienen presencia algunos colaboradores con participación esporádica con una columna semanal específica (comidas, vinos, policiales, deportes).

Por otra parte es necesario subrayar que si bien habitualmente el programa se emite desde los estudios de la emisora situados en Madrid, al menos una vez por semana, Carlos Herrera y su equipo se trasladan a una ciudad distinta de España, con la intención explícita de acercarse más directamente a los oyentes de todo el país. En estas ocasiones, la estructura sufre ligeras modificaciones, ya que se le dedica más tiempo de participación tanto a los personajes públicos como a los oyentes del lugar así como se expande el espacio destinado al humor.

Desde nuestra concepción el programa de Carlos Herrera es un magazine informativo-contenedor que se corresponde con el estilo convencional de la radiodifusión española que a pesar de emitirse también en FM tiene su origen en el modo de hacer propio de OM (Onda Media o Amplitud Modulada) y se

inscribiría en lo que Josep María Martí denomina programación por bloques, cuyos productos no presentan entre sí grandes diferencias en cuanto a contenido y estructura pero sí en cuanto a la figura del conductor estrella que se convierte en el cohesionador de la variedad de los espacios: Aquello que define el magazine estructuralmente y que lo hace reconocible como texto radiofónico diferenciado y clasificable desde el criterio que mantenemos es la secuencialidad de su diseño interno. Los diferentes apartados temáticos y los subgéneros se distribuyen en el tiempo de acuerdo con diferentes objetivos de realización (...) Otra característica importante del género en su práctica habitual es la incorporación de una nómina extensa de colaboradores los cuales de forma regular se hacen cargo de las diferentes secciones del programa en lo que respecta a los contenidos, puesto que la realización siempre corresponde en última instancia al conductor. (Martí, 1990. p.44)

3) Decisiones metodológicas

3.1) Organización de entrevistas. Modo de realización y análisis

Para intentar obtener la profundidad deseada tomamos la determinación de realizar las entrevistas individuales, en el lugar habitual de escucha del oyente. Sin subestimar la utilidad de la dinámica de grupo y por el contrario habiendo asumido el déficit de las perspectivas de nuevos elementos que hubieran surgido de una instancia dialógica de esas características, consideramos que la realización de entrevistas individuales y el consiguiente análisis discursivo de cada uno de los textos obtenidos de sujetos de distintas edades, posición socio-económico-cultural, y disímil relación con el medio, con la cadena y con el producto, nos ofrecían las herramientas válidas para afrontar esta primera aproximación al estudio de la credibilidad de las estrellas de la radio.

De todos modos, es digno reconocer que esta decisión metodológica la afrontamos y valoramos como factible, en el proceso de rediseño de la investigación al verificar la reticencia de los oyentes a participar de una instancia colectiva con personas desconocidas entre sí, alegando en muchos de los casos

nombre formal sea Buenos Días o el slogan central (que genera cierta confusión con cual es el nombre-definitivo) sea «las cosas como son» y en algunos estudios de audiencia se cite al mismo espacio como Las mañanas de Radio Nacional de España».

⁽¹²⁾ Como tertulia se denomina a uno de los géneros más característicos de la radio convencional. Se trata de debates y discusiones con un panel de colaboradores estables y en algunos casos con invitados especiales. En la estructura de los magazines este género guarda una vital importancia. Todas las emisoras coinciden en ubicar este segmento en el tramo que va de las 9 a las 10 de la mañana, que constituye el pico de mayor audiencia dentro de lo que ya definimos como franja de Prime Time radiofónico (de 7 a 13 hs).

⁽¹³⁾ «Cotilleo»: Chismes del espectáculo y del jet set.

una carencia de preparación o formación o facilidad de palabras para explayarse con naturalidad y sin dejarse influenciar por discursos previamente prestigiados. Como segunda alternativa se nos presentaba la perspectiva de entrevistar a un conjunto de personas del mismo colectivo que compartan la escucha del programa, instancia que desechamos en función de considerarla válida para analizar la renegociación de sentido pero no para este tipo de análisis donde aunque sin pretensiones de criterios de representatividad, considerábamos relevante la diversidad de los sujetos entrevistados.

Las entrevistas individuales que podríamos definir como focalizadas y semidirigidas, las estructuramos en función de las siguientes categorías temáticas:

- Relación histórica del oyente con el medio radiofónico, con la emisora (RNE), y con el programa en particular;

- Situación de escucha e interacción con otros oyentes;

- Valoración de los aspectos positivos y negativos del producto mediático (lo mejor y lo peor);

- Definición por parte del oyente de los conceptos de credibilidad radiofónica y estrella;

- Comparación de la estrella de referencia con sus competidores en el mismo segmento horario;

- Caracterización según el oyente del perfil de la audiencia del programa.

Recién en una segunda etapa, quisimos cotejar los datos que surgieron en las entrevistas individuales, reuniendo a tres de los entrevistados, con características disímiles para retomar los ejes abordados en una dinámica de grupo fundamentalmente para observar si se producían cambios sustanciales en las opiniones y valoraciones originales y cómo influía el poder del colectivo sobre las posturas individuales.

3.1.1) Contexto de realización de entrevistas

Las entrevistas individuales fueron realizadas entre los días 20 de febrero y 6 de marzo de 1998, en distintas localidades de la provincia de Barcelona. En la mayoría de los casos las entrevistas fueron realizadas en el domicilio del oyente, coincidiendo con el lugar de escucha del programa. Cabe destacar que

en el período de realización de las entrevistas ya había trascendido y dado a publicidad un informe del Instituto de Radiotelevisión Española donde se acusaba a Carlos Herrera de Prosocialista y extremadamente crítico de algunas áreas de la gestión del gobierno. Asimismo en ese mismo periodo, paradójicamente o no, RNE intensificaba la campaña de promoción, a través de medios gráficos y televisión, de su programación pero muy especialmente del espacio matinal conducido por Carlos Herrera. Estos anuncios, especialmente los publicados en medios gráficos, remarcan la consigna «Cada día le siguen más oyentes» haciendo alusión al informe de la oleada de otoño de Estudio General de Medios, que indicaba la consolidación de la tendencia ya anunciada en el mes de diciembre que refleja que el programa de Carlos Herrera es el que mayor crecimiento tuvo en el nivel de audiencia y se ubicaba entre los primeros 10 programas más escuchados de la radio española. El incremento de la publicidad del programa de Carlos Herrera y el anuncio de la propuesta de extender el horario de difusión del espacio⁽¹⁴⁾ contrastaba con la información que indicaba que al responsable de redactar (o permitir que se filtre) el informe «persecutorio y antidemocrático», indicaba claramente quién «había ganado la pulseada».

Además de los ejes temáticos que consideramos centrales, ya citados, ese tipo de datos coyunturales (el informe, la publicidad, el crecimiento de la audiencia) fueron incorporados en el diálogo con los oyentes entrevistados.

Tal como lo adelantamos en la introducción, intentamos lograr una cierta diversidad en la edad, origen, localidad, clase social, nivel cultural y actividad profesional.

3.2) Categorías y variables utilizadas

La definición del cuestionario o de los ejes temáticos postulados para la realización de las entrevistas, señalan nuestra intención de basar nuestro análisis en dos categorías conceptuales: credibilidad y estrella. En ambos casos se verifica el criterio que explicita Balsebre⁽¹⁵⁾ en cuanto a la multidimensionalidad de ambos conceptos. Intentar, al menos, esbozar una

⁽¹⁴⁾ Esta propuesta se concretó a partir de mayo del 98, adelantando media hora el inicio del programa con la intención de ofrecer mayor resistencia al programa más escuchado, emitido por la cadena Ser y dirigido por Iñaki Gabilondo que comienza a las 6 de la mañana.

⁽¹⁵⁾ Balsebre, Armand, *La credibilidad de la radio informativa*. Ed. Feed Back, Barcelona, 1993.

definición sería una de las posibles búsquedas u objetivos de esta investigación, pero preferimos en cambio priorizar la observación de en qué forma aparecen en los discursos esos conceptos y cuál es la definición o noción que los oyentes manejan de los mismos.

Por lo que respecta al concepto estrella, la complejidad no es menor. Ya en los estudios del *star-system* cinematográfico, Edgar Morin hacía notar décadas atrás, que en la configuración de la estrella confluyen tanto elementos de la realidad como de la imaginación (Morin, 1972. p. 33) -no en vano, nosotros también podríamos acuñar, miméticamente, el concepto de oyente imaginario- y la importancia del contenido y del efecto género en el proceso de aprehensión comunicativa.

Dependemos del discurso -estamos, como la mayoría, semióticamente determinados- de los oyentes entrevistados -individualmente y en grupo- para la redefinición pragmática de unas categorías -credibilidad y estrella- ya bautizadas como multidimensionales y situadas en la intersección de lo real y lo imaginario.

Aún así, cabe señalar que desde nuestra posición la acepción que manejaremos del concepto estrella vinculado al universo de la radio es «aquel periodista, locutor, presentador o coordinador de los espacios radiofónicos emitidos por las cadenas de mayor importancia o alcance nacional, preferentemente difundidos en horario Prime Time o en franjas horarias de alto nivel de audiencia». Precisamente en el género radiofónico en que se inscribe el programa que analizamos, el rol del presentador alcanza un alto nivel de protagonismo. A partir de allí deducimos que la credibilidad de un programa de este género está estrechamente vinculada a la imagen que pretende construirse de una estrella. Si bien partimos sustancialmente del modelo metodológico postulado por Balsebre, consideramos que en este género particular la credibilidad está más sesgada por las características del presentador que por los contenidos o la información.

En ese sentido la variable sustancial que escogimos para verificar el nivel de credibilidad del producto mediático «Buenos días» de RNE y muy en particular de su presentador estrella Carlos Herrera fue la

eficacia comunicativa. De todos modos esto no significa que hayamos descartado el rigor periodístico como variable, pero sí en un grado ostensiblemente menor.

Partiendo entonces de la noción de eficacia comunicativa como variable sustancial para describir el nivel de credibilidad que adquiere el producto mediático y su estrella entre los oyentes entrevistados, nos detuvimos en algunos aspectos que consideramos centrales: Profesionalidad; Relación comunicacional con el oyente; Claridad Sonora Objetividad/ Subjetividad; Cercanía (carisma, empatía, capacidad de seducción, identificación con el hombre estándar); Dependencia/Independencia de la cadena o en relación a lineamientos políticos/comerciales. En realidad consideramos que estos distintos elementos no se presentan como compartimentos estancos sino que se producen ciertas hibridaciones. Como ejemplo podríamos señalar que una de las variables que consideramos muy especialmente fue la de «cercanía» pero no haciendo referencia al concepto de inmediatez o de proximidad sino a la relación de empatía, de identificación con el hombre estándar o el hombre de la calle o de respeto por el oyente. Este elemento aparece ligado tanto a la profesionalidad, ya que se puede considerar un buen profesional a quien logra establecer una relación armónica con el oyente como a la relación comunicacional con el oyente ya que se puede planear desde el lugar del poder o el saber o desde la humildad opuesta a la soberbia y a la autoreferencialidad y el respeto y la supuesta igualdad.

De todos modos vale reiterar, que aunque posemos la mirada sustancial en esos elementos que definimos como variables vinculadas a la «eficacia comunicativa» no descartamos a priori el concepto de rigor periodístico, sustancialmente porque entendemos que en otros productos de género similar que compiten en el mismo horario con el producto mediático que es objeto de nuestro trabajo, se ha puesto mayor hincapié en la información. De allí, en función de la inevitable comparación con otros programas y otras estrellas, es que también consideraremos definidas como variables los elementos: exactitud, inmediatez, actualidad.

4) Conclusiones

Tras el análisis de las entrevistas efectuado de acuerdo a la metodología previamente descrita, en una primera instancia podemos ratificar la tendencia que se vislumbra en los últimos años, de la necesidad básica e indispensable de cotejar o contrastar un estudio de tipo cualitativo con las mediciones de audiencias convencionales. A esta generalista primera aproximación a las conclusiones, llegamos a partir de verificar que en estos diez casos (insistiendo en el criterio de que los «amantes de lo cuantificable» podrían alegar que se trata de una muestra muy pequeña para ser representativa de la «realidad») que en un estudio meramente cuantitativo engrosarían las estadísticas en el ítem «oyentes de Carlos Herrera», se vislumbran claramente no solo aspectos y elementos comunes y recurrentes sino también diferentes y hasta contradictorios modos y situaciones de escucha, valoraciones, gustos, «usos y gratificaciones», posturas ideológicas, en síntesis cosmovisiones del mundo y construcciones discursivas claramente diferenciadas.

Tal como lo plantea Guillermo Orozco Gómez: «el proceso de recepción no empieza ni termina en el momento de exposición al mensaje, sino que forma parte de una práctica de ver, leer o escuchar. El proceso de recepción pasa por distintos escenarios y es la resultante de múltiples mediaciones culturales, situacionales, psicológicas, institucionales, etc». (Orozco Gómez, 1996) Esta definición se confirma en los testimonios recogidos donde se establece nítidamente que no solo es imprescindible saber qué se escucha sino sustancialmente cómo, por qué y para qué.

Entre los individuos entrevistados, encontramos que las motivaciones para exponerse a un mismo producto mediático son múltiples y así como hay lecturas idénticas entre dos oyentes en referencia a un aspecto del programa, entre esos dos mismos oyentes se intuyen lecturas claramente opuestas en referencia a otro aspecto del mismo programa. A medida que avanzábamos en el análisis de contenido de los textos obtenidos, fuimos asimilando que se producen «encuentros y desencuentros» y valoraciones disímiles que trascienden los parámetros de las tipologías tradicionales de edad, sexo, clase social, nivel de edu-

cación y hábitat.

Así es como visualizamos que entre esos individuos que de forma apresurada se los podría denominar simplemente como «oyentes de Carlos Herrera» conviven quien empezó a escuchar el programa «porque lo escuchaba mi mujer» con quien cuando está la mujer «se hace muy complicado escucharlo porque a ella no le gusta»; quien escucha RNE «por costumbre y tradición» con quien lo hace «porque tiene una buena calidad de sonido sin interferencias ni ruidos»; quien cumple con la ceremonia de «salir al balcón todas las mañanas y escuchar atentamente todo el programa sentado en una silla» con quien también lo escucha en su totalidad pero mientras realiza otras innumerables tareas «limpiar la casa, preparar la comida, ordenar el cuarto, lavar la ropa que hacen que a veces me olvide que la radio está prendida» y también con quien escucha «con continuidad sólo los últimos cuarenta minutos mientras conduzco mi automóvil en dirección al trabajo»; quien reivindica a RNE como la emisora del Estado Español, con quien empezó a escuchar precisamente el programa de referencia porque desde el propio gobierno se lo catalogaba de opositor; quien dejó programada la sintonía de RNE desde hace mucho tiempo «por casualidad y ahí quedó desde hace un año y medio» con quien eligió en función de sus gustos e intereses un recorrido por distintas propuestas de distintas emisoras en distintos horarios del día; quien apenas enciende y apaga el aparato receptor y le pide al marido que le sintonice RNE con quien cuando puede hace «zapping radiofónico» y escucha dos o más programas a la vez; quien valora sustancialmente la participación del oyente y la presencia de múltiples voces con quien cree que los que llaman «no tienen otra cosa que hacer» y con quien considera que «las llamadas están digitadas para que las opiniones sean coincidentes con las del conductor»; quien escucha sólo la primera hora del programa con quien escucha sólo la última, con quien escucha de a ratos y con quien «un día lo escucho completo y otro día no lo escucho»; quien considera el programa muy entretenido pero le exige mayor actualidad con quien considera que el programa informa con mucha profundidad pero le exige más dinámica; quien sólo busca

compañía en la radio mientras hace sus tareas y con eso se conforma con quien también escucha la radio en busca de compañía mientras viaja pero sustenta una postura hipercrítica y le exige al medio radiofónico «mayor calidad, seriedad, profesionalidad y compromiso»; etc.

Podríamos seguir describiendo otros innumerables ejemplos de cómo entre estos diez oyentes seleccionados se producen acuerdos y discrepancias, pero consideramos que los precedentes son lo suficientemente claros para ilustrar de que más allá de la existencia de algunos tópicos típicos o estereotipos de oyentes discriminados por categorías analíticas macroestructurales, existen otros tantos elementos que intervienen en la interacción que el propio individuo como sujeto histórico, social y cultural construye con el mensaje mediático.

En cuanto a los elementos comunes a los que hacíamos alusión podríamos subrayar que uno de los aspectos citados recurrentemente es la Cercanía que Carlos Herrera establece con la audiencia como sustento de definición del concepto de credibilidad. Como subsidiarios del concepto «Cercanía» se menciona: el buen humor, el respeto de las opiniones, la confianza, el vínculo afectivo que establece con la audiencia, la empatía. La alusión a la cercanía es mencionada por los oyentes tanto cuando caracterizan a Carlos Herrera como cuando intentan definir qué entienden por credibilidad, pero se remarca específicamente a la hora de comparar a Carlos Herrera con otras estrellas que compiten en el mismo segmento horario. Desde la referencia a que Carlos Herrera no es un «sabelotodo» hasta las menciones a que «no todo pasa por él y no es tan autoreferencial como otros periodistas» y o que «Iñaki Gabilondo y Luis del Olmo son excelentes periodistas pero son muy soberbios en cambio Carlos Herrera es más humilde», todo el abanico de opiniones gira en torno a la identificación de la cercanía como el factor fundamental que explica el éxito alcanzado por Carlos Herrera y el crecimiento en los niveles de audiencia.

En ese sentido debemos destacar que partiendo de la base de que lo que se valora positivamente en el estilo de Carlos Herrera es la cercanía, vislumbramos un cierto rechazo a catalogarlo como estrella.

Consideramos que se genera esta situación en virtud de que existe un cierto uso peyorativo del término «estrella», vinculado a un estilo de vida alejado del «hombre común». Paradójicamente para explicar por qué Carlos Herrera sería una estrella, los oyentes tienden a negarlo como tal, ya que lo que valoran es la profesionalidad, seriedad e inteligencia que demuestra al construir una propuesta basada en el respeto y la cercanía con el oyente. «No es una estrella es un buen profesional» sería la síntesis, escogida de uno de los testimonios relevados. Claro que si no subsistiera ese prejuicio, lógicamente fundado por lo «inalcanzable que se vuelven las estrellas que se valoran como tal», podríamos invertir los términos sin cambiar el sentido «Como es un buen profesional se convirtió en una estrella».

De esta manera abordamos otro de los elementos reiterados en las entrevistas, el concepto de «Profesionalidad». En este sentido, cabe señalar la percepción que los oyentes tienen del concepto «profesionalidad», más ligado al rol de comunicador que al de informador. En general, los entrevistados perciben a Carlos Herrera como un gran comunicador cercano a la audiencia, pero no suelen hacer explícita una visión de gran profesionalidad en el aspecto periodístico del término. Es entonces cuando se hace hincapié en su rol moderador, humorista y distensionador: Se rodea de «un brillante grupo de colaboradores» - reporteros, informadores, especialistas de la opinión - a los que sabe sacar el rendimiento adecuado. Dentro de esta línea, la profesionalidad de Herrera y la de sus colaboradores pertenece a constelaciones semánticas diferentes: Comunicación para el primero e Información para los segundos. Los entrevistados atribuyen la profundidad informativa al programa -como formato - y a estos colaboradores; y no tanto al propio Carlos Herrera, profundidad que se vincula, por un lado, al estilo prensa diaria y, por otro, a la actualidad inmediata.

Tal como lo presumimos al postular las categorías y variables con que trabajaríamos, donde visualizábamos que al menos en el caso de Carlos Herrera, su posible credibilidad no está estrictamente vinculada con el manejo de la información sino con otros aspectos más ligados a la relación comunicacional

con los oyentes, nuestros entrevistados no articulan su discurso sobre la credibilidad de Carlos Herrera en su profesionalidad periodístico-informativa o en la profundidad exactitud e inmediatez de los temas noticiables que trata -lo cual se delega en los colaboradores-. Su credibilidad se justifica sobre la cercanía, concepto que los oyentes o bien lo verbalizan directamente o lo mencionan implícitamente a partir de la atribución empática de características tales como la confianza, la simpatía, el buen humor, el respeto a los que hablan.

Verificamos que pese al peso específico que la información tiene en la primera parte de su estructura, los magazines matinales de la radio española -al menos en RNE- parecen demandar más a un comunicador (conductor) que a un informador-periodista. Un ejemplo claro nos lo proporciona la difícil inclusión del concepto «inmediatez» en el discurso de nuestros entrevistados. Este no aparece normalmente vinculado a la actualidad de las noticias emitidas a lo largo del programa. En todo caso, se habla de la cercanía-identificación con los temas tratados -víctimas del terrorismo, educación...- y con la movilidad geográfica de los puntos de emisión del programa a lo largo de las distintas sedes de RNE en España.

Teniendo en cuenta que los entrevistados en su totalidad son habitantes de la Provincia de Barcelona, cabecera de la Región Autónoma de Catalunya este elemento se torna muy significativo ya que en cierto modo lo que destacan los oyentes es que pese a ser parte de la emisora del Gobierno Central de España, el programa no toma a Madrid como centro excluyente de emisión sino que se traslada a todas las regiones para emitir desde ahí, dando especial prioridad a las Autonomías más «fuertes» o más polémicas como Catalunya y el País Vasco.

De la mano del concepto de profesionalidad se cita el concepto de «inteligencia». En este caso se percibe como inteligencia de Carlos Herrera la capacidad para lograr diseñar y conducir un producto que se emite desde la cadena pública pero no condice linealmente con la política de medios del Gobierno. Carlos Herrera logra romper el concepto de radio oficialista con un programa donde se valoran la diversidad de opiniones y se resaltan la moderación y

amplitud del conductor. La inteligencia de Herrera se sustenta según varios de los oyentes entrevistados en haber logrado dotar de mayor audiencia en el Prime Time radiofónico a la Radio del Gobierno con un programa que lejos de ser opositor y menos aún prosocialista (tal como se lo acusó desde un informe gestado desde un sector del gobierno) tampoco es percibido como oficialista. Tal como plantea uno de los entrevistados entendemos que «el respeto a una estructura y a un concepto de comunicación y la insistencia con esa tendencia pese al informe acusador, dotó a Carlos Herrera de mayor prestigio».

Al adentrarnos en los aspectos político-ideológicos, debemos mencionar que otro de los conceptos sobredimensionados por los oyentes es la característica de «moderado» y «moderador». Moderado ya que intencionalmente no se constituye en un formador de opinión, ya que delega ese rol a sus colaboradores sustentando un criterio de amplitud, basado en un cierto «sentido común» y «Moderador» ya que trata de consensuar y darle cabida a todas las variables de opiniones, pero marcando claramente aunque con mucha sutileza, cuáles son los límites de lo «políticamente correcto y conveniente».

De todos modos es válido aclarar que algunos de los entrevistados, explícita o implícitamente, dejan entrever que esta postura de Carlos Herrera, es rayana al «populismo y la demagogia» ya que podría percibirse que «oculta» su auténtica posición política en pos de consolidar su cercanía al oyente intentando no entrar en confrontaciones con la audiencia: «Carlos Herrera no se define, no se moja».

En esta postura se refleja una tendencia que también se hizo presente entre los entrevistados que indica que mientras para caracterizar la credibilidad de un medio se le exige exactitud y rigurosidad en la información, a la hora de medir la credibilidad de un periodista pone mayor énfasis en la opinión que en la información. Más allá de coincidir o no con las ideas vertidas, «Yo no coincido con nada de lo que dice Antonio Herrero pero lo respeto porque por lo menos se la juega» -se vincula la credibilidad a la decisión de hacer explícito un posicionamiento con respecto a un tema determinado o una posición política ideológica.

Bibliografía

- Bachelard, G., *Epistemología*. Ed. Zahar, Sao Paulo, Brasil, 1983.
- Barbosa, G. y Rabaça, C., *Diccionario de Comunicación*. Ed. Atica, Sao Paulo, Brasil, 1990.
- Balsebre, A., *La credibilidad de la radio informativa*, Ed. Feed Back, Barcelona, 1993.
- García Ferrando, M., e Ibáñez, Alvira F., (Coord.), *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación*- Ed. Alianza, Madrid, 1989.
- Gomis, L., *Teoría del periodismo, Cómo se forma el presente*. Comunicación 44. Ed. Paidós, Barcelona, 1991.
- Krippendorff, K., *Metodología de análisis de contenidos*. Comunicación 39. Ed. Paidós, Barcelona, 1990.
- Martí, J., *Modelos de programación radiofónica*. Ed. Feed Back, Barcelona, 1990.
- Morin, E., *Las Stars. Servidumbres y mitos*. Ed. DOPESA, Espectáculo 4, Barcelona, 1972.
- Miguel, A. (Coord) *La Sociedad española*; 1993-1994. Informe sociológico de la Universidad Complutense de Madrid, Ed. Alianza, 1995.
- Orozco Gómez, G., *La investigación en comunicación desde una perspectiva cualitativa*. Ediciones de Periodismo y Comunicación. Universidad Nacional de La Plata, Argentina, 1996.
- Ortiz, M.A y Marchamala, J., *Técnicas de comunicación en radio*. Ed. Paidós, Barcelona, 1994.

Hemerografía

«Un informe interno de RTVE descubre 'submarinos socialistas' en

el ente». El Periódico de Catalunya. 20-12-1998.

«Destituido el supuesto autor del informe sobre los 'prosocialistas' de RNE». El periódico de Catalunya. 26-2-1998.

«López- Amor me dijo que no daba ningún crédito al informe de RNE». (Entrevista a Carlos Herrera). El periódico de Catalunya. 28-2-1998.

«Las voces que mueven el día». La Vanguardia Magazine. 1-2-1998.

«Un organismo de RTVE denuncia a periodistas de Radio Nacional por no defender al Gobierno». El País. 20-2-1998.

Si bien es válida la postura en cuanto a que una de las estrategias posibles de construcción de la credibilidad del comunicador es la de definir claramente la posición política ideológica y mantener la coherencia a lo largo del tiempo, consideramos que en este caso particular, precisamente por tratarse de la Radio del Estado, la ausencia de opinión a favor del Gobierno en cierto modo se convierte en opinión. Desde nuestra visión es cierto que Carlos Herrera «no se define» pero considerando la política de medios de la gestión de Gobierno de José María Aznar, sería previsible que «se defina» como oficialista y no lo hace. Carlos Herrera construye su credibilidad a partir de trazar como estrategia que a pesar de formar parte en la emisora que se la cataloga como «del Gobierno», no se presenta como oficialista. Esa actitud lo hace creíble y paradójicamente le brinda credibilidad a la Radio Nacional ya que la muestra como «democrática».

Tras el desglose de los elementos comunes que aparecen en el discurso de los entrevistados, bien podríamos adjudicarnos haber contrastado y verificado gran parte de las variables y categorías previamente definidas lo que nos avalaría para postular a modo de síntesis, que fundamentalmente el concepto de credibilidad está ligado al criterio de Independencia del Poder y a que esta tendencia se ratificaría plenamente en este caso que analizamos ya que un comunicador de la Emisora del Estado para aumentar sus niveles de audiencia debió si bien no diferenciarse frontalmente sí al menos no identificarse con la gestión de gobierno y «abrir el micrófono» a las múltiples voces, subrayando la importancia de comunicarse «de tú a tú» con «el hombre de la calle».

Sin embargo, a pesar de esa tan posiblemente verosímil conclusión final, insistimos con las dudas y resquemores manifestadas desde la introducción

de este trabajo con respecto a la validez de la posibilidad de medición de los niveles de credibilidad, en función de que como resultante del análisis de contenido de los textos obtenidos de las entrevistas también podríamos afirmar que cuando los oyentes se refieren a la credibilidad en verdad están haciendo alusión o bien a la fundamentación de lo que consideran las razones objetivas del éxito del programa o a la justificación del propio gusto o de las motivaciones que los lleva a formar parte de la audiencia de ese programa en particular o simplemente a lo que se considera que «debe decirse en esos casos». En relación a esta última alternativa o puerta abierta a desconfiar de nuestras propias conclusiones originales, recordamos el extraño caso de esas encuestas precisamente sobre credibilidad de determinados medios o géneros, por ejemplo los diarios sobre la televisión, que son mencionados como los más creíbles y sin embargo son postergados en la elección del consumo real, hasta extremos en los que en muchos casos el desinterés por los productos mencionados como confiables está basada en un supuesto previo, un lugar de coincidencia social desde donde se elige un prestigio del medio o del soporte que supone una actitud de alta cultura. La reflexión es inexorable ¿Por qué los encuestados prefieren productos en los que dicen creer menos? ¿Es posible acaso que los públicos tengan exacto conocimiento de que los fenómenos son construcciones, no realidades? Puros, meros relatos.

() Docente e investigador de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social. Actualmente cursa el Doctorado en Comunicación Audiovisual de la Universidad Autónoma de Barcelona.*

ENSAJOS

La gestación de los partidos políticos en el siglo XIX occidental

Jorge Luis Berneti (*)

(*) Profesor Investigador de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata.

El medio de comunicación social dirigido a la formación de la opinión pública en los siglos XVIII y XIX fue el periódico, luego de atravesar el diseño de gazette y luego el diario. Esta capacidad de comunicación entre nacientes públicos y balbuceantes estructuras partidarias constituye uno de los trayectos de constitución de las fuerzas políticas de la modernidad. La imprenta no se dedica desde su origen solamente a la producción de libros hasta que surgen los periódicos. Desde el siglo XV aparecen panfletos que describen festivales, victorias militares, elogios de la realeza y funerales de los famosos. A partir del suceso producido por la difusión de estos eventos y actividades la imprenta es usada por los poderes del Estado para que el gobierno respectivo informe a sus súbditos acerca de decretos, proclamaciones y avisos. Y también «la controversia política y religiosa dio paso a una producción especialmente nutrida que iba de propaganda ordinaria a tratados refinados». (Henri-Jean Martin, Williams, 1992).

Es ya en el siglo XVII que en Inglaterra un amplio conjunto de pequeños impresores producían los elementos de la «campana electoral» de la época: billetes, carteles, direcciones electorales y respuestas de candidatos. Se está no solamente en los inicios de la constitución de la «opinión pública» sino del antecedente más antiguo del moderno marketing electoral de los partidos políticos de la segunda mitad del siglo XX.

En el siglo XVIII, los almanaques y calendarios se constituyeron en uno de los productos más solicita-

dos. En 1770, la Stationers' Company de Londres imprimía 207.000 copias de catorce almanaques distintos, de los cuales sólo uno de ellos, la *Vox Stellarum* llegaba a 124.000 copias.

Esta expansión era consecuencia de diversas medidas y definiciones producidas en el campo social, porque la libertad de prensa había experimentado un avance sustantivo a partir de la Gloriosa Revolución de 1688. En 1696, la Ley de Licencia -para la prensa había sido derogada. El rápido desarrollo de los medios gráficos, propiamente de la prensa periódica, la independencia política de la que se supo dotar asustaron tanto a la Corona cuanto al Parlamento. Surgió en 1712 el timbre fiscal y por ello subió el precio de los ejemplares, lo que limitó su circulación.

En Francia, durante la época de la Ilustración surge una prensa vigorosa de carácter científico y literario. Así, el *Journal de Savants* en 1665 servía de modelo para las Transacciones de la Sociedad Real de Londres. Los periódicos especializados o las hojas de propaganda al estilo de los Affiches de Lyon (1748) escaparon a las persecuciones de la censura.

Pero el desarrollo comercial de la prensa se produjo de manera vigorosa en Inglaterra. El *Daily Courant* (1702) es registrado como el primer periódico diario del mundo. Las tiradas de prensa se multiplicaron por ocho, a pesar de la vigencia del timbre fiscal entre 1712 y 1757. La fuerza del desarrollo condujo en 1771 a la aceptación, por cuenta del Parlamento, de la publicación de sus debates. Dieciséis años más tarde, el pensador conservador, fustigador de la Revolución Francesa, Edmund Burke enuncia el concepto del Cuarto Poder.

El estallido de la Revolución genera en Francia la Declaración de los Derechos del Hombre. Su artículo XIX garantizaba que «la comunicación libre del pensamiento y la opinión es uno de los más preciados derechos del hombre. Por lo tanto, cada ciudadano puede hablar, escribir o imprimir libremente excepto en los casos que la ley lo impida». La expansión del periodismo político se verifica en este período, donde los líderes revolucionarios como Mirabeau, Desmoulins, Marat y Hébert son periodistas.

El establecimiento de la Convención, el ascenso de la marea revolucionaria, las luchas feroces entre las

facciones condujeron a la exasperación del uso reglamentario restrictivo del artículo XIX *in fine*. El Directorio y luego Napoleón enfrentaron con dureza el principio de la libertad de prensa, atacando en la práctica el principio de la libertad de prensa, para enfrentar la competencia política.

Pero es la reacción europea la que critica el principio genérico de la libertad de prensa. Cuando la oleada más brutal de la reacción planteada por el Congreso de Viena se comienza a debilitar en Europa, es el pontífice Gregorio XVI quien fulmina el principio liberal. En la encíclica *Mirari Vos*, Roma embiste contra la «libertad de prensa». Habla de ella como de una «libertad para difundir cualesquiera escritos, esta libertad detestable y que jamás será suficientemente abominada, y que algunos se atreven a pedir y promover con tanto ruido». Esta exasperada proclama reaccionaria se emite en 1832. Sobre todo, la Silla Apostólica rumia su furia contra la aparición en el propio campo de apologistas de esa libertad. Es en un periódico, *L'Avenir*, fundado en 1830 por el católico liberalizado Lammenais y en el que colaboran Lacordaire y Montalembert donde el Papa lee acerca de las «libertades modernas» que entusiasman a algunas de sus ovejas más destacadas.

La Iglesia Católica seguía la línea planteada en 1766 por Clemente XIII, cuando en plena expansión de la Enciclopedia atacaba «la insolente y espantosa licencia de libros producidos cada día en mayor número». (A. Mattelart, *La invención de la comunicación*, Siglo XXI Editores, México, 1995).

La expansión de la prensa escrita genera otro tipo de detractores, de otra perspectiva por cierto. Será Carlos Marx, quien en 1845 se sumará a los críticos del folletín y golpee así a Eugene Sue. Para Mattelart, el papel del folletín en Francia y en otras sociedades contemporáneas será jugar el papel que el comic desempeñará en los Estados Unidos, a partir de 1880, cuando una población recién inmigrada, analfabeta absoluta o que no domina el inglés ingresa a la sociedad industrial.

También para Mattelart «la controversia entre Marx y Sue es la primera en la que se expresa la incompreensión del proyecto revolucionario respecto de los mecanismos que permiten el éxito de una cultura del

entretenimiento destinada a las grandes mayorías».

Si bien el periódico servía a las burguesía y sus diversas fracciones y subsectores para propagar sus ideas e informar de sus proyectos políticos, también el proletariado se sirvió de su metodología para la organización de sus fuerzas masivas y revolucionarias .

La prensa política revolucionaria -liberal o socialista según el caso- se liga estrechamente al desarrollo de la fuerza partidaria, pero pese a su intención ideológica expresa, la prensa de desarrollo masivo contribuye a gestar un escenario social de amplitud del cual dista de ser plenamente consciente el proyecto revolucionario. Los partidos de masas, del cual la social-democracia alemana constituye un paradigma, construyen su propio espacio cultural de socialización política. Una propuesta informativa que se enlaza con el resto de la oferta cultural que se gesta, y dice gestarse, paralela y alternativamente al poder del Estado y la sociedad burguesa.

I- El surgimiento del partido político en la Revolución Francesa

La distancia que media del moderno partido político a los esbozos de formaciones que se perfilan en la Revolución Francesa subraya mas que aleja ese origen. El lenguaje político occidental ha universalizado aquél desarrollo al punto de fascinarse por la ubicación geográfica de los parlamentarios en las asambleas de la Revolución y generalizar «derecha» e «izquierda» como las posiciones que caben a la moderación y al radicalismo en un sistema político establecido en la India en 1950, en Estados Unidos en 1910 o en España en 1936.

Los jacobinos («La Montaña» en la Convención) constituyen el modelo de la organización política. Su estructura, «el Club», gesta un espacio de información y debate, de comunicación política directa y de organización primaria para la acción.

Las reuniones brindan espacio para la expresión de los oradores, en general, los grandes políticos y los agitadores de la fuerza. Constituyen la instancia de reunión y agrupación para la acción. En ese espacio físico se funda el comité y núcleo de base, la geo-

grafía de la política occidental. Una parte de la clase media liberal se organizó hasta el fin para ser revolucionariamente burguesa.⁽¹⁾ Junto a ellos, como aliados pero como devoradores de su política, surgieron los sans-culottes (trabajadores pobres, artesanos, tenderos, operarios), organizados en las secciones de París y apoyados en sus propios clubes. Organización sólida porque «las secciones eran un instrumento admirable para la actividad sans-culotte, ya que sus reuniones se celebraban todas las tardes en locales de fácil acceso para todos sus miembros».⁽²⁾ Con sus propios periodistas como Hebert y Marat (editor entre otros de *Le Publiciste Parisien*), gestaron su prensa paralela a la de los jacobinos como Dantón.⁽³⁾ Frente a frente se ubicaron, en la Convención, y en toda la escena de la Revolución los liberales moderados, provenientes del departamento mercantil de La Gironda. Los girondinos, terminaron como sus adversarios jacobinos complicados con aliados peligrosos. Si en un caso fueron los sans-culottes, en éste último lo constituyeron los realistas.

El club es el espacio de distribución, de cabeza de circulación y de lectura pública de los nerviosos periódicos político-partidarios de la Revolución. El periódico jacobino sans-culotte es una hoja claramente político-partidaria, no financiada por la publicidad y distante de ofrecer la información que se precia de objetiva y general de la prensa comercial del capitalismo de fines del siglo XIX. «Sólo con la legalización del Estado burgués de derecho y con la legalización de una publicidad políticamente activa -juzga Habermas- se desprende la prensa raciocinante de la carga de la opinión; está ahora en condiciones de remover su posición polémica y atender a las expectativas de una empresa comercial corriente».⁽⁴⁾ Esa hoja que se financia exteriormente a su éxito público, (no depende de la bondad de su circulación, ni del precio de venta -inexistente-, ni de sus avisos comerciales), está fuertemente determinada por la posibilidad de circulación pública frente a la censura del aparato estatal. Un aparato en violenta transformación y en incesante cambio de manos de una fracción, o ala de fracción, a otra. Si el modelo revolucionario jacobino que seduce a Lenin, pero también a Trotsky en sus paralelizaciones comparativas de las

dos revoluciones,⁽⁵⁾ como símil de los revolucionarios del Octubre Ruso posee un punto de verosimilitud, el mismo debe reconocerse en esa prensa que es, en París de 1789 o en Petrogrado de 1917, «el gran organizador colectivo». (La radio se comienza a establecer mundialmente luego de la finalización de la Segunda Guerra Mundial).

Ello es más importante que el juego de comparación metafórico que para Trotsky, el afebrado historiador en el exilio, transformó el ascenso de Stalin en el Termidor soviético.

Esa fascinación está asentada también en observaciones bien distantes de las preocupaciones del profeta desterrado. «La distribución geográfica del apoyo a los diversos partidos políticos -observa Hampson- debe más a la tradición y menos a la economía en Francia que en Inglaterra. Difícilmente puede ser una casualidad que los bastiones comunistas en el Centro y en el Sudeste (N.del A.: en los años setenta del siglo XX) -donde las industrias en gran escala son relativamente escasas- estén localizados parcialmente en aquellas regiones donde los clubes jacobinos y los ejércitos revolucionarios fueron particularmente numerosos en 1793».⁽⁶⁾ La acción política asentada en la organización del club-comité constituye así un fuerte antecedente del partido político occidental, tanto en su variante de masas, parlamentaria -mencheviki- como en la conspirativa, bolcheviki.

El fuerte desarrollo crítico de la escuela revisionista respecto de la Revolución Francesa y su paralelización con la soviética dista de cuestionar el momento fundacional de la idea-práctica partidaria. Para Furet «el fenómeno stalinista echó raíces en una tradición jacobina que estaba simplemente desplazada (se articula nuevamente, esta vez con el fenómeno soviético, la doble idea de un comienzo de la historia y de una nación-piloto) y que durante un largo período, que está lejos de clausurarse, la noción de desviación, ligada a un origen que se ha mantenido puro, permitió salvar el valor supremo de la idea de Revolución».⁽⁷⁾

Esta fuerte embestida contra una tradición de la izquierda francesa que ha sobrevivido hasta mediados de los '70, está lejos de poner fuera de circulación la vinculación del origen partidario en el club

Notas

⁽¹⁾ Hobsbawm, E.J., *La era de la revolución (1798-1848)*, Labor Universitaria, Monografías, Barcelona, 1991, pág. 63.

⁽²⁾ Hampson, Norman, *Historia social de la Revolución Francesa*, Ed. Alianza Universidad, Madrid, 1974, pág. 187.

⁽³⁾ *Ibíd.*, pág. 63.

⁽⁴⁾ Habermas, Jürgen, *Historia y crítica de la opinión pública*, Ed. GG Mass Media, México, 1986, pág. 212.

⁽⁵⁾ Trotsky, León, *Historia de la Revolución Rusa (Tomo I)*, Ed. Tilcara, Buenos Aires, 1962, págs. 199 y 128.

⁽⁶⁾ Hampson, op.cit., pág. 277.

⁽⁷⁾ Furet, Francois, *Pensar la Revolución Francesa*, Ed. Petrel, S.A., Barcelona, abril 1980, pág. 23.

político revolucionario francés. La ideología masónica, la más general en 1789,⁽⁸⁾ y su sistema de producción en la obligada sociedad secreta, alimenta a la mayoría de las fracciones. El club político en sus sesiones abiertas organiza y genera las bases del establecimiento de la opinión pública. «En el París de 1789, cada político un poco importante tiene su club; cada dos, su periódico; 450 clubes y cerca de 200 periódicos se constituyeron entre febrero y marzo».⁽⁹⁾

Esos periódicos constituyeron la mayor vía de expansión popular de los escritores franceses que ya se había desarrollado intensamente en el siglo XVIII. Esos escritores «no proporcionaron solamente sus ideas al pueblo que la hizo (a la Revolución); le comunicaron -escribió Tocqueville- también su temperamento y su humor. Sometida durante tanto tiempo a su disciplina, careciendo de cualesquiera otros conductores, en medio de la profunda ignorancia de la práctica en que se vivía, toda la nación, al leerlos, acabó por contraer los instintos, los rasgos espirituales, los gustos y hasta los defectos naturales de los que escriben; de tal suerte que, cuando por fin tuvo que actuar, transportó a la política todos los hábitos de la literatura».⁽¹⁰⁾

Casi todo partido occidental, revolucionario o no, bolcheviki o mencheviki, -con excepción de los británicos- debe gran parte de su modelo a esta fiebre pedagógica de discusión -lectura-discusión-acción que se gesta en el aula del club político de la Revolución Francesa. Salón intelectual popularizado, curso de educación popular volcado a la práctica inmediata generó tanto la posibilidad de imitación del modelo conspirativo profesional para la revolución proletaria, como la organización amplia para la lucha legal y parlamentaria con objetivos reformistas del sistema liberal.

II- El embrión partidario frente al modelo cesarista de Luis Napoleón Bonaparte

El breve pero dinámico proceso enmarcado entre la Revolución del '48 y el golpe de estado de Luis Napoleón Bonaparte exhibe el desarrollo gelatinoso de los partidos políticos excitados en el juego parlamentario pero constreñidos aún en los marcos de la

prohibición de las asociaciones que retorna recurrentemente. En su clásico texto sobre el período mencionado,⁽¹¹⁾ Carlos Marx apuntó en una definición perdurable que «la tradición de todas las generaciones muertas oprime como una pesadilla el cerebro de los vivos». De allí, que Marx observe que en las épocas revolucionarias los protagonistas políticos suelen convocar en su auxilio a «los espíritus del pasado». Así «Lutero, se disfrazó de apóstol Pablo, la revolución de 1789-1814 se vistió alternativamente con el ropaje de la República Romana y del Imperio Romano (...) Es como el principiante que al aprender un idioma nuevo lo traduce mentalmente a su idioma nativo, pero sólo se asimila el espíritu del nuevo idioma y sólo es capaz de expresarse libremente en él cuando se mueve dentro de él sin reminiscencias y olvida su lengua natal».⁽¹²⁾

¿Pero cuál pudo ser la referencia en el pasado que tomaron los hombres del '48 para estimular el nacimiento de un instrumento nuevo -el partido político- en un contexto de ensayo de nuevas formas de representación, de ensanche de la proposición democrática- burguesa?

Ni Marx ni críticos de Marx acerca de su interpretación del '48 lo indican. Quizás porque esta forma nueva carecía de antecedentes que pudieran fácilmente ser identificados en una representación colectiva; el partido político aparece, en esbozo, como una institución insinuada, evanescente que parece irse constituyendo alrededor de los órganos periodísticos que simpatizan con aquella. El 25 de febrero de 1848 una República es proclamada; para algunos constituye «una república transitoria en espera de la restauración monárquica». Sin embargo, frente a estos republicanos de compromiso están los republicanos de ayer, la «auténtica». Pero la referencia histórica de estos no puede indicarse en la historia de Grecia clásica o de Roma, ni siquiera tampoco el conocimiento de la moderna república burguesa de los Estados Unidos. Para los entusiastas, los auténticos, pensar la República en 1848 es «pensar en la Revolución Francesa».⁽¹³⁾

El avance de la idea republicana tuvo que luchar en la memoria colectiva con fuertes inconvenientes. La Revolución Francesa en su etapa histórica más

⁽⁸⁾Hobsbawm, op.cit., pág. 59.

⁽⁹⁾ Habermas, Jurgén, op.cit., pág. 211.

⁽¹⁰⁾ Tocqueville, Alexis de, *El Antiguo Régimen y la Revolución*, Ed. Guadarrama, Madrid, 1969, pág. 195.

⁽¹¹⁾ Marx, Carlos, "El dieciocho Brumario de Luis Bonaparte", en *Obras Escogidas*, Tomo I, Ed. Progreso, Moscú, 1980, págs. 408-498.

⁽¹²⁾ Marx, Carlos, op.cit., págs. 408-409.

⁽¹³⁾ Agulhon, Maurice, *1848 El aprendizaje de la República*, editado por Secretaría de Publicaciones del CEFYL-UBA, 1995, tomado de AGULHON, Maurice, *1848 ou l'apprentissage de la République*, Paris, Editions du Seuil, 1973, en traducción de Marcela Nari y Luciano de Privitello.

fuerte -de1791 a 1794- afirma el credo republicano en el gobierno de la guillotina, los controles económicos, el radicalismo del Terror. Desde 1814 a 1848 no había sido tan sencillo rescatar la idea de que la profundización de la Revolución en 1793 hubiera sido condición necesaria para salvar aquellas conquistas mínimas que hubieran podido cobijarse bajo un manto monárquico en condiciones normales. Según Agulhon los valores jacobinos en 1815 no gozaban de popularidad. Por ello, frente al difícil esfuerzo de reconstrucción de aquellos, el deber ser que Marx propone parece exagerado: «La revolución social del siglo XIX no puede sacar su poesía del pasado, sino solamente del porvenir. No puede comenzar su propia tarea antes de despojarse de toda veneración supersticiosa por el pasado. Las anteriores revoluciones necesitaban remontarse a los recuerdos de la historia universal para aturdirse acerca de su propio contenido. La revolución del siglo XIX debe dejar que los muertos entierren a sus muertos, para cobrar conciencia de su propio contenido».⁽¹⁴⁾

Lo que podría denominarse partido republicano «se componía esencialmente del conjunto, disperso y sin lazos, de sus familias (de los jacobinos, N. de JLB) es decir, de sus ancianos y de sus descendientes».⁽¹⁵⁾

No existe un detalle crítico de la ruta de sobrevivencia y expansión de la idea republicana principista. Pero las hipótesis conducen, más allá de los rastreos personales o familiares a la contribución de las logias masónicas, las sociedades secretas o los «simples círculos». De alguna manera parecen estas asociaciones constituirse en esbozos de mapas para entender la constitución de ese y otros partidos en la nueva Revolución.⁽¹⁶⁾

Casi contemporáneamente, era un conde francés no precisamente pro-jacobino quien iba a brindar conocimiento a sus compatriotas acerca de la asociación política en los Estados Unidos. Alexis de Tocqueville pudo comprobar que «independientemente de las asociaciones permanentes creadas por la ley bajo el nombre de comunas, ciudades y condados, hay una gran cantidad de otras más que no deben su existencia y su desarrollo sino a las voluntades individuales». Tocqueville juzga que en los Estados Unidos ese derecho de asociarse casi se confundía

de con la libertad de escribir pero concluye que «la asociación posee más poder que la prensa».

Luego escribe que el segundo grado en el ejercicio del derecho de asociación es el de reunirse y que «los partidarios de una misma opinión pueden reunirse en colegios electorales y nombrar mandatarios para ir a representarlos a una asamblea electoral.

Este es, propiamente hablando, el sistema representativo aplicado a un partido».⁽¹⁷⁾

Pero este desarrollo norteamericano constituía un proceso constante y ascendente desde la Revolución de 1776. En Francia, en cambio, el interruptus reaccionario de 1815, (con la derrota de Napoleón en Waterloo y la realización del Congreso de Viena) más allá de la rectificación que supuso la entronización del rey burgués en 1830, fue una de las rupturas y retrocesos frecuentes en la historia de Francia desde 1789 en la intrincada construcción de un régimen político estable de base democrática.

Agulhon identifica un «confuso ascenso de las masas hacia la cultura»,⁽¹⁸⁾ curso éste en el que combinan la difusión de la lectura de periódicos en los cafés tanto como los primeros efectos de la ley Guizot sobre instrucción primaria y el desarrollo del movimiento romántico y socialista del entorno de Michelet, George Sand o Pierre Leroux.

Por otra parte, el clima de época conduce lentamente a la modificación del régimen político. La clase dirigente conoce geográficamente el país, descubre el folklore. Este movimiento empuja al romanticismo cultural y es empujado por él. La estrecha idea de Francia sostenida por muchos burgueses cede paso a una visión más amplia del país que empuja a una mayor confianza acerca de su porvenir. El entusiasmo concreto por Francia y sus posibilidades económicas conspira contra el mantenimiento de un régimen electoral oligárquico. Todo ello presiona hacia la Revolución del '48, en un sordo enfrentamiento también contra la ilegalidad (art. 291 del Código Penal) de las asociaciones. El partido republicano del '48 agrupaba de manera ocasional y circunstancial a los partidarios de la República. La organización estable, la disciplina y concertada estaban enfrentadas a una ética de la política que exaltaba el compromiso y la disposición individuales.

⁽¹⁴⁾ Agulhon, op.cit., pág. 3.

⁽¹⁵⁾ Marx, op.cit., págs. 410-411.

⁽¹⁶⁾ Agulhon, op.cit., pág. 3.

⁽¹⁷⁾ Tocqueville, Alexis de, *La democracia en América*, Ed. Fondo de Cultura Económica, Sección de Obras de Política y Derecho, México, 7a. edición-2da. reimpresión, 1994, pág. 207.

⁽¹⁸⁾ Agulhon, op.cit., pág. 8.

En ese contexto, el liderazgo individual como el de Alexandre-Auguste Ledru-Rollin, prototipo de republicano, pasaba entre otras condiciones por el sostenimiento vigoroso de la prensa adicta a este ideario. Pues «a lo largo del XIX, las salas de redacción de los periódicos, lugar permanente de encuentro, discusión y, a veces, acuerdos -como ya se vio en 1830- fue lo que más se parecería a las oficinas, comités o estados mayores de los partidos del siglo XX».⁽¹⁹⁾

«*El Nacional*» y «*La Reforma*», los dos periódicos republicanos, uno moderado y el otro radical, organizaban el campo respectivo. (El primero, según Marx «era puramente republicano exigía que el dominio de la burguesía adoptase formas republicanas en vez de monárquicas, y exigía sobre todo su parte de león en este dominio».)⁽²⁰⁾ El desarrollo de las asociaciones continuó paralelo y entrelazado, en ocasiones, al de los periódicos. La persecución a las asociaciones es fuerte en París como en provincias y allí se trata, muchas veces sin éxito de relanzar las hojas locales. Al lado de la asociación revolucionaria en decadencia, estaba la franc-masonería que brindó cierto refugio para cobijar las ideas republicanas. En un desarrollo de otra perspectiva, la del espacio público, se utilizaba el marco de los círculos, un escenario polimórfico donde al desarrollo de la amistad seguía la lectura y el comentario de los periódicos, momento de desarrollo de la discusión política o de tono social.

La prensa se convertía así en una fuerte aproximación a la idea de partido político en el siglo XX. La definición de Lenin del periódico del partido revolucionario bolchevique como «el gran organizador colectivo» está prefigurada en este papel de la prensa republicana. Los grandes redactores asumieron un papel de gran prestigio ante el público y, por otra parte, también los promotores de suscripciones de los periódicos se convirtieron en quienes anudaban lazos partidarios informales. Muchas veces éstos eran obreros despedidos por su militancia que conseguían un trabajo de promoción del medio. Sus viajes los ponían en contacto con el público ante el cual desarrollaban su conocimiento de la situación parisina y política en general.

Junto a esta articulación entre periodismo y vida

partidaria progresiva, marchaban paralela y entrelazadamente procesos como la producción de la *Revue Independant* de George Sand y Pierre Leroux donde se conjugaban el liberalismo de Michelet y el socialismo de Louis Blanc. Esta publicación desarrolló una vasta influencia. En tanto, la prensa periódica reveló ya el desarrollo de las nuevas corrientes radicalizadas. Al lado de *La República* aparecían órganos socialistas o comunistas como *La Democracia Pacífica* de Víctor Considerant ó *El Popular de Cabet*. Solitariamente, *L'Atelier de Buchez*, un verdadero medio obrero, hasta por sus redactores, trata de reunir República y Socialismo. El tema de la extensión de la libertad de prensa estuvo presente en toda la escena del establecimiento del bonapartismo. Un aspecto que Marx subraya al indicar la dureza de la ley de prensa que acompañó a la legislación electoral reaccionaria del 31 de mayo de 1850. Por aquella norma, aprobada en julio de ese mismo año por la Asamblea Legislativa se aumentó considerablemente la suma que los editores de periódicos debían depositar y se introdujo el impuesto al timbre que se extendió hasta los folletos. En ese marco, «las condenas a multas exorbitantes y a desvergonzadas penas de cárcel con que los jurados burgueses castigaban todo ataque de los periodistas burgueses contra los apetitos usurpadores de Bonaparte, todo intento por parte de la prensa de defender los derechos políticos de la burguesía contra el poder ejecutivo causaban el asombro no sólo de Francia, sino de toda Europa».⁽²¹⁾ Una observación importante pero finalmente poco sopesada; esa autonomía relativa y contradictoria en la condena de los burgueses a su prensa, ¿no contenía el reconocimiento implícito de una autonomía relativa en el marco de lo político del derecho a la libertad de prensa?

III- La Organización de las formas proto-partidarias en la Italia rural y en la España del siglo XIX

En situaciones sociales atrasadas el partido aparece creado desde el poder central y la organización de la moderna forma de mediación de la representación es montada a partir de organizaciones tradicionales.

¿Cómo se gesta así la moderna forma partidaria occidental del siglo XX? Las experiencias española e

⁽¹⁹⁾ Agulhon, op.cit., pág. 13.

⁽²⁰⁾ Marx, op.cit., pág. 418.

⁽²¹⁾ Marx, op.cit., pág. 476.

italiana en la segunda mitad del siglo XIX presentan estimulantes experiencias acerca de esta constitución y ofrecen sus materiales y, sobre todo, sus rutas de interpretación en una complejidad apartada de lo aparentemente evidente.

En el caso español, la segunda mitad del XIX está atravesada por ese largo episodio de reconstrucción y mediación política que fue nombrado como La Restauración, esto es, un recorrido cronológico entre el 30 de diciembre de 1874 (fin de la Primera República) y el 13 de diciembre de 1923, fecha del cuartelazo del general Primo de Rivera. El regreso de los Borbones al trono se monta como una compleja operación política pilotada por Cánovas del Castillo, el líder del partido liberal-conservador. Porque el momento político español incluía entre sus datos más preocupantes «la guerra carlista así como la guerra independentista cubana (que) consumirían progresivamente energías y potencial beligerante de la coalición liberal-conservadora».⁽²²⁾

Es decir, que por una parte el edificio político del Reino se encontraba enfrentado a la irresuelta cuestión carlista con su tradicionalismo legitimista reaccionario movilizadado como guerra civil con fuerte apoyo de la Iglesia y, por la otra, presionado por el continuado derrumbe de los restos del Imperio, causado notoriamente por la lucha independentista cubana que iba a cerrarse, provisoriamente, con la Paz del Zanjón que pondría punto final a la Guerra Grande. Surgió entonces un proyecto mucho más realista para construir un sistema político destinado a preservar la unidad nacional y construir las bases de un sistema político estable.

Por ello, el pilar básico del programa construido en el Pacto de El Pardo (entre conservadores y liberales, liderado por Cánovas y Sagasta) consistió en privilegiar la estabilidad, a partir del turno, un proyecto de redistribución del poder adelantado a los pactos que bien entrado el siglo XX tratarían de resolver también problemas sistémicos en Colombia y Venezuela a finales de la década del '50 (liberales y conservadores, en el primer caso; copeyanos y adecos en el segundo).

La redistribución fue realista, no todos ganaron: «las partes extremas del partidismo político del momen-

to, fundamentalmente, republicanos y carlistas, que gozaban por diversas causas de numerosos apoyos en sectores populares y zonas regionales características, fueron excluidos del juego político ortodoxo».⁽²³⁾ Pero algunos de sus representantes estaban presentes en el Congreso de los Diputados, amén del Senado, para incluir al menos los bordes de los que cuestionaban el sistema.

La Restauración se basó, para estructurar el sistema político, en el caciquismo, pero éste se constituyó en un sistema estable y no-violento. Para la compleja organización del sistema implicó «el abandono del viejo principio Progresista de la soberanía nacional en favor del reconocimiento del papel de la Corona como árbitro del poder».⁽²⁴⁾

El renunciamiento de Isabel II a sus derechos dinásticos y el envío del príncipe de Asturias a realizar su formación militar en la academia militar de Sandhurst (Inglaterra), formaron parte de una operación política que procuró mellar las componentes ultra-reaccionarias en la formación del futuro monarca. Por otra parte, en la formación como militar de éste se orientó a construir el rol del Rey-Soldado, como comandante en jefe del Ejército y la Armada, punto clave para soldar la verticalidad castrense a la corona y reducir las posibilidades de pronunciamientos. (De algún modo, el mecanismo anticipó el plan ejecutado con otro Borbón, el nieto de este Alfonso XIII -Juan Carlos I- para restaurar una monarquía democrática sometiendo al comando directo de la Corona a un ejército conservador).

Un esfuerzo sistemático del estudio de Varela Ortega se dirige a tomar distancia de la concepción que identificaría directamente en la política económica de la época las querellas entre libre-cambistas y proteccionistas con las líneas políticas de liberales y conservadores, respectivamente. Aunque Varela Ortega reconoce el peso del librecambismo en el ala izquierda liberal y del proteccionismo en el partido conservador, distingue los debates económicos de las operaciones políticas. El sostenimiento del sistema de estabilidad caciquil no fue atravesado centralmente por la disputa entre libre-cambismo y proteccionismo, dado que ambos partidos utilizaron con real politik esos instrumentos para, de manera casi

⁽²²⁾ Martínez Cuadrado, Miguel, *La burguesía conservadora*, Ed. Alianza Universidad, Historia de España Alfaguara VI, Madrid, 1973, págs. 9-10.

⁽²³⁾ Martínez Cuadrado, op.cit., pág.16.

⁽²⁴⁾ Varela Ortega, José, *Los amigos políticos (Partidos, elecciones y caciquismo en la Restauración (1875-1900))*, Ed. Alianza Editorial, Alianza Universidad.

conjunta, conducir el mercado español a un progresivo cierre y defensa tanto de la producción industrial de Cataluña y el País Vasco, como de la agricultura triguera de Castilla. «El cerrado proteccionismo a que se llegó no fue tanto el resultado de un pacto explícito entre los tres clásicos bloques, grandes y poderosos (textiles, naviero-metalúrgicos y trigueros) cuanto la coincidencia discontinua de intereses individuales -y con frecuencia contradictorios- en una suerte de proteccionismo integral».⁽²⁵⁾

La sociedad española de la Restauración constituyó una sociedad burguesa, en la que se liquidaron privilegios locales, aunque fue rural, burocrática y subdesarrollada en relación a los centros más adelantados de la Europa Atlántica. Uno de los problemas políticos de esta situación lo constituyó la posibilidad de que la izquierda liberal hiciera bloque único con los republicanos y tumbara a la Monarquía y el sistema de estabilidad y turno para los dos bloques del sistema partidario. Y por ello, para la conducción de Sagasta «la palabra Conciliación era su divisa y es la palabra que con más frecuencia aparece en la prensa Liberal de los últimos años ochenta».⁽²⁶⁾ Construir esa conciliación tenía un fuerte centro en Madrid: la Secretaría de la Gobernación. Con la utilización de un fuerte poder centralista, el ministerio político realizaba la obra de arquitectura política. A partir de la relación de patronazgo, formalizada en la voz cacique de importación americana (de larga duración porque se mantiene en la vida política mexicana actual) se liquida en forma práctica el principio de igualdad ante la ley. El diputado trabaja más en el Ministerio que en la Cámara, más allá de los retóricos jefes de partido, para lograr de manera concreta la satisfacción de las demandas de los votantes o servidores políticos.

Esta compleja vinculación entre el cacique local y los jefes de partido nacionales, está mediada por la Gobernación y, en última instancia, en los grandes giros políticos, por la Corona.

El voto robado, el voto cantado definía el proceso electoral. «El caciquismo es patronazgo; y éste, una forma de relaciones personales que cortaba a través de colectividades, fueran clases o cualquier otra forma de organización social».⁽²⁷⁾

Tampoco el poder económico tenía capacidad para influir en el sistema político, porque el poder no dependía de votos y la injerencia gubernamental era muy alta.

El «pucherazo», volcar las urnas, utilizar nombres de electores ficticios para resolver el problema de la falta de simpatizantes se convirtieron en temas comunes. Pero siempre bajo el control del intercambio de partidos en el gobierno. «La desmovilización política fue característica del período y la abstención masiva, regla electoral».⁽²⁸⁾

En Italia, la organización del sistema político a partir de la monarquía piemontesa con Vittorio Emanuele a la cabeza de la casa real y el conde Cavour como jefe de filas del partido liberal, también registró esa compleja construcción del nuevo orden político. Un centro que enfrenta a los poderes municipalistas que se resisten en el marco de una cultura nobiliar a transparentar los marcos políticos electorales. Claro que, a partir de 1870, la amenaza ultra-montana será conjurada con la victoria del reino sardo en contra del poder del Vaticano. Pero el problema era que la vida partidaria era de escasísimo desarrollo. Según Cavour, había que «combatir el municipalismo y antes bien alentar los procesos de unificación en los distritos; trabajar en principios análogos a los que estaban en vigencia en los países del continente europeo que son nuestros mayores en la carrera de las instituciones libres: la elección en un solo grado, directa, confiada a electores empadronados».⁽²⁹⁾

También como en el caso español, en Italia la intervención del centro era poderosa. La escena de Il Gatopardo en la que el conde de Lampedusa es convocado a representar el distrito de su región y su inmediata declinación en favor del burgués con cuya hija su sobrino se casa, enlazando nobiliaridad y fortuna, es una circunstancia típica de ese transformismo que va constituyendo rudimentariamente un sistema político-partidario.

En el caso italiano, los conflictos del sistema incluyen tanto el choque directo del Estado y el municipalismo, como luchas que pueden ser definidas como enfrentamiento entre centro y periferia.

Con un alto grado de oportunidad en el borde de la legitimidad «el sistema italiano adoptando leyes fran-

(25) *Ibidem*, pág. 204.

(26) *Ibidem*, pág. 283.

(27) *Ibidem*, pág. 366.

(28) *Ibidem*, pág. 420.

(29) Romanelli, Raffaele, *Le regole del gioco. Note sull'impianto dello sistema elettorale in Italia (1848-1895)*, Quaderni Storici, No. 69, anno XXIII, fascicolo 3, diciembre 1983. (Traducción realizada en el seminario).

cesas uniformes lo resolvería todo en el entrelazamiento de reglas formales y reglas pragmáticas que fue construyéndose poco a poco con sabiduría y gradualismo, en el diálogo entre el poder central, autoridades administrativas y las formas más diversas con las que de hecho se ejercitaba el poder en la sociedad de la época».⁽³⁰⁾

En esa constitución de las reglas se conjugan elementos como el del lento conocimiento del país y la ruptura de los localismos exacerbados: el viaje a una comarca vecina para votar en un colegio electoral unificado podía ser considerada un camino cultural hacia la política, en el proceso de constitución del Estado-Nación.

Por cierto, que la inclusión o exclusión de los analfabetos se convertía en un episodio de importancia capital para la limpieza del acto electoral y de la discriminación en el sistema político. El brutal manipuleo de la condición analfabeta se articula con las diversas formas de verticalización del voto, por ejemplo, a partir del manejo de los empleados públicos. Nada que no pudiera ser registrado en el régimen falaz y descreído de la República Conservadora argentina.

De allí también la lucha del poder parlamentario y central para lograr que la conformación de la lista de empadronamiento sea expropiada a los cuerpos electivos locales.

Este tema se vincula con la matriz histórico-social de Italia y también con el modelo electoral adoptado en consonancia. Es fuerte la tentación comparatista, la utilización de normas y prácticas surgidas del sistema político francés (donde el gobierno construye en cada colegio electoral su propia candidatura) y el inglés, donde los partidos funcionan con autonomía frente a la neutralidad del poder.

De allí entonces que la intervención política central podía tener los ribetes más notorios de la corrupción: engañar analfabetos, regalar comida y licor, pagar traslados entre ciudades de electores, hacer la escritura de la boleta a los analfabetos.

El tema de la limpieza y mejora del sistema político encuentra una sorprendente contribución que surge de la acción del partido moderado (conservador) y por cierto católico.

En tanto se reitera en los informes ministeriales y las discusiones la obsesión por la presión indebida del clero sobre los electores («la Cámara reconoce que el uso de los medios espirituales por parte del clero, además de influir en las elecciones constituye una violencia moral».⁽³¹⁾

Aparece entonces desde el gobierno la necesidad de terminar con la práctica de los enredos en los comicios. Cuando surgen datos de los documentos que expresan la posición moderada-católica «lo que más impacta al examinar el material es el carácter centralizado de la organización conservadora, los instrumentos totalmente legales, en nada distintos de los utilizados por los gobernantes, y la inconsistencia de los enredos denunciados, pese a la atenta vigilancia realizada».⁽³²⁾

La acción de los conservadores constituye un auténtico trabajo de partido, aparentemente mejor desarrollado que la de sus adversarios liberales, protagonistas supuestos de la modernización política italiana. Las trampas e intrigas clericales, en realidad, se dirigían a cumplir las normas de un auténtico comicio para asegurar la limpia emisión del voto del mismo modo que planteaba una férrea convocatoria ideológica a sus simpatizantes para ganar las elecciones o, al menos, bloquear el acceso de los adversarios, calificados como favorecedores del incremento de impuestos o, simplemente, como protestantes.

La fineza política del jefe de gobierno de la Corona, el conde de Cavour, observaba el desarrollo de ese fenómeno y lo estimulaba: «Haciendo uso reiterada y ampliamente de los derechos que la Constitución le da, llevando a sus labios, la taza de la libertad, el clero irá poco a poco encariñándose con esas instituciones y esa libertad (...) podrá dejar de constituir un partido absoluto y se basará en los otros partidos en los cuales la sociedad debe necesariamente dividirse».⁽³³⁾

Esta mirada larga de Cavour podría dar cuenta de los antecedentes que fueron apoyando la organización, posterior a la Primera Guerra Mundial del Partido Popolare, esa creación del sacerdote Don Sturzo, pensada como organización democrática, abortada entre la pinza del fascismo y el oportunismo del Papado en los Tratados de Letrán en 1929. Pero re-

⁽³⁰⁾ *Ibídem*, pág. 9.

⁽³¹⁾ *Ibídem*, pág. 24.

⁽³²⁾ *Ibídem*, pág. 25.

⁽³³⁾ *Ibídem*, pág. 26.

surrecta como Democracia Cristiana en la Primera República italiana.

Como en el caso español «la relación entre el sistema de normas, el poder de los aparatos y las formas organizativas específicas que la sociedad elaboraba en esas décadas -y que poco a poco iban poniendo en el primer plano facciones y partidos, grupos de interés y clientelas- no tenía nada de lineal».⁽³⁴⁾

IV- La Política moderna y su vinculación con la educación pública

El problema de la relación entre educación y sufragio universal en la Francia del siglo XIX constituye un enigma que desvela a ideólogos y políticos. El enigma para algunos republicanos es ¿cómo civilizar y educar a esa masa -sobre todo campesina- que parece carecer de las mínimas capacidades para la vida republicana? Existen, sin embargo, otros políticos que tienen mayor fe en la fuerza de lo republicano, como Louis Blanc quien afirma que «el sufragio universal es como el Arco del Triunfo por el cual pasarán uno a uno todos los principios salvadores».⁽³⁵⁾

Es para los comicios de 1863 que Jules Ferry instala el argumento de la irreversibilidad del sufragio universal. Pero los problemas de los republicanos continúan instalándose de manera casi interna y muy contradictoria. En primer lugar está el planteo de si la República constituye una institución irreversible. Es la pregunta que se plantean en diversas circunstancias constitucionales los republicanos más ardientes. Los más severos en esta causa llegan a afirmar, en síntesis, que la peor de las repúblicas es más soportable que la mejor de las monarquías. Esto es que, como posteriormente los revolucionarios socialistas, no están dispuestos a jugar la suerte de la institución a la volubilidad de un electorado imprevisible. Por donde la república es colocada por encima de la democracia, un argumento escuchado hasta la saciedad en muchas latitudes pero, sobre todo, en las argentinas para justificar los golpes militares del siglo XX.

El segundo problema es el del sufragio universal, institución de la que desconfían muchos republicanos. La cruzada ideológica contra esta alternativa universalista es encabezada por los positivistas. Para

Augusto Comte las ideas de 1789 eran puramente «metafísicas». Su discípulo Sémerie, simpatizante de la Comuna y laico intransigente, denuncia en 1872 a Jules Ferry y sus amigos republicanos del gobierno. En el folleto de lanzamiento de la revista *La política positiva* condena «la absurda teoría de la soberanía popular, según la cuál un voto vale por otro, sin distinción de inteligencia, moralidad o de civismo (..) Es por su deplorable apego a la metafísica de Rousseau que la Francia revolucionaria y su vanguardia republicana investida de la iniciativa regeneradora, marca el paso en el lodo desde hace ochenta y tres años (..) Se convoca hasta en el fondo de los pueblos más atrasados a los campesinos más rudos y entonces los hombres que han desbancado al Imperio se ponen de rodillas frente a aquellos que los han apoyado, los republicanos frente a los bonapartistas. Llamamos a esto en sus devociones, posternarse frente a la majestad del pueblo».⁽³⁶⁾

Pero los republicanos, como se mencionó más arriba, fluctúan en su consideración respecto del sufragio universal en relación a la República. En la década de 1870 se enuncian dos iniciativas aparentemente contradictorias dentro del campo republicano: el sufragio universal identificado con la República y por el otro esta institución colocada por encima de aquél instrumento electoral. Ferry afirma en una célebre proposición constitucional que «la forma republicana de gobierno no puede ser objeto de una proposición de revisión». La asimilación del sufragio a la República coloca a éste como principio último de legitimación, no como procedimiento electoral o de gobierno; porque la oposición monarquía-república no habla de un problema constitucional: constituye una dimensión filosófica, puesto que la república es una anti-monarquía radical.⁽³⁷⁾

El sufragio universal tiene entonces un límite: el horizonte de la República.

Para legitimar el distanciamiento de la verdad doctrinaria de los comportamientos efectivos del pueblo surgen las teorías justificadoras. Cuántas veces se esgrimirán en ese siglo y en el siguiente para consolar acerca de derrotas comiciales. El tema, planteado por George Sand, alude a la juventud, la falta de prudencia y habilidad del nuevo soberano: el niño-rey, que cree «en el recién llegado».

⁽³⁴⁾ *Ibíd.*, pág. 31.

⁽³⁵⁾ Rosenvallon, Pierre, *Le sacré du citoyen. Histoire du suffrage universel en France*, Ed. Gallimard, París, 1993. (Traducción efectuada en el seminario del Cap.V (tercera parte), La educación de la democracia, pág.1).

⁽³⁶⁾ *Ibíd.*, pág. 2.

⁽³⁷⁾ *Ibíd.*, pág. 3.

Para la naciente izquierda, esta desconfianza republicana es también un elemento en común, aunque sus objetivos fueran otros. Nada menos que Blanqui y Cabet cuestionan en 1848 la realización de las elecciones y demandan su postergación. ¿Razones? «El pueblo no sabe, debe saber (...) Las elecciones si se realizan serán reaccionarias (...) Dejad que el país nazca a la República; a esta hora, está aún aprisionado en el asfixiante envoltorio de la monarquía».

Y ese soberano-niño es sobre todo campesino. Ese campesino que soportó con sus votos el acceso de Luis Napoleón al poder es enfrentado al ciudadano culto de la ciudad. «Los republicanos empleaban las mismas expresiones que Taine o Renan para hablar de las masas rurales (...) Algunos de ellos retomaban incluso palabras habitualmente utilizadas por la derecha para decir que las voces debían pesarse y no contarse mecánicamente».⁽³⁸⁾

Este desprecio dura hasta que el voto campesino solidifica a la República después de haber sustentado al Imperio.

¿Cómo enfrentar estas oscilaciones crueles que ponen en juego en cada comicio el fundamento del sistema? Por la educación que guiará al pueblo en la república para que la democracia universal confirme aquello que debe confirmar. Comienza entonces en el último cuarto de siglo la febril carrera para vincular educación y democracia. Si hay «derecho al sufragio» deberá coexistir obligatoriamente con el «deber de la instrucción». («Hay que educar al soberano» podrá repetir Sarmiento atravesado por preocupaciones similares sobre los mismos problemas a 10 mil kilómetros de distancia de los debates parisinos, pero bien cerca de peligros comunes).

En la década del '80 se está en la búsqueda de un espíritu nacional que sea modelado por la educación. Edgar Quinet subrayó que la República y la democracia no podían durar a menos que crearan el equivalente de una religión nacional.⁽³⁹⁾ Y reducir así la influencia de la Iglesia.

La opinión republicana de 1880 se reconoce y entronca en la visión revolucionaria de Condorcet en 1793 cuando éste escribe que «no puede haber igualdad si todos no pueden adquirir ideas justas sobre los objetos cuyo conocimiento es necesario para

la conducta de sus vidas. La igualdad de la estupidez no es una igualdad, porque no existe entre los pícaros y los bobos, y porque toda sociedad que no es esclarecida por filósofos es engañada por charlatanes».⁽⁴⁰⁾

Condorcet espera de la instrucción que brinde un sentido verdadero al sufragio para todos: transformarse en la razón universal, realizando de éste modo el progreso del espíritu humano. Al lado de esta búsqueda educativa de la razón para el pueblo, los republicanos asientan su saber en Emmanuel Kant. El filósofo de Koenisberg llega a ser a quién se adosa la tradición republicana francesa para pensar la reconciliación entre cantidad y razón.

Nacen entonces los movimientos en pro de la educación del soberano. Las primeras organizaciones en pro de la educación popular se desarrollan para el crecimiento de la calidad del soberano y entre ellas destaca la Liga Francesa de la Enseñanza.

Afiliado a la masonería, Mace desarrolla una impresionante organización que en 1885 tiene adheridos a ella a un tercio de los diputados de la República y en 1870, en vísperas de la guerra con Prusia, contiene dieciocho mil adherentes. Y exalta una perspectiva casi religiosa del acto de votar.

Y los republicanos continúan con sus dudas acerca de cómo resolver el problema de la vinculación de cantidad y razón. ¿Hay que condicionar el derecho de votar al hecho de ser instruido, fijando un plazo de aplicación o, a la inversa, comenzar por declarar la instrucción obligatoria de tal manera que, en los hechos sea como se resuelva el problema? Los republicanos terminaron por decidir por la obligación escolar.⁽⁴¹⁾

El debate es largo y exhibe la perplejidad republicana. En 1881, el primer Congreso de la Liga Francesa de la Enseñanza opone a Mace contra Gambetta. El primero plantea que la condición necesaria del sufragio universal es la instrucción universal: «Cuando un pueblo ha dejado lo primero venir antes que el otro permanece en perdición hasta que le haya dado su complemento». La respuesta es de Gambetta y le plantea con firmeza: «al escucharlo me parecía que ibais a superar tal vez la medida legítima, porque el sufragio universal es un derecho antes de ser el ejer-

⁽³⁸⁾ *Ibídem*, pág. 6.

⁽³⁹⁾ *Ibídem*, pág. 8.

⁽⁴⁰⁾ *Ibídem*, pág. 9.

⁽⁴¹⁾ *Ibídem*, pág. 12.

cicio legal y regular de la razón culta (..) No habría que dejar decir un solo instante que su principio o su valor pueden depender del valor intelectual de un pueblo, porque ese estado intelectual nadie es capaz de medirlo». ⁽⁴²⁾

La instrucción pública pasa entonces a ser conciencia social. Diversas sociedades son fundadas para hacer encarnar en las costumbres las obligaciones que la ley demanda a la sociedad. Y al lado del ciudadano instruido se demanda la formación del soldado y del gimnasta. Crecen así las sociedades de tiro y de gimnasia que desarrollan la reserva militar de la nación.

El problema de la educación adquiere características complejas. No consiste solamente en la instrucción masiva del soberano sino en la empresa de crear la universidad francesa porque a principios de 1870 esta no existe realmente. Dotada de escuelas profesionales y de la Normal, la Universidad es responsabilizada -en última instancia- por la derrota de 1870 ante los germanos. El propósito que anima a republicanos y conservadores lúcidos es forjar una nueva clase política e intelectual. Surge una suerte de cientificismo republicano que se vincula con la tradición del difusionismo fisiócrata; la racionalización social constituirá un fenómeno que se desarrolla de arriba hacia abajo para modificar la sociedad, y atender a los nuevos problemas que se presentan con la masificación. A ese tema se enfrentan los nacientes sociólogos como Durkheim, Pareto, Tarde, Le Bon.

Se busca la «resolución orgánica» de la cuestión democrática lo que es difícil en Francia porque «el peso de la herencia revolucionaria permanece demasiado fuerte para eso y el universalismo abstracto funda aún en última instancia las representaciones dominantes de lo político y lo social». ⁽⁴³⁾

Surge entonces la imperiosa necesidad de organizar la sociedad de las capacidades, de la inteligencia, las nuevas elites. Se organiza una nueva jerarquía que no embista contra los principios y la tradición republicanas. Y de allí que surja el imperativo de que las nuevas elites sean instruidas; pero que esa instrucción no sea igual para todo el mundo. El peligro: que los formados con conocimientos abstractos, para los cuales no encontrarán espacio de desarrollo alguno,

se conviertan en los dirigentes canalizadores de las disconformidades de la sociedad.

Así lo ve Alfred Fouillé: «Las clases llamadas superiores tienen que ser dignas de ese nombre; el movimiento tiene que provenir de ellas y propagarse en el conjunto; movido y dirigido por ellas, el sufragio popular será útil por su inercia misma: igual que el volante de una máquina regulariza y multiplica la fuerza del motor». ⁽⁴⁴⁾

Más avanzado aún en esta progresión Charles Bigote afirma que «hay electores dirigidos, hay electores que dirigen; y todo el sufragio, aún directo, recae en un verdadero sufragio con dos niveles, en donde la muchedumbre no hace sino ratificar las elecciones hechas por un pequeño número». ⁽⁴⁵⁾ Y el que esto escribe no es un reaccionario. (Tendrá discípulos más allá del océano, cuando los conservadores-liberales argentinos organicen y dirijan el voto popular de una muchedumbre desorganizada hasta que arribe un nuevo organizador).

Entre tanto, será también el concurso público para muchos cargos públicos el generador de una nueva élite que quedará consagrada con la entrada en la lucha por el poder de las sucesivas oleadas de egresados de L'Ecole Nationale d' Administration (ENA).

En la izquierda los sentimientos oscilan y cambian. Los socialistas primero se oponen fuertemente al sufragio universal, luego lo aceptan como un medio de cambio y se convierten paulatinamente en sus partidarios radicales. Una célebre cita de Jules Guesde alude a la necesidad de «republicanizar la propiedad como el tercer estado, al menos en parte, ha republicanizado la sociedad». La propuesta de apropiación colectiva de los medios de producción ingresa en la tradición de los principios de 1789 y 1793, más que en los motivos de tipo económico como la reapropiación de la plusvalía o la liquidación del capitalismo. Continuamente los socialistas exaltan el mecanismo del sufragio como medio participativo y pedagógico y empujan el desarrollo del ciudadano-elector. Pero son los adversos resultados electorales los que vuelven a sembrar las dudas acerca de la permanencia de las ideas del adversario en el campo de los electores que deberían ser propios. Jules

⁽⁴²⁾ *Ibíd.*, pág. 13.

⁽⁴³⁾ *Ibíd.*, pág. 16.

⁽⁴⁴⁾ *Ibíd.*, pág. 17.

⁽⁴⁵⁾ *Ibíd.*, pág. 18.

Guesde y Jean Jaures disputan alrededor de los dos puntos de vista. De blanca paloma a tirano colectivo el ciudadano emergente de las masas cae, por lo menos en un sector de la izquierda, (ese nuevo comunismo que se abraza al Octubre ruso de 1917), en las redes de la alienación burguesa.

En Francia, pues la Revolución queda colocada por arriba del sufragio universal, tanto en las manos de la vieja izquierda como en la nueva. La Revolución de Mayo de 1968 marcará con fuerza esta tendencia en la última. Alan Krivine animador de las barricadas titulará un libro suyo (en 1969) *La farsa electoral* desencantado por la victoria comicial gaullista luego de la ilusión de la lucha de calles. Y será acompañado por Jean Paul Sartre que escribirá en *Le Temps Modernes* un artículo encabezado con la consigna «Elecciones, trampas para bobos». Será, entre otras cosas, la presión del compromiso histórico del comunismo italiano el que empujará al euro-comunismo que conduce en 1976 al Partido Comunista Francés, en su XXII Congreso. Allí la pétrea formación encabezada por Georges Marchais ablandará su estilo y reconocerá que la felicidad del pueblo no se puede hacer sin él y menos contra él. El sufragio universal se impone sobre cualquier otro horizonte ideológico y según Rosanvallon «fue necesario para ello que la idea de Revolución se borre definitivamente del horizonte de la cultura francesa».

V. La social democracia y el cartismo inglés, prácticas culturales y organización partidaria

El cartismo inglés y la social-democracia alemana constituyen dos movimientos políticos paradigmáticos en las referencias modernas de la constitución de partidos políticos obreros o de intención obrera. De alguna manera su modelo de constitución, o las ideas que interpretaron su estructuración han inspirado símiles y polémicas de alto nivel de compromiso y han definido líneas políticas por asimilación o repudio.

El cartismo inglés, cuyo modelo no fue tan internacionalizado como el de la social-democracia alemana, sufrió una fuerte incomprensión. «Desde el principio hubo una práctica unanimidad entre los observadores externos en considerar al cartismo no como

un movimiento político sino como un fenómeno social» y «ese movimiento independiente, a nivel nacional, de las ‘clases obreras’ que blandían lanzas en las concentraciones a la luz de las antorchas para defender sus ‘derechos’ era un acontecimiento sin precedentes, y cualquiera que fuera la forma oficial en que se identificara el cartismo los observadores contemporáneos no podían abstenerse de proyectar en él unos motivos y sentimientos más oscuros, inconfesables».⁽⁴⁶⁾

La interpretación clásica de Federico Engels (en La situación de la clase obrera en Inglaterra en 1844) plantea al cartismo como un movimiento de clase de un proletariado nacido de la gran industria y, por lo tanto, la relación entre esa gran industria, la conciencia de clase y el movimiento constituye una triada clásica. Engels rectificó otra perspectiva que identificaba a los cartistas como los grupos pre-industriales en decadencia frente a la moderna organización industrial. Pero esa interpretación social constituyó el enfoque predominante entre los contemporáneos.

Para Stedman Jones esta perspectiva olvida la forma política e ideológica específica en que dicho movimiento se manifiesta. Y de seguido señala que «la ideología del cartismo no puede ser concebida haciendo abstracción de su forma lingüística».⁽⁴⁷⁾

Y propone construir la relación entre las interpretaciones social y lingüística. Y eleva la consideración de un movimiento político a la convicción compartida por sus integrantes acerca de causas de los problemas y sus soluciones. Y así este movimiento luchó para defender el sufragio universal como la bandera más exaltada por sus partidarios. Se constituyó así como un movimiento nacional que articulaba las acciones de región o sector. La interpretación de Edward Thompson -elaborada en «The making of the english working class»- se elabora sobre la liberación del concepto de clase del condicionante reduccionista al desarrollo de las fuerzas productivas y, en cambio, relacionarlo más ampliamente con el desarrollo de un movimiento político que luchaba contra una fuerte represión.⁽⁴⁸⁾

Asentado sobre el lenguaje de los planteos radicales a partir de 1770 y plebeyizado y democratizado en los '90, el radicalismo se identificó con el «pue-

⁽⁴⁶⁾ Stedman Jones Gareth, *Lenguajes de clase. Estudios sobre la historia de la clase obrera inglesa (1832-1982)*, Ed. Siglo Veintiuno pág. 86.

⁽⁴⁷⁾ Op.,cit., pág. 90.

⁽⁴⁸⁾ Ibídem, pág. 96.

blo». En 1830, el «pueblo» pasó a ser considerado las «clases obreras». Diferenciado del malthusianismo y del socialismo de Owen «el programa del cartismo siguió siendo creíble mientras se pudo atribuir de modo convincente a causas políticas el desempleo, los bajos salarios, la inseguridad económica y otras calamidades materiales».⁽⁴⁹⁾

Hasta el ala izquierda del movimiento -como la Asociación Democrática de Londres- afirmaba que «las instituciones del país están en manos de los opresores porque los oprimidos no tienen voz en la elaboración de las leyes que rigen su destino: las masas están socialmente esclavizadas. Para poner fin al actual sistema caníbal debemos tener y tendremos el sufragio universal».⁽⁵⁰⁾

Al mismo tiempo, el cartismo enfrentaba lo que entendía como el papel aciago del comercio exterior en la economía inglesa y defendía la extensión del mercado interno como el método para no vivir con hambre en un país de abundancia.

Y al mismo tiempo, para el cartismo «el enemigo no eran los patronos como clase, sino los patronos tiránicos y despóticos en contraposición a sus colegas honorables».⁽⁵¹⁾

Interpretaciones progresivamente más complejas aludieron tanto al dominio de los capitalistas sobre el «antiguo tirano de la tierra» o más agudamente, como lo planteó William Thompson, que «la aristocracia feudal y la aristocracia de la riqueza se han fundido y los últimos admitidos en la nefasta coalición contra la felicidad de la gran mayoría de sus conciudadanos, son frecuentemente los enemigos más acendrados -como esclavos elegidos como conductores de esclavos en los distritos contaminados por la esclavitud- de las clases industriales, cuyas penalidades compartieron hasta hace poco».⁽⁵²⁾

A este juicio se agregó progresivamente a partir de los owenistas y cooperativistas, la convicción de que la miseria crecía al compás del avance de la competencia. Pero mientras los owenistas criticaban la competencia como un sistema general que extendía la opresión, los radicales y sindicalistas condenaban su exceso. Las convicciones cartistas a partir de Hodgskin entendían a la producción como un proceso natural y a la naturaleza como armoniosa, y la pobreza sur-

gía, en realidad, como resultado de la monopolización artificial de la propiedad gracias a las leyes. (El origen histórico de esta perspectiva se asentaba en tesis como la que describía la invasión normanda de Guillermo el Conquistador a Inglaterra sobre el fin del primer milenio cristiano como la causante del despojo de la tierra al buen pueblo sajón y el acaparamiento de la tierra entre los seguidores de aquél, teoría alentada por el auge del romanticismo).

El problema del cartismo fue también la relación con la clase media a la que consideraban dividida («una gran parte de ellos depende por completo de su clientela de pobres y otra parte considerable se rige por sentimientos humanos a pesar de sus intereses egoístas»⁽⁵³⁾) y a la que según algunos de sus voceros no habían conseguido atraer en sus sectores potencialmente más proclives como los pequeños tenderos y maestros.

El cartismo a partir de 1848, cuando se detecta la influencia de Marx y Engels, reclama la propiedad nacional de la tierra, la liquidación de la deuda nacional y el fin del control monopolista de los banqueros sobre la oferta de dinero. Todos estos elementos dibujaban la ociosidad y el parasitismo de la clase dirigente.

En definitiva «lo específico del cartismo fue, en primer lugar, la equiparación del pueblo con las clases obreras a consecuencia de 1832 y, en segundo lugar, el correspondiente desplazamiento del acento puesto en la relación entre el Estado y la clase obrera, subrayado por la legislación progresista posterior a 1832, el año de la Reforma Electoral Whig».

Pero «el cartismo no se desintegró a principios de la década de 1850, sino de la de 1840». La política y el carácter del Estado (con la reducción de impuestos al consumo realizada por el gabinete tory de Robert Peel y continuada por el gabinete whig de Gladstone al colocar el interés del Estado por encima del de los particulares) fueron los enemigos principales del cartismo. Como primer ministro Peel rechazó las leyes del Trigo, tarifas cerealistas que habían protegido a los aristócratas terratenientes torys pero habían encolerizado a la clase media del partido Whig. Este innovador tory ganó votos de la clase media restándoselos a los whigs pero lo hizo

(49) *Ibíd.*, pág. 101.

(50) *Ibíd.*, pág. 103.

(51) *Ibíd.*, pág. 112.

(52) *Ibíd.*, págs. 115-116.

(53) *Ibíd.*, págs. 143-144.

⁽⁵⁴⁾ Viereck, Peter, *Conservadorismo*, Ed. Agora, Buenos Aires, 1959, págs. 53-55.

⁽⁵⁵⁾ Roth, Gunther, *The social democrats in Imperial Germany. A study in working class social isolation and national integration*, New Jersey, Towota, 1963.

Traducción de Mariela Pugliese y Paula Seiguer, cap. VII, *El rol del marxismo en la subcultura social-demócrata*, pág.1.

⁽⁵⁶⁾ Op.cit., pág. 5.

⁽⁵⁷⁾ Ibídem, pág. 10.

⁽⁵⁸⁾ Ramos-Oliveira Antonio, *Historia social y política de Alemania*, tomo I, Ed. Fondo de Cultura Económica, México, 3ra. Edición, 1973, pág. 237.

⁽⁵⁹⁾ Roth, op.cit., pág. 33.

⁽⁶⁰⁾ Ibídem, pág. 38.

⁽⁶¹⁾ Ibídem, pág. 43.

Bibliografía

-Agulhon, Maurice, *1848- El aprendizaje de la República*, editado por la Secretaría de Publicaciones del CEFYL-FUBA, 1995, tomado de AGULHON, Maurice, *1848 ou l' apprentissage de la Republique*, Editions du Seuil, París, 1973, en traducción de Marcela Nari y Luciano de Privitellio.

-Furet, Francois, *Pensar la Revolución Francesa*, Ed. Petrel S.A., Barcelona, abril 1980.

-Habermas, Jurgen, *Historia y crítica de la opinión pública*, Ed.GG MassMedia, México, 1986.

-Hampson, Norman, *Historia social de la Revolución Francesa*, Ed. Alianza Universidad, Madrid.

-Hobsbawm, E. J., *La era de la revolución (1778-1848)*, Ed. Labor Universitaria- Monografías, Barcelona, 1991.

-Martínez Cuadrado, Miguel, *La*

al costo de una escisión de su partido, quienes bajo el comando de Benjamín Disraeli ensayaron una nueva política: aliar a los propietarios rurales y trabajadores urbanos contra la clase media comercial. Un nuevo partido Liberal unió a los viejos whigs y al ala tory de Peel bajo la jefatura de Gladstone, pero los nuevos torys (en adelante conocidos como conservadores) superaron sus derrotas de '32 y '46 y condujeron a Disraeli al gobierno en el marco de una nueva alianza y una nueva política conocida como conciencia social tory que ejecutó en 1867 la reforma electoral que extendió el voto a los trabajadores urbanos.⁽⁵⁴⁾

En tanto, en la Alemania Imperial la social-democracia constituyó un fuerte movimiento de resistencia al poder establecido que, a diferencia de la Inglaterra Imperial rechazó las tentativas de integración política y cultural. Una nueva forma de vida fue propuesta a los trabajadores alemanes; el vehículo fue «una prolifera red de organizaciones políticas, económicas y culturales»; se organizó como una subcultura esto es «un complejo de creencias actividades organizadas», separado por una parte del sistema dominante y, por la otra, gestando una naturaleza especial de vínculos.⁽⁵⁵⁾

La potencia de la social-democracia se demuestra, a la inversa del movimiento sindical inglés, por su capacidad de crear sindicatos: en las Islas es luego del desarrollo de éstos que fue construido el partido Laborista.

La social-democracia alemana diseñó un fuerte desarrollo de su organización a partir de la profesionalización de funcionarios que estructuraron y consolidaron la estructura partidaria en la legalidad y en la proscripción. La competencia posible de la social-democracia fue planteada por el partido del Centro, por el apoyo directo ideológico y práctico de la Iglesia Católica.

Los límites de la social-democracia alemana fueron marcados por su incapacidad para superar los límites clasistas y urbanos y por el sostenimiento de una rígida ideología marxista determinista.

Y esa rigidez, por una parte permitía confiar en el arribo a plazo fijo de la revolución proletaria al tiempo que servía como poderoso escudo para atravesar

la larga etapa de aislamiento bajo la dureza de la monarquía guillermina.

Lentamente, en esa estructura social y condición histórica «el marxismo servía ahora, sobre todo, para permitir al proletariado diferenciarse ideológicamente de la clase media» y pasó a ser «una ideología profesional con cuya ayuda el obrero conciente defendía y mejoraba su posición dentro del orden social de la clase media».⁽⁵⁶⁾

La acción del Estado Imperial Alemán combinó la represión con la conformación de un marco de trabajo parlamentario subordinado al poder autocrático del Kaiser, pero dentro del cual el movimiento sindical alcanzó éxitos evidentes.

La lenta organización del partido social-demócrata atravesó la fuerte polémica entre Durhing y Marx a propósito de la aparición de *El Capital*. Finalmente pese a que las posiciones de Marx no conquistaron al conjunto del partido de inmediato, lentamente avanzaron sobre la elite del mismo. Bebel, Bernstein, Kaustky y otros fueron incluyéndose en el sistema de pensamiento de Marx. Las insuficiencias de Duhring, por una parte, y el énfasis determinista de la interpretación marxista, por la otra, que convenía al partido mucho más, decidieron la puja. «La intensa represión de 1878 a 1890 tuvo el efecto de reforzar tanto la política moderada del movimiento obrero, como la contribución del marxismo a la defensa interna y externa de la misma existencia del partido».⁽⁵⁷⁾

El partido resistió, con el auxilio de la teoría marxista, las propuestas de radicalización hacia el anarquismo que se propusieron con fuerza luego de la disolución producida en 1878 a partir de la legislación bismarkiana.

Al ser elemento constitutivo de la identidad social-demócrata la ideología marxista fue utilizada como instrumento eficaz por los funcionarios partidarios de bajo rango que trabajaban en la constitución de la organización clandestina. «En algunos estados como en Sajonia, las leyes prohibían que se formaran asociaciones políticas obreras, pero autorizaban el funcionamiento de sociedades culturales. Surgieron muchos 'Arbeiterbildungverein', como se llamaba a estas entidades culturales de la clase obrera, oficialmente apolíticas, más en la prác-

tica defensoras de reivindicaciones de carácter político».⁽⁵⁸⁾

La actividad más importante de la acción ilegal consistía en la distribución de la prensa y la propaganda partidarias, convirtiéndose nuevamente el periódico en el eje de la organización partidaria.

La adopción del marxismo constituyó más que un programa un sistema de pensamiento, una ideología partidaria de la cual todas las corrientes, de izquierda a derecha luego de 1890 -momento de la relegalización- se convierten durante en tributarias, exégetas y apologistas. Y las líneas polémicas internas, derecha (revisiónismo), centro dominante, e izquierda minoritaria revolucionaria, polemizan en ese campo.

También en el proceso de organización partidaria se producen colisiones entre funcionarios medios y los literati (intelectuales) cuando muchos de aquellos y representantes de los sindicatos cuestionaron la viabilidad de las huelgas generales en pro de la democratización del sistema político.

En la organización se manifestaban dificultades para la participación de la mujer en primer lugar por el costo del trabajo femenino en el mercado, lo que originaba un fuerte resentimiento de los hombres. Y por las dificultades en la vida cotidiana de las mujeres cuyos maridos intervenían activamente en la vida organizativa y limitaban así sus posibilidades de ascenso social. De la misma manera, el movimiento juvenil socialista tuvo muchos problemas para su inserción en la vida social-demócrata, sobre todo cuando emprendió la lucha contra el militarismo.

El crecimiento del poder institucional del sindicalismo planteó conflictos con el aparato partidario; los hombres del gremialismo defendían la organización gremial como el elemento vital de la cultura social-demócrata. Pero los conflictos planteados no generaron cuestiones insolubles entre dirigentes medios y altos y entre aquellos y los intelectuales. Más bien se produjo una rutinización de la actividad partidaria. La discusión política dejó paso a la distribución de la propaganda partidaria. Para los dirigentes intermedios, los llamados hombres de confianza, las disputas entre los dirigentes de alto nivel contribuían a desalentar la participación de los afiliados.

La limitación de esta vida partidaria parece haber contribuido al estrechamiento del campo de las alianzas posibles. «Las inclinaciones ideológicas de los funcionarios proletarios urbanos, apoyados vigorosamente por el argumento marxista de Kaustky acerca de la inevitable disminución del pequeño comerciante y el pequeño campesino, predominaron sobre el intento de los reformistas y del poder ejecutivo de apelar a otros estratos sociales».⁽⁵⁹⁾

Este aislamiento clasista se combinó con la exaltación de la fuerza de la máquina partidaria. Bernstein afirmó al respecto que «hemos erigido organizaciones en las áreas más diversas que, gracias a un afanoso trabajo han hecho de nuestro movimiento un estado dentro de un estado. Esto ha pasado a ser mucho más incómodo para nuestros enemigos que si hubiéramos corrido el riesgo de apostar. No osamos arriesgar el destino del movimiento; hemos conseguido demasiado, y lo que se ha construido es demasiado valioso».⁽⁶⁰⁾

Esta fuerte sub-cultura social-demócrata dio cuerpo a un modo particular de vida de las masas obreras. «El marxismo oficial constituyó sólo una parte de lo que el movimiento significaba para los obreros (...) Muchos trabajadores estaban ansiosos de probarse a sí mismos que eran sobrios y respetables»⁽⁶¹⁾ y ello fue una oportunidad que le fue brindada por aquella vigorosa sub-cultura. Pero pese a los esfuerzos de la vida cultural del movimiento, la persistencia conservadora en la escuela, el servicio militar y los medios de comunicación, fortalecieron pautas moderadas que pueden dar parte de la explicación del comportamiento político posterior a la Primera Guerra Mundial de la gran fuerza social-demócrata.

Desde los clubes políticos de la Revolución Francesa a la prensa institucional de la social democracia alemana, la gráfica se constituye en el centro de la forma partidaria occidental que tiene su límite de crecimiento con el final de la Segunda Guerra Mundial. A partir de entonces, la expansión de la televisión golpeará profundamente las tradicionales formas partidarias: la video-política personalizará el debate y aquellas ingresarán en crisis profunda junto a su par la escuela pública.

burguesía conservadora, Ed. Alianza Universidad, Historia de España Alfaguara VI, Madrid, 1973.

-Martin, Henri-Jean, "La imprenta", en Williams, Raymond (Ed), *Historia de la Comunicación* (vol. 2), Ed. Bosch Comunicación, Barcelona, octubre 1992.

-Mattelart, Armand, *La invención de la comunicación*, Ed. Siglo XXI, México, 1992.

-Marx, Carlos, "El dieciocho Brumario de Luis Bonaparte", en *Obras Escogidas*, Tomo I, Ed. Progreso, Moscú, 1980.

-Ramos-Oliveira, Antonio, *Historia social y política de Alemania*, tomo I, Ed. Fondo de Cultura Económica, México, 3ra. Edición, 1973.

-Romanelli, Raffaele, *Le regola del gioco. Note sull' impianto dello sistema elettorale in Italia (1848-1895)*, Quaderni Storici, nro. 69, anno XXIII, fascicolo 3, diciembre 1983.

-Rosenvallon, Pierre, *Le sacré du citoyen. Histoire du suffrage universel en France*, Ed. Gallimard, París, 1993.

-Roth, Gunther, *The social democrats in Imperial Germany. A study in working class isolation and national integration*, New Jersey, Towota, 1963 (Traducción, cap. VII, de Mariela Pugliese y Paula Seiguer)

-Stedman, Jones Gareth, *Lenguajes de clase. Estudios sobre la historia de la clase obrera inglesa (1832-1982)*, Ed. Siglo Veintiuno.

-Tocqueville, Alexis de, *El antiguo Régimen y la Revolución*, Ed. Guadarrama, Madrid, 1969.

-Trotsky, León, *Historia de la Revolución Rusa* (Tomo I), Ed. Tilcara, Buenos Aires, 1962.

-Viereck, Peter, *Conservadorismo*, Ed. Agora, Buenos Aires, 1959.

Estado moderno, medios de comunicación y transformación educativa

Javier Esteinou Madrid (*)

(*) Investigador Titular del Departamento de Educación y Comunicación de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México, D.F.

I- Los antecedentes

Debido al retraso analítico que durante muchos años ha sufrido la teoría del Materialismo Histórico para elaborar una concepción amplia sobre la superestructura cultural, los aparatos de hegemonía y las puntas de la ideología; muchas facetas sobre la comprensión del Estado Ampliado han quedado relegadas de ser reflexionadas y desarrolladas como les correspondía, ya que son realidades básicas de nuestras sociedades contemporáneas. Debido a esto, poca claridad conceptual y política,⁽¹⁾ ha alcanzado el pensamiento materialista y las ciencias sociales críticas, para comprender cuál ha sido la nueva transformación cultural que ha provocado la emergencia de los

medios de comunicación, como aparatos de hegemonía al interior de la sociedad civil del Estado capitalista moderno.⁽²⁾

Sin embargo, si bien es cierto que existen multitud de trabajos que han abordado desde una perspectiva materialista el estudio de la propiedad de los medios, el universo de discursos que transmiten, la evolución tecnológica que experimentan, los efectos individuales y nacionales que provocan, los patrones de consumo cultural que imponen, la cobertura simbólica que alcanzan, las relaciones de poder que reproducen, la transnacionalización de hábitos ideológicos que fomentan, etc.⁽³⁾ no existe ninguna reflexión madura que examine el lugar histórico que ocupan los medios de comunicación dentro del conjunto de aparatos de hegemonía, y por consiguiente, dentro de la estructura cultural que ha construido el Estado capitalista en la actual etapa transnacional.⁽⁴⁾

Incluso, podemos decir que no únicamente dentro de la concepción materialista de la comunicación se ha conservado este anacronismo teórico, sino también, dentro de los postulados de las principales corrientes de análisis de ésta disciplina se mantiene este abandono epistemológico. Es decir, dichas escuelas de comunicación tampoco han estudiado los cambios que han provocado los aparatos de información dentro de la conformación de la estructura del Estado y de la sociedad civil.⁽⁵⁾

II- Las nuevas concepciones

No obstante la presencia de este vacío teórico, existen algunas contribuciones embrionarias de las ciencias sociales en general que nos ayudan de forma muy valiosa, pero aún insuficiente a realizar un primer acercamiento intuitivo al problema. Todas ellas, coinciden en señalar que los medios de comunicación de masas, se han convertido en aparatos hegemónicos sumamente importantes del Estado capitalista avanzado, pero no desarrollan ni profundizan los argumentos que podrían ayudar a construir una nueva teoría de las puntas de la hegemonía.

Así, el primer germen lo encontramos entre 1917 y 1937 en el pensamiento gramsciano. Aunque con anterioridad dicha perspectiva ha señalado que la

escuela es el principal aparato ideológico de Estado, su concepción no es rígida ni cerrada, pues reconoce el valor y la importancia de otras fuentes de socialización cultural, especialmente de los medios de comunicación. De esta forma, al delimitar la función que cumple la escuela, expresa que, «la actividad educativa directa es sólo un fragmento de la vida del alumno, que entra en contacto, ya con la sociedad humana, ya con la *societas rerum*. Mediante ello, se forman criterios a partir de estas fuentes ‘extra-escolares’ que son mucho más importantes de lo que comúnmente se cree».⁽⁶⁾

Madurando esta apreciación, Gramsci aporta un avance teórico relevante cuando adelanta una primera visión embrionaria sobre las futuras tendencias evolutivas que presentan las nuevas puntas hegemónicas, y el lugar estratégico que gradualmente conquistan al interior de la sociedad civil. Esto es, sin haber vivido la época de la gran explosión cultural que se produce con la reproducción ampliada y la maduración de las nuevas tecnologías de comunicación (radio y televisión de gran cobertura simbólica), Gramsci ya prevé desde principios de siglo que la prensa y la radio incipiente existentes en Italia, tienden a convertirse en las principales instituciones productoras del consenso social.

Así, señala que «la prensa amarilla y la radio (donde están muy difundidas), tienen la posibilidad de incitar extemporáneamente motivaciones de pánico o de entusiasmo ficticio que permiten el cumplimiento de objetivos determinados, en las elecciones, por ejemplo. Todo esto está ligado al carácter de la soberanía popular que se ejecuta una vez cada 3, 4 o 5 años; basta tener el predominio ideológico (o mejor emotivo) en este día determinado, para poseer una mayoría que dominar por 3, 4 o 5 años, incluso si pasada la emoción, la masa electoral se separa de su expresión legal».⁽⁷⁾

Después de esta amplísima aproximación transcurren más de 30 años en que no se reflexiona críticamente sobre el nuevo espacio estratégico que gradualmente conquistan los aparatos de información de masas⁽⁸⁾ en el terreno de la formación del consentimiento coyuntural. Es hasta principios de la década de los años '70 que diversos pronunciamientos, pro-

venientes de distintas ramas de las ciencias sociales, resucitan este análisis sobre los medios de comunicación, e intentan devolverles hipotéticamente el nuevo rango histórico que le corresponde en el proceso de construcción del consenso social.

Esta nueva tendencia adquiere forma con diversos autores e instituciones aisladas y se desarrolla cronológicamente de la siguiente manera: en 1971 aparece Ludovico Silva;⁽⁹⁾ en 1972 Fernando Carmona;⁽¹⁰⁾ en 1975 Maurice Duverger;⁽¹¹⁾ en 1977 Rafael Roncagliolo;⁽¹²⁾ en 1978 Armand Mattelart;⁽¹³⁾ Fernando Reyes Matta y Rafael Roncagliolo;⁽¹⁴⁾ Enrique Guinsberg;⁽¹⁵⁾ Juan Somavia;⁽¹⁶⁾ en 1980 Noreene Janus y Rafael Roncagliolo;⁽¹⁷⁾ Ana María Fadul;⁽¹⁸⁾ Carlos Monsivais;⁽¹⁹⁾ la Comisión Mac. Bride de la UNESCO⁽²⁰⁾ y en 1982 Armando Labra⁽²¹⁾ y muchas otras aproximaciones periodísticas mas, que constantemente destacan la relevancia de los medios de comunicación como principales aparatos de hegemonía.⁽²²⁾

Sin embargo, pese a que contamos con este conjunto de ricas aportaciones aisladas, ninguna de ellas nos permite elaborar una teoría global sobre la nueva tarea que ejercen los aparatos de comunicación como puntas de la hegemonía. Todas ellas permanecen, en mayor o menor grado, en un nivel intuitivo o hipotético de la formulación epistemológica del problema; y por consiguiente, nos acercan de manera muy útil, pero parcial e insuficiente a esta realidad.

De aquí, que retomando estas contribuciones teóricas y otras más provenientes de la economía política de la comunicación, intentemos construir una nueva concepción sobre la reciente transformación del Estado Ampliado que se realiza a través de los fenómenos culturales que producen los medios de comunicación de masas y de las modernas tecnologías de información.

III- Los medios de comunicación de masas y la mutación educativa

Teniendo en cuenta que la tradición marxista ha señalado que el aparato pedagógico es el principal soporte cultural creador de la hegemonía, nosotros pensamos que, si bien es cierto, que la doble función

que ha desempeñado la escuela (reproducción de la calificación de la fuerza de trabajo y reproducción de la ideología dominante), ha sido fundamental para la reproducción del consenso del modo de producción capitalista, en sus etapas anteriores; en la actual fase de desarrollo por la que atraviesa el capital monopólico, sin dejar de ser necesario, el aparato escolar ha dejado de ocupar el papel dominante, para pasar a un plano secundario de acción. De esta forma, desde 1930 en adelante, fecha en que se consolida el primer desarrollo de los medios de transmisión electrónica, la tarea de directriz cultural que ejerce el sistema de enseñanza ha sido substituida por las nuevas funciones ideológicas que realizan los aparatos de difusión de masas y las nuevas tecnologías de comunicación.

Esto es, analizando el desarrollo y la transición de los principales aparatos de socialización en la historia del capitalismo, observamos que, en un primer momento, con el desarrollo del mercantilismo, la iglesia es la institución encargada de integrar orgánicamente a la sociedad. Dicha conformación histórica se estructura alrededor de los intereses de las clases terratenientes que mantienen la sujeción de la fuerza de trabajo servil a las grandes extensiones de tierra que se conservan como medios de producción feudales. Frente a esta situación generadora de antagonismos de clase, la iglesia construye un sistema de centralización política mediante la implantación de relaciones verticales, por medio de las cuales cada sujeto es relegado a la autoridad central.

Con ello, la iglesia se ubica como el principal aparato hegemónico del momento y dirige a la sociedad medieval y colonial, mediante su red de educación clerical.

Sin embargo, esta situación no se conserva permanentemente, pues en un segundo momento, en la fase premonopolista, la evolución de las fuerzas productivas y de otros procesos de organización social, obligan a que los bastiones culturales del aparato religioso sean gradualmente desplazados como centros hegemónicos a un plano accesorio, por la emergencia de los modernos aparatos escolares. «Es más, puede decirse que el relajamiento de las relaciones familiares y la secularización general de la sociedad,

debilitaron el poder ideológico y la función socializadora de la familia y la iglesia, desde los inicios mismos del capitalismo. De ahí, la insistencia con que se ha redundado que la pareja iglesia-familia ha sido reemplazada por la propia pareja escuela-familia».⁽²³⁾

De esta forma, la escuela emerge como el nuevo núcleo hegemónico que difunde e impone las modernas formaciones de conciencia que requiere el funcionamiento del nuevo proceso de producción y organización capitalista en las ciudades. Por consiguiente, en esta época la dinámica de la sociedad civil localiza su epicentro de acción ideológica en los aparatos pedagógicos, desde los cuales influye sobre el resto de los aparatos de hegemonía que actúan en la sociedad.

Finalmente, en un tercer momento del desarrollo capitalista, en la fase monopolista o de industrialización avanzada, el nuevo desenvolvimiento acelerado de las fuerzas productivas, el incremento del analfabetismo funcional, la ampliación del mercado mundial, el aumento de la población, el rápido avance de los procesos de urbanización, la descomposición de las estructuras agrarias tradicionales, y el gran avance de la revolución científica tecnológica, especialmente de carácter electrónico, provocaron el surgimiento de un nuevo cambio radical en el ordenamiento jerárquico que ocupan los aparatos de hegemonía. Así, aparece una nueva mutación cultural que ocasiona que la escuela sea desplazada como el principal brazo del Estado que contribuye a reproducir ideológicamente las condiciones sociales de producción, y paulatinamente, los medios de comunicación emergen como los nuevos aparatos de hegemonía dominante que, prioritariamente, modelan y dirigen la conciencia de la sociedad civil.⁽²⁴⁾

De esta manera, la presencia de las tecnologías de información redefinen los roles fundamentales que ejerce el sistema de enseñanza y otros aparatos de hegemonía tradicionales; substituyéndolos, en algunos casos, desplazándolos, en otros y complementándolos en unos mas, especialmente, a aquellos que se encuentran en crisis institucional y social.

A partir de esta fase histórica, las tecnologías de información se convierten en los principales aparatos de consenso, porque a través de estos se produ-

ce un nuevo y amplio proceso de educación cotidiana, sobre los individuos, que gradualmente reubica y reemplaza el sólido lugar estructural, que hasta el momento, ocupaba el tradicional sistema de educación formal que lentamente construye la escuela. Así, emerge una nueva «escuela electrónica» que educa cotidianamente a los individuos de forma repetitiva, sistemática, acumulativa e informal.⁽²⁵⁾

Este proceso pedagógico se caracteriza por convertir la información que transmiten las tecnologías de comunicación en sedimentos culturales, los cuales a su vez se traducen en valores históricos, que se cristalizan en concepciones del mundo, los que se expresan como sentidos comunes, de los cuales se derivan actitudes y conductas, que a largo plazo se convierten en posiciones políticas, que producen, para cada coyuntura específica, un determinado proyecto de transformación de la naturaleza y de la sociedad.

En esta forma, la construcción de la conciencia en el quehacer cotidiano y en el tiempo libre de los individuos y de las organizaciones sociales, aparece cada vez mas determinado por este nuevo proceso de educación cotidiana que surge a la par del surgimiento de cada nueva tecnología de información que aparece.

De esta manera, aunque desde los orígenes del capitalismo los medios de comunicación ya se encuentran inmersos, en un plano secundario y terciario en la estructura de la sociedad civil desempeñando distintas funciones ideológicas suplentes, según lo exigen las distintas necesidades de cada fase histórica por la que atraviesa el modo de producción; es hasta principios del siglo XX que la evolución tecnológica de estos, reestructura el interior de la esfera cultural de la sociedad y se instalan como los principales aparatos del consenso.

Esta nueva mutación superestructural de la instancia educativa como principal aparato de hegemonía, no significa que los aparatos desplazados de la zona hegemónica principal, como son la escuela, la familia, la iglesia y otros mas, ya no existan o ejerzan sus funciones ideológicas propias; sino que continúan permaneciendo y colaborando en la formación del tejido hegemónico, pero de manera reestructurada en planos secundarios y terciarios. De esta manera,

la conversión de un aparato ideológico o sistemas de aparatos como instancias dirigentes, no excluye, en ningún momento, la participación cultural del resto de aparatos hegemónicos secundarios que también contribuyen a afianzar el consenso local, regional o nacional, en otras áreas más particulares donde no penetra la tarea global de los primeros.

Ello quiere decir, que la hegemonía no se produce por la acción de un sólo aparato cultural, sino con el apoyo de un sistema complejo y amalgamado de instituciones y redes ideológicas propias de esa formación social o heredadas del modo de producción anterior, que determinan y modelan la conciencia y los hábitos de los individuos. Por lo tanto, la hegemonía permite la presencia de múltiples acciones culturales secundarias, y se basa en el conjunto de sedimentaciones ideológicas diferenciadas que producen estas, para modelarlas y refuncionalizarlas, a través del aparato ideológico principal, con objeto de construir una nueva relación consensual más ampliada, más uniforme y más internalizada, que conduzca a la sociedad por los cauces que impone su proyecto geoeconómico de desarrollo social.

En este sentido, al indicar que en la fase avanzada del modo de producción capitalista los medios de comunicación y las nuevas tecnologías de información, se han convertido en los principales aparatos de hegemonía, no queremos privilegiar miope y arbitrariamente al aparato de información en detrimento o negación del funcionamiento de otros aparatos secundarios; sino simplemente señalar que los primeros desempeñan las funciones de punta o de vanguardia cultural de la sociedad industrializada. Es decir, en la etapa del desarrollo transnacional, los medios de comunicación ejercen una tarea cultural «dominante», no en el simple sentido de ser instrumentos de servicio de la clase dominante, sino en el sentido de ser las instituciones que construyen la principal conciencia colectiva que relaciona la mente de los individuos con la realidad. Los medios, simplemente, recogen las tendencias culturales fundamentales de la sociedad y las amplifican proyectándolas de forma masiva como los referentes básicos de vinculación de los hombres con su sociedad.

En otros términos, a partir de las nuevas facultades

materiales que conquistan los aparatos de comunicación como modernas tecnologías culturales, se da un deslizamiento de las principales funciones ideológicas orgánicas de los viejos aparatos de consenso, hacia los nuevos medios de comunicación. Así, las principales leyes de articulación de la sociedad, como son la ley del mercado, la ley de realización del capital, la ley de la dirección política, la ley de la reproducción mental del sistema, la ley de la cristalización de la hegemonía, etc., trasladan su foco central de realización del aparato escolar y eclesiástico al aparato de la cultura de masas.

Pero esto, no significa de ninguna forma que sean medios culturalmente «determinantes», esto es, que subordinen avasalladoramente todo tipo de conciencias con la información que distribuyen. Toda visión del mundo que transmiten los aparatos de comunicación, siempre es filtrada por la posición de clase, el grado cultural, la situación económica, el origen étnico, la vida cotidiana, el equilibrio afectivo, etc., que posee cada persona que lo recibe. Este es en realidad el aspecto «determinante» del proceso de formación de la hegemonía.

En esta forma, desde la fase de la industrialización el Estado capitalista sufre una reconversión en las modalidades como realiza sus tareas hegemónicas. La escuela es reemplazada como el aparato que produce la vanguardia ideológica y los medios de comunicación ascienden como los nuevos intelectuales orgánicos de la sociedad industrial. Por ello, los modelos culturales básicos que organizan y conducen a la sociedad contemporánea ya no nacen fundamentalmente de la escuela, sino ahora emergen del complejo aparato de la cultura de masas.

Por consiguiente, si bien son correctos los diagnósticos de Antonio Gramsci y José Mariátegui sobre la función que desempeña la escuela como punta hegemónica en los años '20;⁽²⁶⁾ para la década 70-80 los planteamientos althusserianos que nuevamente sitúan al sistema pedagógico como la vanguardia institucional productora del consenso, son profundamente incorrectos.⁽²⁷⁾ Esto debido, a que en el transcurso de estos cincuenta años, los soportes materiales que sustentan el proceso de producción, distribución e inculcación de la ideología, han

evolucionado y se han transformado drásticamente a partir de la introducción de la electrónica y las nuevas tecnologías de información en el campo cultural. Ello ha modificado sustancialmente la forma actual de producir la ideología y el consenso, y por lo tanto, la estructura y potencial del Estado Ampliado.

Pensar lo contrario, es decir, afirmar que en la actualidad el aparato escolar sigue siendo el principal soporte cultural del proyecto de legitimación y conducción del Estado capitalista moderno, es encerrar-se nuevamente en un anacronismo histórico, que transplanta rígida y mecánicamente, las particularidades de la superestructura ideológica de la fase del capitalismo premonopolista, a la superestructura de conciencia de la etapa del capitalismo monopolista e imperialista. Es no reconocer, que a partir del surgimiento y de la consolidación de los aparatos de difusión de masas, la sociedad civil de la formación capitalista y su bloque histórico correspondiente, han sido afectados, modificados y refuncionalizados sustancialmente, por el impacto que ha provocado la emergencia de la cultura de masas. Es imaginar que el Estado capitalista nacional y multinacional ha seguido enfrentando sus constantes crisis de legitimación, de subconsumo, de acumulación, de reproducción de la calificación de fuerzas de trabajo, de dirección política, de empobrecimiento del proletariado, de creciente desempleo, etc., con la mismas técnicas y estrategias consensuales que fueron empleadas a principios de siglo, sin generar nuevos espacios y herramientas ideológicas de construcción de la hegemonía.

En suma, adoptar los postulados althusserianos para explicar el proceso contemporáneo de producción de las crestas del consenso, es reincidir en un desfase teórico e histórico que niega el desarrollo cualitativo (especialmente tecnológico), y cuantitativo de los soportes ideológicos y su resonancia cultural en la esfera de conciencia del capitalismo avanzado. Anacronismo conceptual que en el fondo, llevado a sus últimas consecuencias, afirma que la estructura y dinámica de la sociedad civil capitalista del período 1970-1990, mantiene la misma conformación y movimiento de la sociedad civil de la década 1910-1920.

Situación que desemboca en una perspectiva lineal y acrítica sobre la operación de los soportes culturales; que a su vez, provoca una desviación política que impide progresar en la labor estratégica de precisar cuál es el aparato de hegemonía que desempeña la función dominante al interior de la sociedad civil. Se obstruye, por lo tanto, el conocimiento correcto del bastión ideológico que ejerce la vanguardia cultural en el proceso de cohesión y dirección de la sociedad contemporánea.

En consecuencia, podemos decir que en la historia presente, tanto en las zonas del capitalismo central como en las áreas del capitalismo periférico, especialmente de occidente, los aparatos de mayor potencial socializador para realizar y consolidar cotidianamente al bloque histórico dirigente, en función a las necesidades de existencia, reproducción y transformación que presenta el capital en diversas coyunturas de desarrollo, no son los aparatos ideológicos escolares; sino los medios dominantes de difusión masivos (cine y prensa); y muy en especial, los medios electrónicos de transmisión colectiva (televisión y radio) y las nuevas tecnologías de comunicación.

En suma, podemos pensar que con el rápido desarrollo y perfeccionamiento físico que alcanzan todas las tecnologías de comunicación, el Estado capitalista estrena un nuevo sistema nervioso cultural que transforma el interior de la estructura de la sociedad civil tradicional. Con ello, el Estado entra en una nueva etapa cultural que modifica todo el esqueleto y la organización de los aparatos de hegemonía convencionales; y coloca a los medios de comunicación como los principales aparatos ideológicos del capitalismo avanzado.

Por ello, podemos decir que en las formaciones capitalistas contemporáneas, y en particular, en las formaciones dependientes de América Latina, los medios de difusión colectiva y las nuevas tecnologías de producción de símbolos y sentidos, se han convertido en los principales instrumentos culturales que crean y mantienen la hegemonía que reproduce ideológicamente al sistema. De aquí, la enorme importancia de descubrir de dónde parte la lógica de producción y expansión de las tecnologías de información. Determinarlo, será comprender el punto de

partida que le da vida a este nuevo Estado Ampliado contemporáneo.

IV- La capacidad educativa de la televisión

Dentro del contexto de transformación de las jerarquías de aparatos de hegemonía en las sociedades modernas es necesario considerar que la televisión se ha convertido en el principal medio de comunicación colectiva de nuestra civilización, ocupando un papel central en el desarrollo de las mentalidades y sensibilidades; y por lo tanto, en el desarrollo del país. Hoy día la televisión se ha convertido en el sistema nervioso fundamental del avance o retroceso de nuestra cotidiana cultura nacional.⁽²⁸⁾

Por ello, aunque estamos conscientes de que la televisión no produce efectos automáticos sobre el auditorio. Que no es una aguja hipodérmica que inyecta mecánicamente sus contenidos en los cambios de la población. Que existen múltiples formas de interpretar por parte del auditorio los mensajes televisivos que recibe. Que por parte de los emisores no existen efectos acabados sobre los auditorios como hemos creído en años anteriores. Que no es omnipotente para producir procesos mágicos. Que normalmente refuerza tendencias previamente ya existentes en el seno de las comunidades. Que la conciencia humana no solamente se produce por la acción simbólica de la televisión, sino por un conjunto más amplio de relaciones sociales y de redes culturales que impactan sobre la inteligencia y la sensibilidad de los individuos. Que su efectividad de convencimiento no depende totalmente de las imágenes que se transmiten sino de otros procesos sociales complementarios, etc. También sabemos que, a través de las propiedades físicas que ha conquistado y de los hábitos educativo-culturales que ha formado, la televisión cuenta con un alto margen de eficacia persuasiva comprobada para crear y cambiar las formas de pensar y actuar en México.

En la actualidad debemos tener presente que en nuestro país, frente a la tradicional acción del sistema escolar y religioso, la televisión se ha convertido en la principal red educativa capaz de cambiar, con mayor rapidez y agilidad, las cosmovisiones, los valo-

res, los sentimientos, las actitudes, los hábitos y las conductas de los receptores. En una idea, dirige la cultura cotidiana en cada sexenio de gobierno. Así, la televisión se ha convertido en el principal mediador cultural, a través del cual el Estado articula ideológicamente a nuestra sociedad, convirtiéndose en la principal organizadora colectiva de la historia moderna de México.

Sin embargo, esta mediación central que ejerce la televisión entre gobierno y sociedad, no significa, en ningún momento, que la capacidad de persuasión que realiza sea omnipotentemente eficaz para convertir en socialmente dominante cualquier mensaje transmitido por ésta y mecánicamente doblegar las conciencias y las acciones de todos los ciudadanos que son tocados por los mensajes que transmite ésta. La fuerza de convencimiento de la televisión tiene límites de competencia muy precisos, y los principales son los tres siguientes:

Primero, las informaciones televisivas que leen, decodifican e interiorizan los receptores nunca se asimilan homogéneamente en todos ellos con el mismo signo ideológico e intensidad personal con la que se emiten, sino que varían según son sus situaciones históricas, antropológicas, religiosas, económicas, familiares, políticas, culturales, materiales, regionales, étnicas, productivas, etc., que los determinan como seres humanos. No debemos olvidar que los públicos no son pasivos, ni neutros, ni socialmente vírgenes, sino que éstos practican sus propios procesamientos del universo de sentidos que la televisión les ofrece de acuerdo a sus propias experiencias de vida y sus inserciones sociales.⁽²⁹⁾

Segundo, la habilidad seductora de la televisión nunca puede rebasar el peso de la realidad que enfrentan los espectadores, pues siempre las circunstancias de sus vidas concretas son más fuertes que el poder que alcanza la información y las imágenes audiovisuales que se difunden. Es necesario subrayar que la televisión no sustituye a la dinámica económica, política y social, sino que la apoya o debilita con base en los proyectos globales que existen detrás de ésta. De lo contrario, sobrevaloraríamos el papel colectivo de la televisión al otorgarle fantasiosamente una absoluta propiedad transformadora, cuando en

verdad sólo es una tecnología muy perfeccionada de promoción de intereses o políticas precisas.

Tercero, cuando la gama de discursos que transmite la televisión encuentra las condiciones psicológicas favorables en los campos de conciencia de los públicos, éstos son asimilados funcionalmente en un alto porcentaje y viceversa.

Sin embargo, no obstante la existencia de diversos límites reales en la tarea de mediación social que realiza la televisión entre pueblo y gobierno, su capacidad de persuasión y de movilización de la población en el país ha sido tan eficiente en diversos momentos, que ha generado fuertes fenómenos sociales de signos contrarios. Así, por ejemplo, en un sentido positivo constatamos cómo a través de las acciones promocionales de la televisión, se colaboró en educar a la población para reducir en la década del ochentas la tasa de crecimiento demográfico del 4.3% al 2% construyendo un nuevo modelo cultural de familia basado en cuatro miembros: padre, madre y dos hijos. De igual forma, se ha contribuido a alfabetizar y a otorgar instrucción básica a través de la telesecundaria a miles de mexicanos, a tal grado, que de 1983 a 1987 se redujo el índice de analfabetismo en sujetos mayores de 15 años del 14 al 7.1%, alfabetizando a más de 3 millones 300 mil mexicanos. Esto significa que hay 92 de cada 100 mexicanos adultos que ya saben leer y escribir en el país.⁽³⁰⁾

De la misma manera, ha promovido permanentemente la educación colectiva civil para lograr la donación altruista de sangre a hospitales y bancos de plasma.⁽³¹⁾ Asimismo, con apoyo de las campañas de prevención mil puestos de vacunación, se pudo inmunizar en dos fines de semana de 1987 en todo el territorio nacional a más de 12 millones de niños contra la poliomielitis, a 10 millones de pequeños contra la difteria y la tosferina, y a 2 millones de niños contra el sarampión, que en conjunto han alcanzado reducir en más del 35% las enfermedades infantiles en la República.⁽³²⁾

También, por la acción instructiva de la televisión y otros medios de comunicación, se ha formado en los últimos dos sexenios una nueva cultura financiera de masas que ha logrado crear una base de educación económica que permite que la clase media y algunos

sectores de la clase popular sepan cómo invertir sus ahorros en diversos instrumentos de capitalización, como son los diversos plazos bancarios, en renta variable, dólares, UDIS, papel comercial, petrobonos, acciones de empresas, etc. En los mismos términos, en los spots televisivos transmitidos de 1984 a 1985 consiguieron abarrotar los Registros Civiles del país para regularizar las uniones libres de las parejas y registrar oficialmente a sus hijos. En idéntico sentido, la repetición publicitaria a través de la televisión ha creado en las ciudades desde hace 15 años a la fecha, una cultura de uso de la toalla sanitaria en las mujeres urbanas, y se nota cada vez más con marcada claridad, que también ya empieza a surgir en el campo.

Igualmente, se logró que los ciudadanos hicieran valer más sus derechos como compradores mediante la educación televisiva que ha proporcionado el Instituto Nacional del Consumidor y la Procuraduría Federal del mismo en los últimos 12 años.⁽³³⁾ De igual forma, se obtuvo que a través de la promoción televisiva más de 80 mil pedalistas participaran en 1987 en el Paseo Ciclista de la Constitución, 15 mil atletas asistieran a la Sexagésima Tercera Carrera de la Constitución en el D.F. y 4 mil deportistas estuvieran presentes en el IV Maratón Deportivo Guadalajara.⁽³⁴⁾

También a partir de la difusión de la propaganda audiovisual sobre la prevención de los accidentes de trabajo y la capacitación de aproximadamente un millón de funcionarios públicos por el Instituto Mexicano del Seguro Social, se obtuvo que los percances de trabajo en las empresas se redujeran el año pasado en 57%.⁽³⁵⁾ En idéntico sentido, a través del incremento de las campañas publicitarias, en 80% en prensa, 110 % en revistas, 85% en radio y 200% en televisión, la iniciativa privada pudo sostener la demanda de consumo de la población en ciertos renglones excepto el sector textil, la industria zapatera y la industria automotriz que fueron afectadas drásticamente por la crisis económica de 1987.⁽³⁶⁾ Asimismo, mediante la promoción televisiva y la preparación de 450 mil promotores del voto por parte de la Federación de Trabajadores al Servicio del Estado se logró que el 85% de los ciudadanos en edad de votar se registra-

ran voluntariamente en el Padrón Electoral para participar en las elecciones presidenciales de 1988.⁽³⁷⁾

Igualmente, otro caso sumamente meritorio de persuasión y movilización de la sociedad mexicana ocurrió ante los terremotos de 1985, donde a través de la televisión y otros medios de comunicación, el conjunto social se sensibilizó de la magnitud de la tragedia y logró vincular las urgentes demandas de socorro con los ofrecimientos de ayuda voluntaria de los ciudadanos, creando un movimiento de solidaridad civil que no se había presenciado en las últimas cinco décadas.⁽³⁸⁾

Mediante otras acciones persuasivas la televisión nos ha reeducado cotidianamente para sustituir en nuestro registro de domicilio la colonia por el código postal. Para agregar otra cifra cabezal por zonas cuando el número telefónico rebasó los seis dígitos. Para aceptar las nuevas instalaciones en nuestro hogar que permitieron el cambio de voltaje de 120 a 110 volts. Para cambiar las placas al nuevo sistema de referencia permanente. Para pagar los impuestos de las personas físicas y morales en las fechas indicadas. Para obtener nuestras nuevas credenciales de elector, etc.

Sin embargo, por otro lado, en un sentido negativo presenciamos cómo la televisión y otros medios electrónicos han propiciado a lo largo de los años un permanente ciclo consumista que provoca el desperdicio de gran parte de la energía de nuestra sociedad. A través de las imágenes que diariamente se difunden, constatamos cómo la televisión reconstruye en la pantalla otro país que no es México. De igual forma, mediante los valores televisivos que se proyectan, observamos cómo la televisión ha generado un fuerte corrimiento de la frontera ideológica nacional que ha propiciado la desmedida admiración por el estilo de vida y éxito norteamericanos y el rechazo a lo netamente local, etc.

V- Televisión, cultura y violencia

El gran desarrollo tecnológico que ha alcanzado la industria audiovisual en México comprueba la gran capacidad transformadora de concepciones y hábitos de los ciudadanos que posee la televisión en nuestro país. Esta capacidad persuasiva se amplifica mas

cuando observamos, por una parte, que dicha institución audiovisual se ha convertido para las colectividades en una fuente muy importante de conocimiento y educación cotidiana de la realidad, especialmente en las comunidades humanas urbanas; y que por otra parte, el promedio de exposición de la familia mexicana a la televisión es superior a 49.5 horas por semana y esta práctica va en aumento con los nuevos sistemas de televisión por cable, la suscripción a domicilio, la presencia de la televisión directa y la expansión de las nuevas tecnologías de información en nuestro país.⁽³⁹⁾ Este poder real que ha conquistado la televisión mexicana sobre los campos de conciencia de los diversos auditorios nacionales, a largo plazo, ha producido en el país múltiples fenómenos culturales de diverso signo, entre los cuales, destacan la generación de diversas clases de violencias sobre los telespectadores, como son la violencia por exposición y la violencia por omisión.

En primer término, en relación a la violencia por exposición constatamos que la televisión a través de la difusión de su enorme gama de programas agresivos ha contribuido a crear un clima favorable para la expansión de la violencia al interior de la sociedad. Por ejemplo, al terminar la enseñanza secundaria un joven normal ha pasado frente al televisor el doble del tiempo del que mantuvo como asistencia a la escuela, o sea nueve años. En dicho lapso su cerebro habrá registrado las imágenes de aproximadamente 150.000 episodios violentos y unas 25.000 muertes.⁽⁴⁰⁾

Incluso, dicha realidad se ha incrementado al grado de que en los Estados Unidos se calcula que actualmente las imágenes violentas aparecen a razón de 25 veces por hora.⁽⁴¹⁾ Por ello, tenemos que preguntarnos e investigar, si nuestra televisión nacional importa en un alto porcentaje la programación norteamericana, especialmente en esta fase de globalización e internacionalización cultural en la que ha entrado el país, ¿Cuántas escenas violentas se están recibiendo en nuestros hogares mexicanos que cuentan con una legislación y práctica normativa más abierta, liberal y corrupta que la anglosajona? ¿Qué efectos está causando ese caudal informativo sobre nuestras nuevas generaciones en etapa de formación psíquica y espiritual? ¿Hasta dónde el clima de violencia

e inseguridad, especialmente urbana, que crecientemente vivimos en las principales ciudades del país, ha sido aprendido o reforzado educativamente por el universo simbólico cada vez más violento que transmite la televisión mexicana?

Frente a este panorama debemos tener presente que en los países altamente industrializados se ha comprobado que en la medida en que aumenta la exposición de suicidios en las imágenes televisivas, también se eleva el porcentaje de suicidios entre jóvenes y niños de las comunidades humanas; o en la medida en que se incrementan las exposiciones de contenidos con violaciones sexuales hacia el sector femenino, se expanden en la sociedad las agresiones sexuales a las mujeres.

Por otra parte, hay que considerar que «el impacto mental que el crimen televisado provoca en cualquier espectador, constituye una simulación peligrosa. Los adultos se pueden defender más de estas fantasías, pero los niños y los jóvenes, dan por hecho que un fuerte garrotazo en la cabeza de un contrincante le hace caer de forma muy chistosa y además se repone fácilmente del dolor. Por ello, es necesario que la escuela y los padres eduquen a los hijos frente a este tipo de alteraciones de la realidad. Deben explicarles, por ejemplo, que un golpe en la cabeza a un ser humano puede provocarle un daño irreparable. Que el respeto a la integridad física de los demás es un deber fundamental y que la violencia es el estado más deplorable de la conducta humana».⁽⁴²⁾

En segundo término, en relación a la violencia por omisión encontramos que la televisión ha producido otro tipo de agresión que ha sido la espiritual, pues ha impuesto gradualmente sobre la conciencia del país otro proyecto cultural distinto al que demandan nuestras bases psíquicas y culturales milenarias. En este sentido, podemos decir que el Estado mexicano está profundamente extraviado en su proyecto cultural, pues ha permitido la construcción de un programa mental, que por medio de la televisión y otros medios de información electrónicos, está formando generaciones de hombres enanos, ya que nos ha hecho creer profundamente que lo importante en la vida son los valores intranscendentes de la frivolidad y el consumo, y no los principios del reconocimien-

to, la autoestima, la aceptación del otro y el crecimiento personal. La televisión ha colocado el éxito del individuo en la capacidad que tiene para adquirir y acumular bienes, y no en la facultad para desarrollar su interior y aumentar su capacidad de amar.

Por todo lo anterior, no obstante que en la actualidad contamos con una mayor cantidad de recursos tecnológico-comunicativos, sabemos cada vez menos de nosotros como país y como seres humanos, y estamos perdiendo nuestra identidad nacional. Hoy, la televisión reproduce a colores y en tercera dimensión una nueva versión de la conquista.

Esto significa, que en la actualidad la principal fuerza educativa que guía a nuestra sociedad ha sido desplazada del tradicional sistema educativo a la red de los medios de comunicación de masas. Por esto, hoy día la verdadera dirección ideológica de nuestra sociedad ya no se construye cotidianamente desde el aula u otras instituciones culturales, sino desde los canales colectivos de información, y en particular desde el aparato televisivo.

De esta forma, el modelo mental que los medios imponen, ha acelerado el rompimiento de la relación trigeracional que se establecía entre hijos-padres-abuelos, principal sostén cultural de este país en los últimos 400 años. Así, amparada por la ideología de la modernidad y la globalización, en menos de una generación, en nuestras conciencias grupales se ha sembrado masivamente lo transnacional estadounidense, al grado de que hoy podemos decir como lo señala Carlos Monsivais, que en el territorio mexicano ya nació la primera generación de estadounidenses. Hoy, ya hemos perdido la memoria de nuestro proceso histórico y, en menos de cuatro decenios, hemos adquirido la memoria de lo multinacional.

Todo lo anterior se confirma cuando observamos que los niños mayores de seis años conocen más la información televisiva que la transmitida en la escuela primaria u otros órganos culturales. Por ejemplo, en el terreno de la realidad nacional el 77% de los pequeños retienen más frases como «La chispa de la vida» o «Recuérdame» y sólo el 49% conserva otras como «Viva la Independencia!», «La solución somos todos» o «El respeto al derecho ajeno es la paz». De igual manera, mientras que casi la totalidad de los

niños (92%) retiene la imagen del Gansito Marinela, menos de dos terceras partes (64%) identifica la Columna de nuestra Independencia o al cura Hidalgo. El 63% de los niños asocia fácilmente el tema de la tarjeta de crédito «Carnet» y sólo el 43% reconoce la frase «El respeto al derecho ajeno es la paz». En resumen, observamos que de cada diez personajes que los niños identifican, sólo tres son de la historia de México.

En el campo de la historia, el 67% de los niños identifican los días y horarios en que se transmiten sus programas favoritos de televisión, mientras que sólo el 19% enuncia las fechas en que ocurrieron los acontecimientos más significativos de la historia nacional. Los super héroes de la televisión como «La mujer maravilla», son más conocidos por los pequeños (98%) que los héroes de la Revolución mexicana (33%). «El Chapulín Colorado» es más evocado por los infantes (96%) que los Niños Héroes de Chapultepec (82%). «Superman» está más presente en la mente de los pequeños (97%) que Don Benito Juárez.

En materia religiosa, no obstante que nuestra sociedad es acentuadamente católica, más de la mitad de los niños (56%) conoce el día en que se transmitía «Hogar dulce hogar», mientras que sólo el (86%) recuerda el día en que se celebra la Navidad. Mientras el 55% de los niños puede decir qué día se difundía el programa «Mis huéspedes», sólo el 32% sabe la fecha en que se celebra la fiesta de la Virgen de Guadalupe. Los pequeños identifican mejor el logotipo de «Sabritas» (86%) que una hostia (46%).

En el área cívica, el 87% de los infantes conoce los días en que se transmiten los programas cómicos y sólo el 13% sabe la fecha en que toma posesión el Presidente de la República. Sólo el 8% conoce la fecha en que el primer mandatario rinde su informe anual, mientras que el 61% sí puede decir el día y la hora en que aparecen las series fantásticas. El 83% de los niños identifica el logotipo de los pastelitos rellenos y sólo el 63% conoce el Calendario Azteca. Mientras que el 81% de los pequeños evoca el logotipo de los productos «Marinela», sólo el 66% identifica el escudo nacional. Las tres cuartas partes (77%) de los niños identifican la imagen de Chicles

Adams y menos de una quinta parte (17%) reconoce el Monumento a la Revolución. Finalmente, el logotipo de los chocolates «Carlos V» es más reconocido (77%) que el Monumento del Ángel o la Columna de la Independencia (40%).⁽⁴³⁾

Incluso, este panorama cultural está por agravarse aún más por la apertura de nuestra economía al comercio internacional, dado el ingreso de México al GATT, la firma del Tratado Norteamericano de Libre Comercio con Estados Unidos y Canadá y el debilitamiento de la política educativo-cultural del Estado mexicano.

Si éstos son sólo algunos de los rasgos del retroceso de la identidad nacional que se experimenta en nuestro país, especialmente, en los niños y jóvenes, nos preguntamos ¿Por qué el Estado mexicano ha permitido que la televisión concentre diariamente de forma mayoritaria la energía mental de la nación a través de sus horarios «Triple A» (7 a 10 de la noche) en hacer propaganda de cigarros, brandyes, rones, «alimentos chatarra», perfumes, etc., y no en fortalecer nuestras bases de reconocimiento e integración cultural como nación y comunidades humanas?

Por otra parte, si sabemos que cada niño que nace en México trae un compromiso heredado de más de 750 millones de pesos por concepto de deuda externa. Si cada vez más son los pequeños que intentan cruzar el río Bravo para trabajar como braceros en Estados Unidos. Si existen más de dos millones de chicos que piden limosna en las calles del país. Si la crisis económica ha obligado a que padre y madre trabajen y nuestros niños cada vez son más amamantados por la televisión. Si el 78% de las criaturas menores de cuatro años no alcanza la estatura y el peso normales debido a la desnutrición. Si antes de cumplir los cinco años, muere el 10% de la población infantil. Si el síndrome del niño golpeado ha aumentado un 30% en los últimos dos años. Si éste es el cuadro de vida de una gran mayoría de la niñez mexicana, cabe preguntar ¿por qué el proyecto de televisión dirigido a los infantes concentra su atención prioritariamente en las «televacaciones», las caricaturas agresivas, los programas de concursos infantiles, los comerciales para favorecer el consumismo y otras fantasías extranjeras, y no en impulsar el desarrollo

educativo y humano de los pequeños?⁽⁴⁴⁾

VI- ¿Qué hacer?

Dentro de este contexto cultural modernizador de la sociedad mexicana podemos decir que aunque el Estado nacional cada día se esfuerza por ser mejor instancia rectora en el terreno de las relaciones económicas, políticas, ecológicas, comerciales, internacionales, laborales, productivas, etc; en el área cultural ha perdido la capacidad de conducción moral de nuestra sociedad. En este sentido, podemos decir que en los últimos decenios, en términos culturales el sector privado del país controlador de los medios de comunicación y las corporaciones multinacionales, han sido las verdaderas secretarías de Estado que han influido en el intelecto y la emoción colectiva que han cohesionado al país.

Por ello, para corregir la dirección de nuestro espíritu nacional es fundamental estudiar el papel que desempeñan los medios electrónicos de comunicación, y particularmente la televisión, para diseñar nuevas políticas culturales, pues son esos canales los que están construyendo con mayor fuerza el proyecto mental cotidiano de la República. Dada la pérdida de la rectoría cultural de la sociedad mexicana por parte del gobierno, actualmente es Razón de Estado el planificar el funcionamiento social de los medios de información masiva para el desarrollo del país. Siendo que el corazón de la democracia hoy cruza por los medios de comunicación, la reforma del Estado, sólo en la medida en que se reforme el funcionamiento social de los medios de comunicación colectivos en nuestro país.

Tenemos que considerar que debido a la aceleradísima transformación global que vivimos, de nada sirve intentar corregir los pies económicos, los brazos tecnológicos, las manos laborales, el estómago agropecuario, los pulmones ecológicos del país, etc; si no se modifica el alma mental que da vida a nuestra sociedad, pues el cuerpo, tarde o temprano, se vuelve a desmoronar y cada vez más, con mayor profundidad.

(1) Por la ausencia de una teoría crítica de los medios de comunicación, los movimientos de cambio social de izquierda no han sabido canalizar adecuadamente el nuevo uso político de éstos, como lo demuestran las experiencias de Chile, Argentina y otros países del tercer mundo. Sobre el caso consultar: Jean Baudrillard «Requiem Por los Media», en: *Crítica a la Economía Política del Signo*, Ed. Siglo XXI, México D.F., 1974, 1a. Edición, págs. 198 a 202; J. Martín Barbero, «Apuntes para una Historia de las Matrices Culturales de la Massmediación», Primer Foro Internacional de la Comunicación Social: Comunicación y Poder, Lima, Perú, 7 de junio de 1982, versión mimeografiada, pág. 1 a 3; Heberto Castillo, «Un Partido Revolucionario Mexicano», *Revista Proceso* N° 295, 19 de octubre de 1981, pág. 32; Armand Mattelart, «La Debilidad de la Izquierda ante las Nuevas Tecnologías del Capitalismo», *El Gallo Ilustrado* N° 952, 14 de septiembre de 1980, pág. 9; Hernán Uribe O., «Los Medios: Armas de la Guerra Encubierta», en: *Argentina, Cuba, Chile: Realidad Política y Medios Masivos*, Cuadernos del Centro de Estudios de la Comunicación N° 4 UNAM, México D.F., 1979, págs. 60 a 64; Alicia Gordon Strasser, «Chile: Comunicación Masiva y Coyuntura Política» (Comentario), en: *Argentina, Cuba, Chile: Realidad Política y Medios Masivos*, obra cit., págs. 71 a 75; Armand Mattelart, «Los Medios de Comunicación Masiva en una Situación Prerevolucionaria» en: *Revista Arte, Sociedad e Ideología* N° 2 agosto-septiembre de 1977, México D.F., pág. 86; Franz Hinkelammert, *Dialéctica del Desarrollo Desigual*, Ed. Universitaria de Valparaíso, Universidad Católica de Chile, Centro de Estudios de la Realidad Nacional, Santiago de Chile, 1972, pág. 125; Armand Mattelart, *La Comunicación Masiva en el Proceso de Liberación*, Ed. Siglo XXI, Buenos Aires, Argentina, 1973, págs. 11 a 13; Armand Mattelart, *Fuentes Culturales y Movilización de Masas*, Ed. Anagrama, Colección Elementos Críticos N° 3, Barcelona, España, 1977, págs. 28 a 29 y Armand Mattelart, «Transnacionales y Mercaderías Culturales», *Uno Más Uno*, 8 de julio de 1981, pág. 17.

(2) Existe un amplio consenso dentro de la incipiente teoría materialista y crítica de la comunicación de masas que hasta 1983 ésta se encuentra en un grado elemental de desarrollo. Al respecto consultar, Hugo Assman, «Las Necesidades Emotivo Utópicas de las Masas y la Comunicación Masiva», en: *Teología desde la Praxis de la Liberación*, Ed. Sígueme, Segunda Edición, Salamanca, España, 1979, págs. 247 a 248; Armand Mattelart, «La Debilidad de la Izquierda ante las Nuevas Tecnologías del Capitalismo», Obra cit., pág. 9; Mabel Piccini, «Sobre la Producción Discursiva, la Comunicación y las Ideologías», Universidad Autónoma Metropolitana-Unidad Xochimilco, México D.F., 1981, versión mimeografiada, págs. 24 a 26; J. M. Barbero, *Comunicación Masiva: Discurso y Poder*, Ed. Epoca, Colección Intiga N° 7, Quito, Ecuador, 1978, págs. 13 a 15 y 37 a 39; Ana María Fadul, Carlos Eduardo Lins Da Silva y Luis Fernando Santoro, «Comunicação, Hegemonia e Contra-Informação» (Documento Básico Do IV Ciclo de Estudios Interdisciplinarios Da Comunicação), Cortez Editora, INTERCOM, Sao Paulo, Brasil, 1982, págs. 10 a 12; Jean Baudrillard, Requiem por los Media, obra cit. Págs. 194 a 197; Daniel Prieto Castillo, *Elementos para una Teoría de la Comunicación*, Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa (ILCE), México D.F., 1978, págs. 6 y 7; Mabel Piccini, «La Investigación Sobre Medios de Comunicación en América Latina», Simposium Nacional de Comunicación: La Experiencia de América Latina frente a la experiencia Norteamericana, Universidad Iberoamericana, abril de 1978, México, D.F., pág. 10 a 16; Eliseo Verón, «Ideología y Comunicación de Masas: La Semantización de la Violencia Política», en: *Lenguaje y Comunicación Social*, Ed. Nueva Visión, Argentina, 1977, págs. 134 y 140; Armand Mattelart, «Comunicación y Cultura de Masas», en: *Comunicación Masiva y Revolución Socialista*, A. Mattelart, Patricio Biedman y Santiago Funes, Ed. Diógenes, México, 1972, págs. 11 a 13; J.M. Martínez, «Para Entender los Medios: Medios de Comunicación y Relaciones Sociales», en: *Ideología y Medios de Comunicación*, Autores Varios, Ed. Amorrortu, Argentina, 1974, págs. 126 a 128; Mabel Piccini, «La Situación de los Medios

de Comunicación en Argentina», Simposium: Comunicación y Dependencia en América Latina, Universidad Nacional Autónoma de México, México D.F., 1978, págs. 13 y 14; Hans Magnus Enzensberger «Integrantes de Una Teoría de los Medios Masivos de Comunicación», en: *Los Medios de Comunicación Colectiva*, Jaime Goded (Compilador), UNAM, FCPS, 1976. Serie Lecturas N° 1, págs. 60 a 65, 72 a 75 y 85 a 88; Hugo Assman, «El Cristianismo, Su Plusvalía Ideológica y el Costo Social de la Revolución Socialista», en: *Teología desde la Praxis de la liberación*, Obra cit., pág. 172; *Un Sólo Mundo Voces Múltiples. Comunicación e Información en Nuestro Tiempo*, Comisión Mac. Bride, Fondo de Cultura Económica, México 1980, págs. 40 a 44; y «La Izquierda no ha Considerando Prioritario el Tema de la Comunicación Social», C. Monsivais, Excelsior, 8 de mayo de 1983.

(3) Para una visión panorámica sobre algunos de los principales tópicos que el marxismo ha estudiado referente a los medios de comunicación, consultar *Marxism and the Mass Media: Towards a Basic Bibliography*, N° 1,2,3,4,5 y 6, International Mass Media Research Center, International General, New York; Armand Mattelart y Seth Siegelau, *Communication and Class Struggle*, Vol. 1, International Mass Media Research Center, International General, New York.

(4) Incluso, podemos pensar que es poco lo que se sabe en torno al tema de la información y la sociedad civil, y que raras veces se ha tratado la significación de la comunicación como parte de la sociedad civil. Menos aún ha sido estudiada en relación con el Estado y en su vinculación con las nuevas tecnologías de información. Por ello, creemos que, a pesar de que en América Latina apenas empieza a surgir una actividad de investigación y reflexión, existe una larga tradición en la región sobre los temas tomados por separados, o sea, sobre la comunicación y sobre la sociedad: Los puentes entre las dos áreas de análisis están por construirse. Esta tarea significa, por un lado, acabar con muchos de los estereotipos que existen sobre los procesos de comunicación de la sociedad; y por otro, empezar a formular nuevos interrogantes acerca de ello. Elizabeth Fox, «Comunicación y Sociedad Civil: Una Temática Incipiente», en *Revista*

Comunicación y Sociedad N° 7 Telemática y Sociedad, Buenos Aires, Argentina, 1982, pág. 44.

⁽⁵⁾ Nos referimos a los principales textos clásicos de la comunicación que en ninguno de sus apartados examinan esta realidad. Consultar Mr. G. Thoveron, *Sociologie Des Moyens de Communication Sociale*, Presses Universitaires de Bruxelles, 1a. Ed. París, 1972; A Romero Rubio, *Teoría General de la Información y de la Comunicación*, Ed. Pirámide, S.A., Madrid, España; G. Maletzke, *Sociología de la Comunicación Social*, Ed. Epoca, Colección INTIYAN-CIESPAL, Quito, Ecuador, 1976; David K. Berlo, *El Proceso de la Comunicación*, Ed. El Ateneo, Buenos Aires, Argentina, 1974, 5a. Reimpresión; Sandra Hybels y Richard L. Weaver, *La Comunicación*, Ed. Litton Educational Publishing, Inc., México D.F., 1976; Horacio Guajardo, *Teoría de la Comunicación Social*, Ed. Demoscopia, México D.F., 1970; Erich Feldmann, *Teoría de los Medios Masivos de Comunicación*, Ed. Kapelusz, Buenos Aires, 1977; *Un Sólo Mundo Voces Múltiples. Comunicación e Información en Nuestro Tiempo*, UNESCO, Fondo de Cultura Económica, 1a. Edición, México, 1980; Denis Mc. Quail, *Sociología de los Medios Masivos de Comunicación*, Ed. Paidós, Argentina, 1972; Jorge H. Pole, *Comunicación Social*, Ed. PROLAM, Argentina, 1974; Horst Halzer, *Sociología de la Comunicación*, Ed. AKAL, Madrid, España, 1978; Antonio García, *¿Comunicación Para la Dependencia o Para el Desarrollo?*, CIESPAL, Colección INTIYAN, Quito, Ecuador, 1980; y muchos otros.

⁽⁶⁾ Antonio Gramsci, «Problemas Escolares y Organización de la Cultura», en: *Los Intelectuales y la Organización de la Cultura*, Obras de Antonio Gramsci, Tomo 2, Ed. Juan Pablos, México D.F., 1975, págs. 125 a 126.

⁽⁷⁾ Antonio Gramsci, «La Opinión Pública», en: *Pasado y Presente*, Ed. Granica, Buenos Aires, Argentina, 1974 1a. Edición, pág. 203.

⁽⁸⁾ Por Aparatos de Difusión de Masas (ADM) entendemos el conjunto de instituciones e instrumentos culturales, que derivados del acelerado desarrollo que alcanzan las fuerzas productivas con la Primera, Segunda y Tercera Revolución Industrial (tecnologías especialmente

de carácter electrónico); son capaces de producir, distribuir e inculcar las ideologías de la clase o fracciones de clases que los detenta. Esto realizado en la proporción más voluminosa, en la cobertura más amplia, y con la incidencia más constante, sobre los campos de conciencia de los diversos grupos sociales que componen la formación social donde se inscriben.

⁽⁹⁾ Ludovico Silva, *Teoría y Práctica de la Ideología*, Ed. Nuestro Tiempo, México D.F., 1971, págs. 153 y 181.

⁽¹⁰⁾ Fernando Carmona, "«El Subdesarrollo y la Apertura», en: *Reforma Educativa y Apertura Democrática*, Ed. Nuestro Tiempo, Varios Autores, México D.F., 1972, pág. 17 a 25.

⁽¹¹⁾ Maurice Duverger, Carta Abierta a los Socialistas, tomado de «Neocapitalismo Contaminante», *Excelsior*, 22 de abril de 1981, pág. 6.

⁽¹²⁾ Rafael Roncagliolo, «Comunicación: Cambio Social y Necesidad de un Nuevo Marco Conceptual», Documentos ILET, septiembre de 1977, México D.F., págs. 1 a 4 y 19 a 29; y *Comunicación y Culturas Transnacionales: Proposiciones Críticas*, Seminario «Comunicación y Cultura Transnacionales», Universidad de Texas e Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales, Austin, Texas, 2 a 5 de junio de 1982, versión mimeografiada, págs. 12 y 13.

⁽¹³⁾ Armand Mattelart, «La Comunicación de la Crisis», Primer Encuentro Latinoamericano Sobre la Enseñanza de la Comunicación, Universidad Autónoma Metropolitana - Xochimilco, Departamento de Educación y Comunicación, México D.F., 1978, versión mimeografiada, págs. 22 y 23; *Comunicación y Nueva Hegemonía*, Ed. Comisión Evangélica Latinoamericana de Educación Cristiana (CELADEC), Lima Perú, 1981, pág. 40; y «La Debilidad de la Izquierda ante las Nuevas Tecnologías del Capitalismo», *El Gallo Ilustrado* N° 952, 14 de septiembre de 1980, pág. 8.

⁽¹⁴⁾ Fernando Reyes Matta y Rafael Roncagliolo, *Iglesia, Prensa y Militares: El Caso Riobamba y los Obispos Latinoamericanos*, Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales (ILET), México D.F., 1978, pág. 80.

⁽¹⁵⁾ Enrique Guinsberg, *Los Medios Masivos de*

Comunicación y La Formación Psicosocial, Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales (ILET), México D.F., septiembre de 1978, versión mimeografiada, págs. 8 a 17 y 48 a 51.

⁽¹⁶⁾ Juan Somavia, «La Comunicación y el Modelo Transnacional de Desarrollo», *Revista Nueva Sociedad* N° 38, Septiembre-Octubre de 1978, Venezuela, págs. 33 a 36.

⁽¹⁷⁾ Noreene Janus y Rafael Roncagliolo, *Publicidad Transnacional, Medios de Comunicación y Educación en los Países en Desarrollo*, Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales (ILET), México D.F., 1980, págs. 2 a 5.

⁽¹⁸⁾ Ana María Fadul, *O Futuro No Presente. Perspectivas Para una Teoría dos Meios de Comunicação de Massa*, Tese de Doutorado, Departamento de Filosofia, Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidad de Sao Paulo, Brasil, 1980, págs. 27 a 30; *Hegemonía e Contra-Infomação: Por una Nova Praxis de Comunicação*, en: *Comunicação, Hegemonia e Contra-Infomação*, Carlos Eduardo Lins da Silva, Coordinador, Cortez Editora, INTERCOM, Sao Paulo, Brasil, 1982, págs. 33 y 34; y «Meios de Comunicação de Massa e Educacao ne Brasil: Una Perspectiva Crítica», Cuadernos INTERCOM, N° 4, Sociedad Brasileña de Estudios Interdisciplinarios de Comunicação; Cortez Editora, outubro, 1982, Sao Paulo, Brasil, pág. 39.

⁽¹⁹⁾ Carlos Mosivais, «Los de Atrás se Quedarán» (Notas Sobre la Cultura y Sociedad de Masas en los Setenta), *Revista Nexos* N° 26, febrero de 1980, México D.F.

⁽²⁰⁾ Comisión Internacional de Estudios de la Comunicación, Informe Provisional Sobre los Problemas de la Comunicación en la Sociedad Moderna, UNESCO, París, 1978, págs. 23, 49, 53, y 54; y *Un Sólo Mundo Voces Múltiples. Comunicación e Información en Nuestro Tiempo*, UNESCO, Ed. Fondo de Cultura Económica, México D.F., 1980, págs. 76 y 172.

⁽²¹⁾ Raúl Cremoux, *La Legislación Mexicana de Radio y TV*, Prólogo de Armando Labra, Universidad Autónoma Metropolitana - Xochimilco, México D.F., 1982, pág. 7.

⁽²²⁾ Nos referimos a los artículos, «La Comunicación Sistema Nervioso de la Sociedad»,

El Sol de México, 22 de octubre de 1974; «La Información y la Opinión», Excelsior, 12 de julio de 1976; «La Guerra de la Información», Uno Mas Uno, 7 de noviembre de 1978, pág. 18; «El Nuevo Orden Mundial de la Información», El Día, 23 de noviembre de 1980; «Incomunicación Social», Excelsior, 3 de febrero de 1980; «La Comunicación Colectiva», El Nacional, 8 de junio de 1981; El Periódico Misil del Siglo XXI, El Herald, 10 de junio de 1980; «Cultura y Comunicación», La Semana de Bellas Artes, N° 198, 16 de septiembre de 1981; «Efectos de la Comunicación Social», El Día, 22 de abril de 1982; «Comunicación y Control», 21 de febrero de 1983.

⁽²³⁾ Rafael Roncagliolo, *Comunicación y Cultura Transnacionales: Proposiciones Críticas*, obra cit., pág. 12. Complementando este aspecto Roncagliolo y Reyes Matta señalan que «la importancia de la iglesia como aparato ideológico dominante se ha visto desplazada, primero por el desarrollo del aparato de educación formal (y por el crecimiento de la educación laica), y más recientemente por la expansión de los medios de comunicación colectiva. Al lado del aparato escolar y de los medios de comunicación, la influencia ideológica de la iglesia se ha minimizado. Piénsese por ejemplo, en los magros resultados de sus campañas contra el control de la natalidad. Rafael Roncagliolo y Fernando Reyes Matta, *Iglesia, Prensa y Militares*, obra cit., pág. 80.

⁽²⁴⁾ Es muy importante aclarar que cuando afirmamos que las tecnologías de información se han convertido en los principales aparatos de hegemonía, en ningún momento queremos reproducir la visión idealista de la hegemonía que postula que ésta se produce sólo y desde la esfera cultural desvinculada de las principales exigencias y procesos económicos y políticos de la sociedad. Al contrario, en todo momento reconocemos que el consenso que se produce vía medios de comunicación no se reduce solamente al momento superestructural del fenómeno; sino que como toda relación de fuerza que es, surge desde el corazón de la infraestructura y de sus contradicciones materiales. Sin embargo, por necesidades metodológicas de

recorte de nuestro objeto de estudio, no examinaremos todo el recorrido macro social que acompaña a los procesos de construcción de la hegemonía. En esta ocasión, sólo analizaremos las vías de salida de este reflejo ideológico a través de las tecnologías de comunicación.

⁽²⁵⁾ Para ampliar las características de la nueva educación que se da a través de las tecnologías de información, consultar de Alberto Montoya Martín del C. y Ma. Antonieta Rebeil, «El Impacto Educativo de la Televisión Comercial en los Estudiantes del Sistema Nacional de Telesecundaria», en: *Televisión y Enseñanza Media en México: El Sistema Nacional de Telesecundaria*, Vol. II, SEP, SHCP, SPP, México D.F., 1981, pág. 170 y siguientes.; y Javier Esteinou Madrid, «Los Medios De Comunicación y la Capacitación de la Fuerza del Trabajo», Cuadernos del TICOM, N° 23, Departamento de Educación y Comunicación, Universidad Autónoma Metropolitana - Xochimilco, México D.F., 1983.

⁽²⁶⁾ Es sumamente importante aclarar que la posición de Antonio Gramsci y de José Carlos Mariátegui respecto a la escuela como aparato de hegemonía principal, son evaluaciones históricas correctas para su época. Es decir, no debemos aplicarle a este pensamiento la misma crítica correctiva que le dirigimos a la corriente althusseriana, pues son fenómenos distintos. Esto debido, a que Gramsci formula esta concepción en Italia entre 1917 y 1923, y Mariátegui en Perú en 1925, cuando objetivamente los proyectos hegemónicos del Estado italiano y peruano, descansan su peso de dirección consensual, fundamentalmente sobre la acción cultural que ejerce la escuela y el aparato político. Por lo tanto, debe reconocerse que ambas apreciaciones conceptuales, parten de un nítido análisis objetivo sobre el tipo de realidad cultural que viven dichas sociedades en proceso de incorporación a la dinámica de industrialización capitalista.

⁽²⁷⁾ Recordar los argumentos de L. Althusser sobre la escuela como principal aparato ideológico, en *Ideología y Aparatos Ideológicos del Estado*, Comité de Publicaciones de la Escuela Nacional de Antropología e Historia, México 1975, págs. 37 a 38.

⁽²⁸⁾ Para comprender por qué la televisión se ha

convertido en el principal medio de comunicación en la sociedad contemporánea, consultar nuestro trabajo: «Los medios de comunicación y la construcción de la hegemonía», Ed. Trillas, México, D.F., 1992, 200 páginas.

⁽²⁹⁾ Por otra parte, es alarmante y aleccionador para la sociología crítica del estudio del receptor, que quienes con mayor exactitud, sutileza y eficacia conocen el perfil de comportamiento del auditorio es el sector dominante, que impulsado básicamente por el capital industrial y comercial, se dedica, a través de las técnicas de la mercadotecnia y publicidad, a radiografiar los diversos patrones de aspiraciones, gustos, comportamientos, debilidades, actitudes, preferencias, inclinaciones, etc., del receptor, con objeto de integrarlo al proyecto de desarrollo del capital nacional e internacional. Javier Esteinou Madrid, «El estudio materialista de la comunicación de masas», Cuadernos del TICOM N° 1, Taller de Investigación para la Comunicación Masiva, Departamento de Educación y Comunicación, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, marzo de 1979, pág. 9.

⁽³⁰⁾ Hoy 92 de cada 100 adultos mexicanos saben leer y escribir, Excelsior, 13 de diciembre de 1986; Reconocimiento de la UNESCO al gobierno mexicano por los resultados de programas de alfabetización, Uno Más Uno, 9 de septiembre de 1987; Descendió el analfabetismo a 7.6%, Uno Más Uno, 27 de marzo de 1987.

⁽³¹⁾ Respuesta al festival del donador altruista de sangre, Excelsior, 14 de octubre de 1987.

⁽³²⁾ «Las campañas de vacunación han logrado reducir 35% las enfermedades infantiles», Excelsior, 12 de marzo de 1986; «El próximo sábado la segunda jornada de vacunación antipolio», Excelsior, 22 de marzo de 1986; «Serán inmunizados contra la polio más de doce millones de niños», Excelsior, 14 de enero de 1987; «Millón y medio de niños serán vacunados contra la polio en el D.F.», Excelsior, 21 de enero de 1987; «Aplicarán hoy a 12 millones de infantes la vacuna antipolio», Excelsior, 24 de enero de 1987; «Se inmunizó contra la polio a 12 millones de infantes», Excelsior, 25 de enero de 1987; «Aplicó la armada 75 mil dosis de vacuna antipolio», Excelsior, 29 de enero de 1987;

«Vacunados más de 10 millones de niños contra difteria y tosferina», Excelsior, 23 de mayo de 1987; «Del 26 al 30, vacunas contra el sarampión: SSA», *Uno Más Uno*, 20 de octubre de 1987.

⁽³³⁾ «Cada vez más consumidores hacen valer sus derechos», Pliego Montes, Excelsior, 11 de febrero de 1987.

⁽³⁴⁾ «Al maratón de Guadalajara 4.000 corredores», Excelsior, 4 de febrero de 1987; «150.000 atletas en la carrera de la Constitución», Excelsior, 8 de febrero de 1987; «El paseo ciclista, un freno a la contaminación», Excelsior, 5 de junio de 1987.

⁽³⁵⁾ «Bajaron los accidentes laborales en 57%» IMSS, Excelsior, 10 de febrero de 1987.

⁽³⁶⁾ «Reconoció MMH el apoyo publicitario a las campañas del sector público», Excelsior, 29 de septiembre de 1987.

⁽³⁷⁾ «Está preparando al FSTSE a 450.000 promotores del voto», Excelsior, 2 de julio de 1987.

⁽³⁸⁾ Esteinou Madrid, Javier, «La reconstrucción y los medios de comunicación», *El Búho*, N° 15, suplemento cultural de Excelsior, 22 de diciembre de 1985; Esteinou Madrid, Javier, *Televisión y memoria social* (dos partes), *El Búho*, N° 35 y 36, Excelsior, 11 y 18 de mayo de 1986.

⁽³⁹⁾ «La violencia televisada produce graves y prolongados daños síquicos en los niños», Excelsior, 8 de agosto de 1992.

⁽⁴⁰⁾ «La violencia televisada produce graves y prolongados daños síquicos en los niños», Excelsior, 8 de agosto de 1992.

⁽⁴¹⁾ «La televisión sin cerillos quemó una casa», Excelsior, 7 de noviembre de 1993.

⁽⁴²⁾ «La violencia televisada produce graves y prolongados daños síquicos en los niños», Excelsior, 8 de agosto de 1992.

⁽⁴³⁾ *La televisión y los niños. Conocimiento de la realidad televisiva vs. conocimiento de la realidad nacional*, Cuadernos del Consumidor, Instituto Nacional del Consumidor (INCO), México, D.F., noviembre de 1982.

⁽⁴⁴⁾ *Usos comerciales de la televisión infantil*, *Uno Más Uno*, 9 de enero de 1988; «Diario 5 denuncias de maltrato de menores en Chihuahua», Miranda G., Excelsior, 29 de octubre de 1992; «En 6 meses el DIF recibió 119 denuncias

por maltrato infantil», *El Financiero*, 13 de septiembre de 1993; «Es inexistente en México una política que contemple a los niños. Ni siquiera ha sido planteada», *Uno Más Uno*, 27 de octubre de 1993. «Simplemente en la ciudad de León, Guanajuato, los casos de 'violencia interfamiliar' -maltrato a los hijos, la mujer y el anciano- aumentó tanto que en 1993 se presentaron 30 denuncias mensuales como promedio y en 1992 el Ministerio Público registró 203 casos de denuncias por rapto, secuestro y tráfico de menores. Creciente violencia intrafamiliar se registra en León», Alcántara S, Excelsior, 22 de febrero de 1993.

América Latina: racionalidad polícroma

Roberto Follari (*)

Se ha dicho hasta el cansancio: Latinoamérica aparece -sobre todo contrastada con Europa- como «lo otro» de la linealidad iluminista, como el espacio de lo heterogéneo, lo colorido, lo vital, y lo inmediato.

Advertido como pura naturaleza que se opondrá a la cultura, lo latinoamericano es teñido de una serie de caracteres cuasi míticos: la selva, la montaña, los territorios inmensos y despoblados, lo urbano nunca abarcativo de la población, lo marginal de las ciudades como continuidad caotizada del espacio cultural campesino, las luchas políticas frontales, el reino de la corrupción y del narcotráfico. Una combinación desorbitada de elementos dispares, cuyo factor común es esa imposibilidad de quedar sometidos totalmente a la lógica de la racionalidad sistemática, ese resentir (aún cuando sólo parcialmente, debemos aclarar) a los embates de la técnica y la modernización. Espacio de lo telúrico, de la geografía entronizada, aparece entonces como lugar donde la vida aún no está totalmente colonizada por la técnica, donde el verde de lo inmediato no ha sido subordinado al gris de la teoría, de la burocracia, el número y el cálculo, la vida urbana, la racionalización normativa, el rendimiento.

Por supuesto, esta versión es un tanto maniquea. El iluminismo pasó por Latinoamérica en el siglo XIX, tuvo su específica recepción, y fue releído en la clave posible dentro del subcontinente. Aún si al estilo de Sarmiento se lo quiso imponer ciegamente, es indudable que la aplicación se vio limitada y mediada

por las condiciones de nuestros países geográficamente excéntricos y poblacionalmente indígenas y mestizos. Aún la violenta masacre de los indígenas en Argentina es paradójica muestra de que la inserción en el espacio de la «civilización» no podía hacerse por el camino corto de la asimilación inmediata: la imitación de Europa no podía ser mimética.

No somos, por ello, ajenos a las instituciones de la democracia burguesa, ni a las de la racionalización burocrática de la administración. Las hemos recibido e incorporado. Pero también es cierto, de la manera específica que hace a su inserción en culturas totalmente diferentes, en economías rurales y a menudo elementales, en campos de significación totalmente otros a los que sirvieron de suelo a aquellas instituciones referidas.

He aquí el suelo de lo «real maravilloso» latinoamericano, aquello que se expresó en nuestras novelas, que se encuentra desde García Márquez a Carpentier. El sabor a lo no totalmente domesticado, a la heterogeneidad de campos de racionalidad en convivencia y superposición, a una cultura incorporada pero no totalmente asumida. Esta especie de mezcla, de collage en acto, que lleva a confundir con el ensueño, en tanto disloca los órdenes esperables, cuestiona la expectativa tomada como razonable. Por eso la imaginación desbocada, el entendimiento de que en Latinoamérica todo puede ocurrir, la inminencia de lo permanentemente desmesurado, en tanto no encorsetado en el cálculo y la premeditación, la sistematicidad y el método. Latinoamérica, modernizada pero nunca del todo, la de las ciudades más abigarradas del mundo, la de lo urbano más rústico y azaroso, en tanto es lo rural lo que permanentemente lo nutre con su flujo incesante de desocupados. San Pablo y México D. F. que multiplican largamente en tamaño y población a Roma, Frankfurt o París.

¿A quién podría ocurrírsele que la cultura que fluye en este espacio social pueda ser entendida en términos de pura argumentación, de racionalidad discursiva, de explicación exclusivamente mediada por la racionalidad occidental?

Para nada afirmamos que la razón europea no esté presente entre nosotros. Es más: sostenemos que es positivo que exista, en tanto pone límites a desbordes

del poder político, económico o militar: bien lo sabemos luego de las dictaduras de los años setenta. Ni por asomo sugeriríamos -contra algún telurismo esencialista- que tal racionalidad no es intrínsecamente ajena, y que por tanto deberíamos renegar de ella, para hurgar en los arcanos de nuestras raíces y de nuestros sentires originarios. No creemos en destinos prefijados, ni en historias maniqueas. Mucho menos en esencias que se despliegan, ni identidades constituidas al margen de las influencias ajenas. Por el contrario, toda identidad se constituye desde el Otro, desde los otros.⁽¹⁾ De manera que rechazamos los intentos de confiarnos a una especie de purismo sustancialista por el cual estaríamos condenados a seguir siendo lo que alguna vez fuimos en orden a una supuesta fidelidad al pasado. Sólo nos hacemos reconstitu-yéndonos cada vez, y cada nuevo acto nos re-define más allá de lo que éramos antes de concretarlo.

Rechazamos -por ello- todo intento de «naturalizar» nuestro destino histórico, realizado ya sea para realzar este o rechazarlo, venga desde mirada europea, latinoamericana eurocéntrica o latinoamericana «purista». Somos la mezcla inevitable que cualquier conformación cultural constituye. Estamos asentados sobre una vastedad de influencias, y somos hijos a la vez de factores múltiples, no integrables armónicamente, para nada previamente ordenados según algún libro ideal donde se desplegaría la racionalidad platonizante (o la originaria pureza del «Arké»).

En este espacio de la desmesura subcontinental, en este fluir heteróclito de disonancias, la palabra ha asumido una carga especial de abundancia y multivocidad.

La polifonía enunciativa presente en cualquier discurso y cultura, ha encontrado posibilidades sorprendentes: es esto lo que la literatura del «boom» precipitó. Aquel Artemio Cruz de Carlos Fuentes, o los chicos de La ciudad y los perros del primer Vargas Llosa, no respetaban género, número, léxico, relación entre sujeto y predicado. Con una particular sintaxis se expandían en discursos entrecortados y entrelazados, indiscernibles en cuanto al quién de su emisor. Así aprendimos el verbo inagotable de la escritura de García Márquez, y habíamos abrevado previamente en el decir castellano y simultáneamente mestizo de

Miguel Asturias, o en el barroquismo proliferante de Carpentier, a una vez clásico y renovador.

Esto que la literatura plasmaba, tal vez paradigmáticamente en la voz territorializada y carnal de Pablo Neruda, podemos hallarlo en cualquier calle de México o Perú: modernidad y tradición entremezcladas, multiplicidad de etnias, culturas superpuestas, supermercados y shoppings a la vez que mercados populares. Antojos de comida al paso expendidos por vendedores ambulantes, frente a las cadenas internacionales de hot-dogs y hamburguesas. Carteles en castellano, en versión escrita de las lenguas nativas, en inglés.

Es esto lo que el barroco estilístico ha intentado capturar. La literatura muestra un espacio de decires múltiples, relativos a orígenes culturales dispares, y por ello nunca asimilables a un tronco único, o a un código común. Encontramos una Babel donde existen enunciadores variados, que hablan desde sí produciendo una monumental e informalizable mezcla de dialectos, sociolectos, discursos diferenciales. Y es en esta barahúnda de discursos, en este exceso de la palabra, donde podemos también encontrar el límite de ésta.

Porque precisamente la contracara de esta realidad es que tal abundamiento discursivo conlleva la limitación en la comunicación, la no traducción entre lenguajes inconmensurables, la mutua incomprendibilidad; ahondada por razones sociopolíticas de enormes desigualdades de acceso a bienes y servicios, y de posibilidades de participación en el poder. No todos hablan desde los mismos lugares, según ya habíamos señalado. De modo que hay lenguajes que no se entrecruzan; simplemente se superponen en el espacio geográfico, pero no en el social: allí corren paralelos el mundo de las elites modernizadoras, y el de los grandes sectores de asalariados pobres marginalizados. Las paralelas no se tocan: son líneas exteriores entre sí. Hay silencio mutuo, las emisiones van de cada hablante sólo hacia los componentes de su mismo sector social. Cuando el poder habla hacia los grupos subalternos, lo hace en un lenguaje que a estos les es exógeno.

Multiplicidad de palabras, pero para nada comunicación fluida, espacio de comprensión mutua, uso

Notas

⁽¹⁾ Puede verse la compilación de los trabajos del seminario dirigido por Levi-Strauss, C., *La identidad*, Ed. Petrel, Barcelona, 1981. Se advierte como la identidad es construida, nunca a priori.

sistemático de la argumentación en la búsqueda de convencer. Más bien barahúnda desordenada de expresiones, como de objetivación de la propia experiencia desde lugares agónicamente lejanos entre sí, a menudo excluidos del dónde, el otro piensa a su receptor. Oquedad y vaciamiento de los fluidos «canales de comunicación» imaginados por alguna doctrina ingenuamente simplificadora.

Es en este espacio donde surge la dimensión del silencio. Requerido por la palabra para definirse como tal, para estipularse como diferencia, el silencio es también la concretización de los límites de la palabra misma. Espacio donde precipita a veces el sentido de lo previamente dicho u oído, es también ejercicio del derecho de lo inexpresable, disposición para lo inefable, ocasión para el sin-sentido mismo, coto a la palabrería y al fluir casi ilimitado del verbo.

En tanto sitio donde la palabra prolifera pero a la vez muestra abiertamente cómo no comunica de manera unívoca, nuestro subcontinente presenta de forma visible lo inútil de su insistencia, aquello donde ella deja de guardar efecto. Por esto, el silencio también llama a ser tenido en cuenta entre nosotros.

Lo inexpresable ha sido pensado en diversas versiones. Una es la ya referida de Wittgenstein: lo no remisible a figura, lo no -pictórico, lo no puesto delante como objeto resiste a la puesta en palabra. Mejor no hablar de lo que no puede ser dicho.

En otras tradiciones, algunos autores se han ocupado del tema.⁽²⁾ Creemos que es en el humanismo existencialista y personalista donde este se ha hecho más presente. Por remisión a G. Marcel, fue E. Mounier quien insistió en la comunicación intersubjetiva como acontecer donde se juega un más allá de lo dicho. No es decible la sensación que comporta el decir mismo, no podría uno en círculo ir diciendo todo -sin resto- lo que siente mientras habla o escucha, o simplemente cuando acompaña al otro. El «estar junto a», el «estar con», no se hace reductible a lo discursivo. La comunicación no es sólo un hecho de discurso.⁽³⁾

Una filosofía ligada a la teología hebrea, como es la de M. Buber, también ha trabajado sobre la cuestión. En lenguaje in-timista y buscadamente no impersonal, se propone la relación en-tre «yo y tú» como

campo donde la temporalidad se vuelve acontecimental, donde el tiempo se volvería, diríamos nosotros, «vertical», en tanto intenso, en tanto lo vivido-con se efectúa, se sostiene. En ese campo de mutualidad, el silencio es a menudo imprescindible, exigencia de calibrar la vivencia, de captar el semblante del otro, de acompasar las sentencias verbales. Requerimiento irrenunciable, frontera a lo que de sobrante puede guardar la apelación a la palabra.⁽⁴⁾

Este breve recorrido nos permite advertir que los derechos del silencio también han alcanzado dignidad teórica: han sido trabajados filosóficamente, aún cuando la palabra prefiera tomarse a sí misma como objeto. Tales derechos no hallan difícil encontrar soportes concretos en Latinoamérica: el silencio ha sido a menudo la respuesta del indígena a la aculturación forzada, la astucia del mestizo frente al racismo a favor del blanco, la resistencia opaca al dominio incesante asumida por los sectores populares. No sólo en los discursos alternativos se ha enancado la propia identidad: a veces se sostiene en la simple terquedad del negarse al habla, y de remitirse a sí y a lo propio -a «los propios» de la comunidad práctica de vida-

También por lo que estamos señalando creemos que no puede insistirse en la sola discursividad como espacio donde se da el intercambio simbólico de la sociedad, donde puede metabolizarse el conflicto y elaborarse las diferencias. La excedencia a lo discursivo sostiene el peso de la irreductible pluralidad, de la primariedad de lo vivido frente a lo expresable predicativamente, de la primacía del cuerpo frente al logos y de la materialidad ante la conciencia.

Vale la pena, entonces, desconfiar del lenguaje, advertir su límite y entender la mutua referencia a un «mundo común» no como obvia pertenencia de todos al mismo espacio, sino como punto de encuentro equívoco entre subjetividades diferenciadas. Sólo hasta allí podemos comunicarnos; como mostraron los existencialistas y radicalizó Lacan, cada uno produce «un mundo» o lo habita solipsistamente. No hay comunicación plena ni habitamos universos con armonía preestablecida donde significados previos trascendentales nos garantizarían la remisión a las mis-

⁽²⁾ Xirau, R., *Palabra y silencio*. Ed. Siglo XXI, México, 1968.

⁽³⁾ Mounier, E., *El personalismo*, Ed. Eudeba, Buenos Aires, 1966.

⁽⁴⁾ Buber, M., *¿Qué es el hombre?*, Ed. Fondo de Cultura Económica, México, 1972.

mas entidades cada vez que cada uno de nosotros las mentamos.

Del sentido y los sentidos

Hemos sostenido la imposibilidad de reducir la cuestión del sentido sólo a lo que vehiculiza el lenguaje articulado. Habita en intersticios, juega en claroscuros no siempre tipificables, evanescentes.

Ello no debiera llevarnos a confundirlo con la ausencia de sentido. Esta puede incluso sostenerse en el lenguaje: es ello lo propio de «lo banal del habla» de Heidegger, asunto que ocupó también a diversos analistas del capitalismo avanzado.⁽⁵⁾ Puede producirse sinsentido precisamente a través de mostrar la inanidad de lo comunicado, el aniquilamiento de lo significativo y lo relevante.

La liquidación del sentido fue asumida como un logro, desde el posestructuralismo a la posmodernidad. Hemos analizado este fenómeno⁽⁶⁾: frente a la sociedad logocéntrica, ante su sentido «duro» autoritariamente impuesto, representó un desquite necesario la deconstrucción de esas formaciones que enclaustraban toda acción en sistemas normativos rígidos, en la «ontoteología» por la cual toda intención remitía a un libreto previo escrito en el espacio del deber ser. La época de lo «autoritario-revolucionario»⁽⁷⁾ se caracterizó por la estipulación sistemática, metódica de qué es lo que había necesariamente que realizar. Por ello, desde las vanguardias artísticas al posestructuralismo, constituyó un logro mostrar que el campo de la significación tenía autonomía y no quedaba atrapado como «copia»; reivindicación del hacer obra como acto, como producción. Producción cuyo contenido era la disolución del tiempo administrado, de la burocratización de la existencia, de la progresiva despersonalización de los procesos de relacionamiento. Se buscaba luchar contra la tendencia predominante de la modernidad hacia el dominio generalizado del mundo por vía del cálculo. No calcular era liberarse frente a ese sentido impuesto por los grandes relatos religiosos, filosóficos y políticos.

Lo posmoderno realizó «en acto» esta liquidación

de la metafísica; las condiciones crecientes de la vida tecnológicamente mediada, el vértigo permanente de la experiencia, la pérdida de posibilidad de sostener un yo centrado que organice coherentemente el conjunto de las vivencias disímbolas, llevó de hecho a eliminar la posibilidad de atadura a sistemas rígidos de pensamiento. El sentido se liberó hacia la pluralidad, la diferencia, lo efímero. Allí se encontró todo lo que era imposibilizado por la rigidez de la existencia moderna. El universo «light» se instaló en la tibieza del narcisismo, el descompromiso y la atención de lo inmediato: las abstracciones pasaron a formar parte del terrorismo del concepto, de la imposición totalizante del Logos, de la pretensión pedagogizante de hacer de cada vida una atadura a ejemplares universales previamente diseñados.

Todo esto es por demás conocido como para abundar en ello. Menos se ha hablado de la crisis que puede advertirse hoy en el territorio mismo de esta configuración cultural.

Los textos iniciales sobre posmodernidad corresponden a comienzos de la década de los ochenta. Entonces, el éxito de la economía europea era evidente, la ocupación laboral casi plena, la estabilidad política absoluta, el aumento del producto bruto algo tangible. La unión política del viejo continente esperaba a la vuelta de la esquina, de manera que un destino de cómoda grandeza albergaba aparentemente a Europa, recostada en las facilidades del consumo generalizado y la bonanza prolongada.

Nada de ello es hoy igual. No podría en modo alguno hablarse de crisis económica, pero sin duda el tema del desempleo es altamente preocupante. Países como Italia o Suecia, con estados propietarios de enormes empresas, comienzan ajustes económicos, con la inquietud política consiguiente. Aparecen los skinheads como fruto del desempleo y la auto-complacencia eurocéntrica; exactamente lo opuesto de la tolerancia posmoderna. Los conflictos nacionalistas pululan: Bosnia el más visible, pero no ha desaparecido el del país vasco, y hubo violentos enfrentamientos en Georgia o en Chechenia, como fruto de la desintegración de lo que fue la Unión Soviética. La izquierda democrática obtuvo algunos triunfos electorales inesperados, por ejemplo, en Por-

⁽⁵⁾ Fromm, E., *Psicoanálisis de la sociedad contemporánea* (original: *The sane society*), Ed. Fondo de Cultura Económica, México, 1966; Marcuse, H., *El hombre unidireccional*, Ed. Joaquín Mortiz, México, 1969.

⁽⁶⁾ Follari, R., *Modernidad y posmodernidad: una óptica desde América Latina*, Ed. Aique/reij/IDEAS, Buenos Aires, 1990. Cap.I.

⁽⁷⁾ Lipovetski, G., *La era del vacío*, Ed. Anagrama, Barcelona, 1986.

tugal, Grecia y aún en Polonia. Y la derecha neofascista ganó Rusia. Hay cierto retorno de los extremos del espectro político que habían desaparecido en los ochenta, cuando la democracia parlamentaria parecía prometer un largo lapso de presencia sin interrupciones ni inconvenientes. Y ha recrudescido la violencia como mecanismo para dirimir las diferencias étnicas y nacionales.

Las situaciones han cambiado, la realidad no es la misma, pero los análisis no se han renovado. La producción teórica sobre lo posmoderno ha bajado de frecuencia, síntoma de dos cuestiones a la vez: agotamiento de la posibilidad de decir cosas nuevas sobre hechos ya repetidos, e imposibilidad de repetir las mismas cosas sobre hechos nuevos que ya no son legibles en aquella única clave. El desmoronamiento de la producción escrita sobre lo posmoderno (¿qué de trascendente se ha publicado al respecto los tres últimos años en los países centrales?), corre en paralelo con cierta declinación del fenómeno en su inicial «estado puro».

Por ello es legible como un verdadero síntoma el que Lipovetski muestre tanta imposibilidad de dar razón de aquello que se opone a sus propias -ya añejamente asumidas- tomadas de partido. Su alegre celebración de la fiesta posmoderna se da de bruces contra una realidad considerablemente más conflictiva y violenta.

Así es de destacar el final de su segundo libro,⁽⁸⁾ cuando de pronto registra que nunca tantas mujeres vivieron solas, tantos hijos estuvieron sin sus padres, tantos ancianos fueron lisa y llanamente abandonados, realidad seguramente no grata. Este verdadero «lapsus» del autor no es resuelto por el texto: simplemente se enuncia la cuestión, para finalmente negarla afirmando que de cualquier modo no se trata de la tendencia principal de la condición cultural contemporánea.

En un artículo posterior reaparece la misma situación;⁽⁹⁾ es cierto que hay hechos sociales visibles que no concuerdan con el punto de vista según el cual hemos llegado al oasis del mundo a la carta, a la tranquilidad y comodidad del consumo a medida de cada uno, la distensión de la moral autoterminada. Hay hechos que disuenan, y no son pocos: pero en ningún caso afectan al esquema expli-

cativo. Por el contrario, hacen resaltar la mayoritaria presencia del universo cultural «cool», son excepciones que confirman la terquedad de la regla hegemónica.

Nos permitiremos interpretar a Lipovetski en clave kuhniiana. Como cualquiera que se instala en un paradigma (y la perpetuación en este no es sólo cuestión conceptual, sino primordialmente cuestión de instalación en espacios donde se ha obtenido la aparente certidumbre, a la vez que la consagración pública), el autor ha dejado de percibir aquello que es no congruente con el paradigma mismo. Las anomalías se niegan en nombre de la uniformización de la explicación previamente vigente. El paradigma sigue siendo sostenido por quienes realizaron con él investigaciones exitosas; sólo la fuerte aparición de una explicación alternativa hará caer la resistencia a advertir aquello que no es integrable en la explicación por lo ya preconfigurado.⁽¹⁰⁾

De modo que los autores posmodernistas se niegan a advertir lo que -por encontrarle una denominación- hemos llamado «la inflexión» de la posmodernidad.⁽¹¹⁾ Que no constituye para nada una vuelta al pasado: ello no es posible ni deseable. Pero sí la irrupción de algunos fenómenos que tuvieron presencia en la modernidad, jugados ahora en un nuevo formato, el de lo posmoderno.

Las fuertes composiciones de sentido propias de lo moderno dejaban poco lugar a la subjetividad. O se entraba en los duros moldes preestablecidos, o se quedaba fuera de la autolegitimación; a partir de allí, comenzaban la depresión, la agresión generalizada, u otros modos de canalización de la angustia. La moral «dura» producía a la vez culpa en los transgresores, y alta inhibición en los que se adaptaban. De modo que las dificultades para acercar el comportamiento a las normas resultaban inevitables, y conducían a una irremisible tensión. Es esto lo que Lipovetski mismo -o Vattimo- se han ocupado de destacar: lo posmoderno habría aliviado la situación, permitido el final de la norma exógena y la exigencia férrea, una situación más autocomplaciente y menos ansiógena. Así lo «light» daría espacio al disfrute de sí mismo, al tiempo personal, al no responder la exhortación tiránica de los relatos maestros.

⁽⁸⁾ Lipovetski, G., *El imperio de lo efímero*, Ed. Anagrama, Barcelona, 1990.

⁽⁹⁾ Lipovetski, G., «Espacio privado y espacio público en la era posmoderna» en: *Revista Sociológica* N° 22. UAM, Azcapotzalco, México, mayo-agosto de 1993.

⁽¹⁰⁾ Ver nuestro artículo «Los límites del sinsentido», en: *Revista Diógenes* N°5, Mendoza, marzo de 1995.

⁽¹¹⁾ Bistué, N., y Yarza, M.C., «Deriva posmoderna: estancamiento y punto de inflexión», mecanografiada. Informa a CIUNC del proyecto «Posmodernidad, crisis y recomposición política» bajo dirección de Roberto Follari, Universidad Nacional de Cuyo, Mendoza, Argentina, 1994.

Lo recién señalado sin duda que remite a situaciones reales. Los males de la modernidad no fueron pocos, y sólo la presencia de los que trae lo posmoderno, pueden hacer a algunos olvidar las duras cicatrices de lo moderno (intolerancia, rigidez, tendencia a la totalización y el totalitarismo, utilitarismo generalizado...) Si hubo una constante permanencia del malestar de la cultura durante la modernidad, es porque ella resultaba intrínsecamente problemática. Método, dominio, cálculo, dejan poco lugar a la distensión, la despreocupación o el placer.

Pero no por ello podemos dejar de advertir los síntomas de actualidad presentados más arriba. No todo es hoy «light»: en nombre del descompromiso y el narcisismo los vínculos se debilitan, los lazos interpersonales carecen de implicación, y la soledad crece. La pérdida de ideales que movilicen a la acción lleva a la carencia total de motivación, a un eterno presente que puede hacerse tan tedioso como la deslizando promesa de felicidad futura que fue propia de la modernidad. La desaparición de los «ideales duros» conlleva a veces la pérdida de todo horizonte normativo, y la consecuente desorientación con deriva confusional. La tolerancia hacia lo ajeno y la no pretensión de totalizar la propia opinión, puede implicar el vértigo del «todo vale», del advertir que cualquier acto u opinión daría igual, que nada es mejor que otra cosa, y nada merecería la denominación de justo o verdadero.

El exceso de sentido -más bien, su imposición exterior- fue característica moderna. La carencia de ello fue en el primer momento un alivio. Pero asistimos ahora a una condición de déficit de valores, de significación de la existencia, de orientación de la conducta, que en modo alguno puede seguir siendo considerada sólo como una victoria sobre lo moderno. A quién podría ya importar vitalmente ese contraste con la época anterior: lo ahora relevante son las condiciones del presente.

Deberíamos pensar ahora en la restitución de márgenes de sentido; en la necesidad de instaurar espacios de vínculo interpersonal, campo para el soliloquio y el pensamiento, posibilidad de ligar diferentes experiencias, sin pasar siempre de la una a la otra sin más continuidad que la azarosa del zapping. Se hace

necesario pensar cómo dar lugar a la instauración de algún «ideal del yo», de cierto margen de mayor presencia de la Ley y lo paterno, que coadyuve a luchar contra el eterno presente y la imposibilidad de configuración de voluntad.

Todo esto deberá pensarse atendiendo a la consideración de las condiciones de la sociedad posmodernizada, hegemonizada por el espectáculo visual y el predominio tecnológico que hace vertiginosa la experiencia.⁽¹²⁾ Es decir, cuanto pudiera pensarse debe ser puesto en relación intrínseca con la condición sociohistórica actual, sin sueños de retorno al pasado, ni ilusiones de restauración de otras características de época.

Lo cierto es que si reaparecen vestigios de sentido -y en la medida en que estos obviamente existen ya dentro de ciertos límites-, deberemos atender a ello en lo que hace a la consideración de los procesos de legitimación de lo político. Centralmente, advertiríamos por lo menos dos grandes cuestiones: 1.- El sistema parece no cubrir la diferencialidad de campos de legitimación de la acción que la sociedad produce. La complejidad social sería mayor que la absorción por la expresión política: la representación estaría muy por debajo de la variedad objetiva existente a nivel social; 2.- La representación política resultaría general, abstracta, ajena a la inmediatez en que los sujetos hoy asumen su experiencia. Si lo universal es rechazado, si es percibido como ajeno, el sistema político aparece disociado de la vivencia, como ente exterior a la concreta vida social.

La caída del sentido estatuido ha abierto a la multiplicidad alivianada de opciones. Como ya hemos enfatizado, a veces, lisa y llanamente a la total carencia de orientación. Pero cuando esta última existe, no pretende ya ser brújula segura, ni dirección inscripta en la necesidad. Hay multiplicidad de juegos lingüísticos en la sociedad, que recortan a esta tanto en lo horizontal, como en la vertical división de clases. Hay, además, el cruce de ello con la peculiar condición latinoamericana de mezcla cultural y superposición de influencias y estratos. Si asumimos a fondo las consecuencias de esto, no es fácil advertir los porqués de la cada vez mayor indiferencia política presente en nuestras sociedades. En el mun-

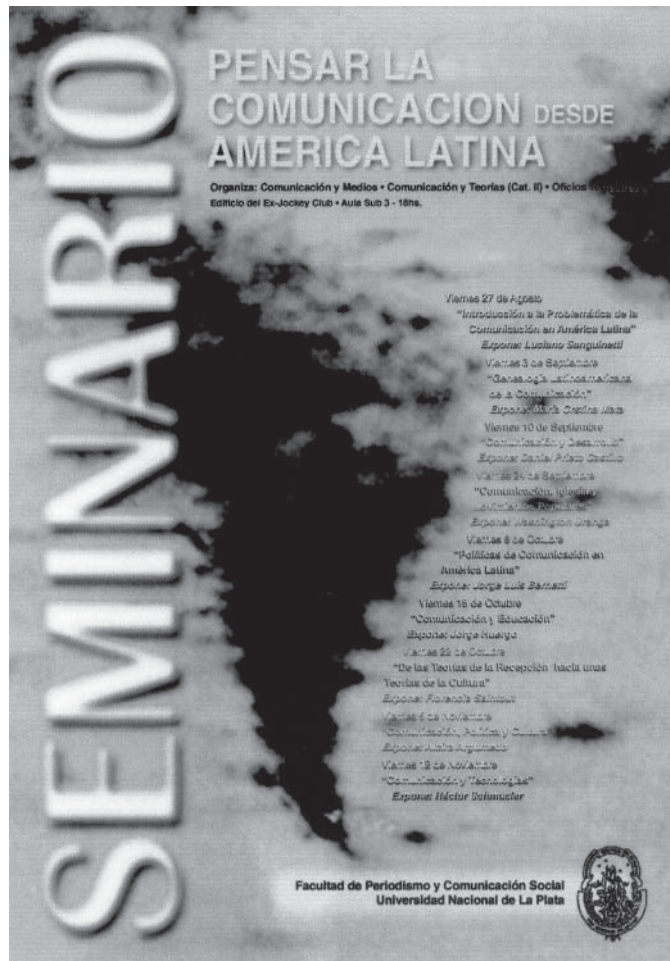
⁽¹²⁾ Baudrillard, J., *El otro por sí mismo*, Ed. Anagrama, Barcelona, 1988; González Requena, J., *El discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad*, Ed. Cátedra, Madrid, 1992.

do «cool» la representación debiera asumir su conjeturalidad, su ser momentánea, cambiante, no fundamentada y por ello nunca segura. El rasgo -que algunos analistas políticos toman unilateralmente como signo de «madurez»- por el cual el voto cambia permanentemente de opción no es sólo debido al cuidado de no ya formar parte de clientelas cautivas; también significa que lo político ahora importa poco, que no se lo sigue sino como show business, que allí

nada de la propia identidad se juega. Hay descompromiso respecto del propio voto: y ello equivale -aunque quepa lamentarlo- al claro desasimiento del contrato-compromiso con el representante.

() Investigador y profesor de Epistemología de las Ciencias Sociales en la Facultad de Ciencias Políticas de la Universidad Nacional de Cuyo, donde también se desempeña como docente en la carrera de Comunicación Social.*

Informe Especial



*Las otras ideas en la
comunicación*

Informe para una genealogía

Editor:
Luciano Sanguinetti

Colaboraron:
Daniel Prieto Castillo
Claudia Villamayor
Anaís Ballesteros

Las otras ideas en la comunicación

Informe para una genealogía

La teoría negada

Los albores de un nuevo milenio llegan a nosotros con su carga simbólica y ritual, en donde una sociedad secularizada y racionalista vive esta fecha como una fiesta profana. Como parte de esos rituales hacemos balances y pronósticos. El presente texto se inscribe en ese recorrido, a propósito del Seminario *Pensar la comunicación desde América Latina*,⁽¹⁾ que podría servirnos para evaluar los derroteros de un campo en el momento menos «marginal» de su historia.

En este caso, el propósito es la reconstrucción de la memoria, de un pasado que siempre está presente, de un presente que no puede dejar atrás lo que ha pasado. Por eso esta reflexión sobre la historia *genealógica* del pensar la comunicación, de la genealogía como «una forma de historia que da cuenta de la constitución de los saberes, de los discursos, de los dominios de objeto...».⁽²⁾ Es decir, ¿por qué el campo de la comunicación se constituye de esa manera y no de otra? De una historia que intenta salir de la genialidad original de algún pensador y que busca conectar los procesos sociales con las ideas que iluminaron esos procesos. Ya es un lugar común explicar la historia reciente de América Latina como el paso de las utopías al crudo realismo, de la esperanza a la resignación. Sin duda, parafraseando a Benjamin en su *Tesis de filosofía de la historia*, hay un ángel que mira aterrado hacia el pasado reciente latinoamericano. Y en su mirada, lo que para algunos es

una cadena de datos que hablan de la modernización económica, para él sólo es una catástrofe única que amontona incansablemente ruina sobre ruina.

Sin embargo, ¿cómo reflexionar sobre esta incertidumbre básica que es la historia, sin caer en un frío fatalismo ni en la nostalgia? La pregunta va dirigida a saber cómo hacer para que esas marcas que podemos rastrear, esas huellas que encontramos, esas experiencias que se acumulan como parte del acervo cultural del campo, no se transformen en nostalgia de un pasado que no fue ni siquiera lo que podría haber sido, ni lo que es en nuestro recuerdo borroso y complaciente. Pero tampoco algo de lo que habría que renegar para finalmente alcanzar un supuesto saber incuestionable, riguroso y objetivo.

Porque, es cierto, el presente no nos permite ser optimistas; pero la historia no la hacen sólo los que vencen, también los *con-vencidos*. Y entonces, buscando ese otro lado, buscando *desde la otra orilla*, como decía ese pensador olvidado, Arturo Jauretche, llegamos a las presentes reflexiones que nos van a llevar a la realización diagnóstica de otra «matriz teórica», de un pensamiento sobre la comunicación que no se desarrolla como reflejo, ni como reacción, ni exclusivamente como crítica o imitación. Dice Alcira Argumedo:

«Afirmar la existencia de una matriz autónoma de pensamiento popular latinoamericano supone interrogarse acerca del potencial teórico inmerso en las experiencias históricas y en las fuentes culturales de las clases sometidas que constituyen más de la mitad de la población del continente. Implica reconocer la legitimidad de las concepciones y los valores contenidos en las memorias sociales que, en el transcurso de cientos de años, fueron procesando la visión de los vencidos, una visión diferente de la historia iniciada en la Edad Moderna europea en los siglos XV y XVI. Conlleva la reivindicación de esas *otras ideas* sobre las cuales se han sustentado distintas experiencias y movimientos políticos de América Latina».⁽³⁾

Entonces, es la búsqueda de estas *otras ideas*, que no siempre son debidamente reconocidas, ni figuran necesariamente en los *papers* de los simposios internacionales, pero que, mucho más de lo que a veces se cree, han tenido expresiones intelectuales y teóri-

cas fundacionales que no tienen nada que envidiarle a las del primer mundo. Quizás porque no son teorizaciones al uso de los centros o tal vez, también, porque muchas veces se constituyen al calor de experiencias específicas y coyunturales, es que pueden conformar un pensamiento propio sobre la comunicación en América Latina.

Hay un ejemplo de este menoscabo muchas veces inconsciente, pero constitutivo de otra matriz, no de la que buscamos: lo que expresaron hace unos años atrás, como conclusión de su investigación realizada con un conjunto de pensadores latinoamericanos de la comunicación, Josep Rota y Elizabeth Lozano sobre los aportes de América Latina a la comunicología.

«La particularidad de la investigación latinoamericana reside menos en su creación de teorías específicas, aún cuando esto también se ha dado, que en una particular *praxis* social que caracteriza, acentúa, critica y transforma las teorías y otras concepciones de la comunicación que se originaron en el Viejo Mundo, aportándoles dimensiones de acción que dichas teorías y concepciones a veces parecen haber olvidado».⁽⁴⁾

Lozano y Rota caen nuevamente en algunos de los prejuicios típicos de la reflexión sobre cualquiera de nuestros campos científicos, pero más aún en los sociales.

1. Nuestro trabajo intelectual se desarrolla siempre inexorablemente a partir del pensamiento europeo y en tal sentido no es original, ni propio, ni pensar siquiera. Como si la reflexión en las metrópolis surgiera *ex nihilo*, de la nada. O como si cualquier referencia a cierta tradición, en los países centrales, fuera un signo de rigurosidad y fundamento, pero en Latinoamérica, reflejo, inmadurez, copia o imitación.

2. Nunca o casi nunca desarrollamos teoría. O, si lo hacemos, nuestra teoría siempre es deudora. Es decir, no es original, por lo tanto resulta ilegítima.

3. Lo nuestro es lo concreto, el poner en práctica lo que pensaron otros. La realidad, ese crudo materialismo que nos caracteriza.

Este trabajo intenta cuestionar esta perspectiva de la división internacional del trabajo intelectual planteando como «hipótesis» que hay una *teoría lati-*

noamericana sobre comunicación, del mismo modo que hablamos de la Escuela de Frankfurt, de Palo Alto, o de Birmingham. Desde ya creemos necesario recordar que estas perspectivas tienen, o han tenido, una etapa fundacional en su historia, matices en las diferentes interpretaciones de cada uno de los sujetos fundadores, debates y diferencias a lo largo del desarrollo del núcleo central de tal teoría y ramificaciones en la obra posterior de sus protagonistas. Es decir, no pensamos en una teoría latinoamericana de comunicación como un paradigma monolítico, inmutable, y axiomático, pero sí de ciertos rasgos y núcleos problemáticos fundantes.

Y este proyecto importa, tanto por la idea de su legitimidad como campo de estudio en su momento de *hiperinflación comunicativa*,⁽⁵⁾ como por la reelaboración de criterios, fuentes y perspectivas, en el sentido de sus continuidades, como dice Alcira Argumedo, en un momento de transformaciones tan fuertes como las que implica, entre otras, la globalización.

El dilema de los comunicadores hoy

Entrevista a Luis Ramiro Beltrán

Por Daniel Prieto Castillo

Cochabamba, julio de 1997

Oficios Terrestres: ¿Cómo llegaste al terreno de la comunicación social?

Luis Ramiro Beltrán: Yo llegué al oficio de la comunicación por el camino del periodismo y comencé de muy pequeño, probablemente porque mis padres eran periodistas. Mi padre murió en la Guerra del Chaco, y mi madre fundó una de las primeras revistas femeninas en Bolivia. La tinta de imprenta vino en la sangre.

Un día, cuando yo tenía 12 años de edad, mi madre me llevó no sé si por insistencia mía, ya no me acuerdo, a visitar al director del principal periódico de Oruro, mi pueblo, que se llama La Patria y me presentó diciendo: el chico quiere ser periodista. Entonces el señor director, muy amablemente, me dio con cierta sonrisa una credencial de reportero aprendiz o de auxiliar de reportero. Ese fue el comienzo. El salario era una tarjeta de entrada al teatro de dos pesos por semana, pero para un chico eso era más importante que el dinero.

O.T.: ¿Te publicaban entonces?

L.R.B.: Sí, me publicaban pequeñas crónicas y hacía algunas entrevistas. Luego estuve en la fundación del primer vespertino de Oruro, por el año 44. Ya tenía 14 años, tuvo poca duración porque uno de los copropietarios fue brutalmente asesinado en una represión gubernamental.

mental. Mas tarde comencé a trabajar como oficial de información en salud pública, ahí descubrí otro mundo, la otra Bolivia.

En 1952 una gran insurgencia revolucionaria nacionalista, cerró el periódico y de pronto me vi en la calle. Como reportero free lance, era corresponsal de algunas revistas extranjeras, trabajaba un poco en radio, en la parte de relaciones públicas, conseguía un salario más o menos aceptable y seguí en mi oficio. Pero un punto decisivo, accidental, en lo que iba a ser mi carrera, fue cuando llegó sorpresivamente a visitarme un gringo, a quien recuerdo con gran afecto y agradecimiento. Este gringo me contó una historia que al principio no entendía. Me hablaba de un servicio de extensión agrícola, donde había un departamento de información audiovisual y que un discípulo suyo había dejado el empleo, se había ido a Estados Unidos y le había dicho que me contratara a mí. En principio no me interesó mucho por el horario, pero el gringo me dijo: yo puedo hacer algo con el horario para que usted entre y salga, pero el salario no está en mis manos. Si usted en los tres meses de prueba lo hace bien, como yo espero, en el cuarto lo mando por dos meses a Puerto Rico y unos meses a Estados Unidos para estudiar Comunicación Educativa para el Desarrollo. Como me fascinó la idea de poder estudiar le dije que sí. Y empecé a trabajar. El gringo cumplió y me mandó a Estados Unidos donde me encontré con nuestro amigo Juan Díaz Bordenave. Entonces lo que había sido un accidente de trabajo resultó el oficio de toda la vida.

O.T.: ¿Trabajaste en el cine?

L.R.B.: Sí, en el cine me hice guionista. Estuve ocho meses en Estados Unidos, y cuando volví me encontré con dos personas que estaban empezando a hacer cine, Jorge Ruiz y otro amigo que acababa de volver de Estados Unidos que se llamaba González Sánchez de Losada, el actual presidente de Bolivia. El tenía una empresa que se llamaba Telecine y estaban en coproducción con Jorge en Telefilm y hacían cine documental para el desarrollo, cine educativo, no cine comercial. Ellos me contrataron como guionista, tuve mucha felicidad en ese oficio.

O.T.: ¿Cómo era ese cine?

L.R.B.: Por ejemplo te doy una idea, la principal película que hicimos que todavía está en circulación y sigue ganando distinciones es del año 54, se llama *Vuelve Sebastiana*; una película antropológica, sobre una tribu de 5000 años de antigüedad, los chipaios de Orú, muy anteriores a los quechuas. La diferencia de esta película con las demás hechas por Jorge, es la trama de lo que hoy se llamaría estrategia de entretenimiento educativo. En vez de contar la historia directa, metí una pequeña anécdota infantil de un niño y una niña, uno chipaio y otro de mar, que se encuentran cuando sus ganaditos cruzan el río. El chiquito del mar convence a la niña de ver el mar que era para ellos como el enemigo, contándole tantas maravillas que ella lo sigue, para espanto del abuelo que sale a buscarla y finalmente la ubica en el territorio enemigo, y al pie de una torrecita española se sienta el viejo a recordarle lo que era su pueblo, y a persuadirla para que regrese a lo que es suyo. Más tarde cuando el viejito muere, Sebastiana vuelve al pueblo convencida de que se debe a eso, que como sus abuelos tiene que seguir luchando por el pueblo.

En el '55 me ofrecieron empleo en Costa Rica en Comunicación para el Desarrollo Rural que era lo que yo había estudiado en Estados Unidos, y de nuevo, así como yo de niño no quise dejar Bolivia, me vi obligado a dejarla.

O.T.: ¿Y te quedaste en Costa Rica?

L.R.B.: 34 años, porque Bolivia no se componía, no había empleo, había hostigamiento,

Matrices y huellas de nuestra comunicología

El trabajo de reconstrucción de esta memoria genealógica de la comunicación se parece más al del explorador que al del científico. Hay que buscar algo que muchas veces no es identificable a simple vista. Puede aparecer en una cita al pie de página, en una referencia bibliográfica, en una anécdota biográfica. Una paráfrasis que trae ecos de otras lecturas, un rastro que se asemeja a la sombra de otro, las huellas de una escritura que oculta sus fuentes. Revistas, libros, artículos, la marca de ciertas obsesiones que se filtran irremediamente. Es una *historia de las mentalidades* como la define José Luis Romero, ese conjunto de ideas que explican las teorías, ese sedimento desde el que piensan los investigadores.

Pero también esta memoria se construye por fuera de los textos, en relatos que no son necesariamente científicos. El impacto sobre el pensamiento de ciertos acontecimientos, rupturas del sentido que el tiempo produce, nuevos horizontes que se abren al calor de las contradicciones políticas, de los hechos históricos. Es decir, algo que no es parte estrictamente del quehacer científico, pero que actúa y que finalmente lo constituye de esa manera y no de otra. Porque de eso se trata finalmente, de una memoria que excede la de los investigadores. ¿Cuáles son entonces esas ideas que podrían marcar o delimitar este nuevo pensamiento, esta reflexión que continúa hoy sobre la Comunicación en América Latina?

La primera está relacionada con un concepto de la comunicación, con una perspectiva, desde la cual encarar este objeto de estudio que es diametralmente diferente del otro pensar europeo o metropolitano. En América Latina la idea de comunicación remitió más a la idea de *comuniòn*, de poner en común, que a la de *transmisión* o traslado. En este sentido, como lo observó bien Winkin⁽⁶⁾ en el *Telégrafo* y la *orquesta*, comunicación tiene más que ver con su raíz latina *comunicare*, entendida como participación en común, poner en relación, comulgar, comuniòn, del siglo XI, XII y XIII; que con el sentido que tendría a partir del siglo XVII: el de *transmisión*. Es desde esta concepción del objeto comunicación, como se proyecta la perspectiva crítica que caracteriza el campo

desde su etapa fundacional; concepción que se religa con la tradición judeocristiana que nos viene desde la conquista y que ha desarrollado una relación contradictoria con la modernidad. Unas veces desde cierto irracionismo telúrico, otras veces desde una crítica moderna a la propia modernidad. Moderna en tanto observa críticamente que este proyecto no está inconcluso en América Latina al decir de Habermas, sino que se ha convertido en dominación y explotación.

La segunda característica es la que produce el hecho de que la Comunicación como problemática científica no surja como un interrogante académico, disciplinario, ni como una observación valorativa desde la cultura y la producción cultural o estética, pero tampoco desde el mercado o la industria. Los estudios en comunicación en América Latina se generan desde la política; y esta marca de fábrica, la de la comunicación desde la política, es la que relaciona a la comunicación con la *praxis*. *Praxis* como acción y reflexión sobre la realidad que señala esa otra matriz del pensamiento nacional y popular latinoamericano. *Praxis* que va constituyendo una disciplina por fuera de los ámbitos institucionales académicos o universitarios,⁽⁷⁾ en la acción de intelectuales-políticos, en productores culturales ligados a los proyectos políticos, en gestores o animadores sociales vinculados a los movimientos eclesiales, sociales y sindicales. Va a pasar mucho tiempo para que esta producción se vuelque en los textos, y que a su vez estos textos tengan un reconocimiento científico. Experiencia moderna por excelencia: no se trata de comprender el mundo, sino de transformarlo, sólo conocemos lo que hacemos, la razón descubre solamente lo que ella misma produce según sus designios.

La tercera característica de este pensar es la de poner en crisis, cuestionar, el saber científico, la cientificidad, la razón que deviene instrumental porque es parte del discurso del poder. En esta línea se desarrolla una crítica moderna a la propia modernidad ilustrada que ha perdido sus fuentes o sus raíces transformadoras. Así la razón no es otra cosa que la ideología dominante, por lo tanto ya no instancia de liberación, de develamiento, y el positivismo metodológico cuantificante que parcela, fragmenta, aliena,

persecución. Básicamente me fui por dos razones. Pensé que la situación económica mejoraría rápidamente, pero no fue así, y que la situación política se iba a sanear, pero tampoco fue así. Después de Costa Rica estuve en Lima, también en Uruguay, después fui aceptado para el posgrado de la Universidad del Estado de Michigan, dirigida por Berlo.

O.T.: ¿ Es cierto que tu conquistaste a Berlo?

L.R.B.: *El fue sumamente deferente conmigo, no aceptaba ser asesor y sin embargo fue mi asesor para mi tesis de doctorado, fui su asistente junto a otras cuatro personas. Acompañó a mi madre en la graduación y le obsequió una orquídea que mi madre guardó para siempre.*

O.T.: *Digo que lo conquistaste porque el te mencionó junto a Paulo Freire en una de sus presentaciones.*

L.R.B.: *Es cierto, yo me quedé helado, Juan Bordenave estaba a mi lado, fue hace 15 años, en un encuentro de comunicación realizado en Acapulco. Berlo dijo que había personas que habían hecho cambiar su forma de ver la comunicación y que esos habían sido Freire y Beltrán.*

O.T.: ¿Cuál es esa forma de ver la comunicación a la que Berlo aludía?

L.R.B.: *Eramos grandes creyentes en las «teorías de comunicación para el desarrollo» de Shannon derivadas de su formación con Lerner, con toda esa tradición de la modernización. Eramos creyentes del poder de los medios masivos y en la planificación para poner a los medios al servicio del desarrollo. No nos percatábamos de que eso estaba en otra sociedad. Admito abiertamente que durante muchos años fui un técnico insensible a la realidad social crítica de la región, o poco sensible.*

O.T.: ¿ Y cuándo nace esa sensibilidad?

L.R.B.: *Floreció en Estados Unidos, por la distancia que uno toma y el privilegio de poder estudiar, que yo nunca había tenido trabajando duro todo el tiempo. Estudiar día y noche con una beca a nivel de posgrado con magníficos profesores, con excelentes colegas y además con un volumen de disponibilidad de información extraordinaria, me permitió descubrir la tragedia latinoamericana. Esto me impactó tanto que lo apliqué a mis estudios de comunicación. Inclusive el primer capítulo de mi tesis para el doctorado es un análisis crítico de la dominación de América Latina en materia de comunicación por los Estados Unidos. La tesis del master la terminé en el 68 y la del doctorado como en el 70.*

En el año 1971, presenté en la India el primer análisis crítico que se hubiera hecho en materia de comunicación en América Latina. Desde entonces trabajé en dos líneas principales. El análisis crítico de la ciencia en nuestra realidad en el sentido de la investigación en comunicación en América Latina. Después hice una crítica sobre las premisas, sobre los métodos, en que estaban basadas esas investigaciones. La otra línea fuerte que trabajé fue la de la democratización de la comunicación con énfasis en políticas de comunicación.

Luchábamos por un Nuevo Orden Mundial de la Información y las Comunicaciones. Eramos unos cuantos francotiradores dispersos a los que la oposición conservadora nos hacía ver como si fuéramos una banda de terroristas organizados, o subversivos. Ahí tuve el placer enorme de conocer a Armand Mattelart, todo eso comenzó a surgir como un movimiento espontáneo que floreció en una década, entre los 60 y los 70, con la firme y abierta protesta por el estado de la situación. La comunicación alcanzó una condición que nunca había logrado en el mundo, esta propuesta que tú sabes se va desinflando a partir del 80.

O.T.: *En el lenguaje que manejamos en la Argentina, nos llaman setentista para hacer referencia a esa época. Pero justamente mi pregunta es: ¿tú crees que eso se desinfló y se murió o está presente en otros espacios?*

L.R.B.: Creo que, como alguna vez he sostenido, nunca debemos renunciar a la utopía porque sin utopía no hay lucha, no hay vida, no hay nada. La utopía, digamos, estaba adormecida y parece revivir en ocasiones con lo que tú dices.

Recientemente en Bolivia, José Luis Eximo, publicó una tesis de grado sobre políticas nacionales de comunicación que es extraordinariamente valorativa de ese ejercicio anterior, pero al mismo tiempo hace una actualización al momento presente.

Sin duda los problemas que fueron denunciados, en aquellos años de la ardiente protesta, no sólo no se han superado sino que se han complicado mucho más. La situación no es en absoluto mejor, es mucho peor, entonces las razones de las luchas, las razones del descontento siguen vigentes.

O.T.: Me acuerdo de la conferencia que tú diste en aquel seminario que organizamos con Eduardo Contreras, en Ecuador allá por el 84; hablaste de la década del 70-80 como la década perdida ¿qué está pasando con la década del 90 para un estudioso de la comunicación como tú?

L.R.B.: La Comunicación para el Desarrollo ha continuado. La comunicación de apoyo al proyecto que llamaban las Naciones Unidas del sector communication ha continuado por muchos años y no se ha involucrado en lo absoluto con la lucha por un Nuevo Orden Internacional. Ha sido un ejercicio paralelo, completamente ajeno a la gran lucha de la protesta. Según algunos analistas norteamericanos, no ha sido muy fructífero, se ha gastado mucha plata y no ha tenido un gran rendimiento. Eso fue sobre todo en los años 80, que hubo grandes inversiones en ese campo sobre todo en América Latina, especialmente en comunicación para la salud, que comenzó a despuntar en los años 80, pero la falta de planeamiento estratégico, la falta de una visión de la realidad, el desconocimiento de la estructura de la sociedad, han contribuido a que ese esfuerzo y esas inversiones, no produzcan lo que se hubiera necesitado.

Hace pocos años, hicimos un inventario en Lima de los 40 años de la Comunicación para el Desarrollo en América Latina, y la conclusión de ese inventario es que -obviamente no se puede negar la nueva situación existente; taparse los ojos. El gran dilema para los comunicadores de ayer -yo soy uno de ellos- y también para los jóvenes del mañana es cómo podemos mantener en vigor los ideales de justicia que nos inspiraron y de los cuales no tenemos que arrepentirnos ni avergonzarnos, sin desestimar cualquier crítica que puede ser valerosa. Cómo podemos conjugar nuestras inquietudes de liberación del ser humano, del respeto y del apoyo a la gente más sometida a la injusticia en América Latina con unas realidades de un mundo globalizado, de un mundo que es tan distinto en tan pocos años. Porque mientras hay navegantes ansiosos en INTERNET, todavía hay gente en Latinoamérica que ni siquiera tiene a la radio completamente asegurada para su información. El desnivel de acceso a la comunicación cada vez se ha hecho más profundo y más grande.

obstruye la comprensión de una problemática que es global, total, sistémica. Sin embargo esta crítica a la cientificidad, al cientificismo y sus artilugios escalafonarios de un pensar imitativo o reflejo, no produce una ecuación de término medio entre la tradición filosófica hermenéutica europea y la estadística social norteamericana como se ha pretendido. En América Latina se produce otra teoría, otra metodología, otra forma de probar las hipótesis: la *praxis*. La teoría se comprueba en la *politicidad* del cambio, de la transformación, del devenir que será muchas veces trágico: la muerte, la desaparición, el exilio, etc.

Por supuesto, estos rasgos no superficiales sino fundantes, tienen su sentido acabado en el marco de una coordinada histórico social: la de los años sesenta.⁽⁸⁾ Porque como coinciden los trabajos que hemos relevado, son estos años de cambio y transformación, de lucha y descubrimiento, de encrucijada, los que signan la raíz del pensar latinoamericano sobre comunicación. Es desde ahí que una posible genealogía ubicaría en diferentes momentos, geografías y circunstancias la construcción de una teoría al calor de una historia que se hace y se padece. Historia que proponemos leer desde tres claves:

a) La de la transformación de la iglesia católica latinoamericana a partir del Concilio Vaticano II en su encuentro con la cuestión social, en una argamasa que vincula el existencialismo, el marxismo y el compromiso cristiano por el cambio, el desarrollo y la revolución que se expresa paradigmáticamente en la obra de Paulo Freire.

b) La de la primera reflexión específicamente comunicativa producida desde América Latina por Antonio Pasquali en *Comunicación y Cultura de Masas*.

c) La de la experiencia chilena de revolución socialista y la producción intelectual del CEREN, expresada en uno de sus protagonistas: Armand Mattelart.⁽⁹⁾

Iglesia postconciliar y comunicación

Cuando el Papa Juan XXIII lanzó la convocatoria del Concilio Vaticano II en 1963 se observaba desde hacía tiempo la necesidad de los cambios que el pontífice definió como «aggiornamento». Este hecho esta-

ba destinado a producir uno de los fenómenos de transformación ideológico cultural en la institución probablemente de mayor peso en el continente. El Concilio viene a poner fin a cuatrocientos años de *tridentinismo*, que no paradójicamente tienen en la comunicación aspectos fundamentales. Ya que de alguna manera la Iglesia va a encarar las deudas político-sociales que le había provocado la imprenta y la Reforma. Apertura al mundo, reconocimiento de los cambios de la modernidad, reevaluación de su sentido en la historia y de la historia misma.

Entre las muchas consecuencias eclesiales, la de la «cuestión social» -que excedía en mucho las específicamente religiosas- vino a producir un impacto muy fuerte entre los católicos. Louis Althusser, uno de los pensadores marxistas más importante de los setenta, es quien describe mejor este cambio:

«Ahora que he contado por qué lejanas vías de acceso llegué a Marx o me conforté con su pensamiento, y como me he explicado ya respecto de toda la historia teórica de mi relación con Marx tanto en la ‘Revolución teórica de Marx’ (en especial en el prólogo) como en la ‘Defensa de Amiens’, puedo ser más sucinto. Puedo decirlo con propiedad, fue en gran parte a través de las organizaciones católicas de la Acción Católica como entré en contacto con la lucha de clases y en consecuencia con el marxismo. ¿No he indicado la sorprendente astucia de la historia que, por el sesgo del planteamiento de la ‘cuestión social’ y de la ‘política social de la Iglesia’, inició en el socialismo incluso a innumerables hijos de la burguesía y de la pequeña burguesía (incluidos campesinos en las juventudes agrícolas cristianas) por el pánico de verlos pasarse al socialismo? En realidad, la Iglesia, sus encíclicas y sus curas, formaron a sus propios militantes en la existencia de una cierta cuestión social que la mayoría de nosotros ignorábamos completamente. Naturalmente, una vez que fueron reconocidos la ‘cuestión social’ y la proposición de sus ridículos remedios, se necesitó poca cosa, por ejemplo en mi caso solamente la visión política profunda del ‘Tío Hours’, para ir a ver qué pasaba detrás de las nebulosas fórmulas de la Iglesia Católica y en adherirse rápidamente al marxismo, incluso antes de entrar en el Partido Comunista. Esa fue la vía de de-

Entrevista a Juan Díaz Bordenave

Por Daniel Prieto Castillo, Cochabamba julio de 1997

Oficios Terrestres: Tu entrada al campo de la comunicación social, ¿cómo se produjo?

Juan Díaz Bordenave: *Después de que me gradué de Ingeniero Agrónomo Nacional en Casilda, en la Escuela Nacional de Agricultura, volví a Asunción junto con un hermano mío. Entonces mi padre, con un dinero que había juntado, nos compró una quinta. Así pasamos un año trabajando como pequeños agricultores. Pero nuestra tierra era tan pequeña que no ganábamos mucho con eso. Entonces un día aparece mi padre diciéndome si yo le autorizaba a tratar de conseguirme un empleo en la capital y le dije que sí. En Asunción él había entrevistado a un servicio norteamericano de cooperación agrícola y mi padre les ofreció un agrónomo al que le gustaba escribir. Eso era justamente lo que estaban necesitando. Teníamos un pequeño periódico mensual para agricultores y a los norteamericanos les gustó mi trabajo. Me ofrecieron un viaje a Estados Unidos de tres meses para visitar varias universidades observando lo que en aquel tiempo se llamaba Información Agrícola. Fui a Estados Unidos, visité varias universidades con un grupo de 22 personas entre los que estaba Luis Ramiro Beltrán y también una brasileña que terminó siendo mi esposa. Así fue como me metí en la comunicación agrícola.*

O.T.: *Para toda la vida. El otro día me decías que tu percepción es siempre más práctica que teórica...*

J.D.B.: *Bueno, la comunicación rural en América Latina nació siendo una cosa totalmente desprotegida por cualquier tipo de teoría. Era algo práctico y de ahí que lo que aprendí en los Estados Unidos durante un tiempo me alcanzó. Pero de repente empecé a sentir que muchas cosas no funcionaban, que era una visión un poco mecánica. Entonces, allá por el año 59 la oficina de Estudios Especiales de la Fundación Rockefeller, que tenía grandes trabajos, como la creación de la Revolución Verde en México, me pidió a la institución en la cual yo trabajaba en ese tiempo que era el Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas de la OEA, y así fui a México a colaborar con ellos. Ahí ya la tarea de comunicación agrícola era más exigente porque se trabajaba con profesionales de altísimo nivel, y fui sintiendo de forma demasiado angustiante la necesidad de más estudios.*

Lo más providencial para mí fue que la propia Fundación Rockefeller me ofreció una beca para estudiar el doctorado en comunicación y fue ahí que descubrí lo que se llama teoría. Yo no sabía lo que era, fui a Estados Unidos a hacer el doctorado y ahí descubrí lo que era una hipótesis, que era una inferencia (y todas esas cosas) y empecé a entrar por el método científico hacia el cual yo tenía una profunda desconfianza. Después me di cuenta que no hay nada más práctico que una buena teoría, aunque seguí siendo naturalmente un práctico, pero ya había descubierto el valor de la teoría. Luego empecé a escribir un poco y de ahí que algunos me consideraran un teórico pero realmente nunca lo fui. En cambio fui siempre, una persona que apelaba a la teoría para orientar su propia práctica y poder ayudar a sus clientes que eran los extensionistas, los agrónomos, agricultores.

O.T.: *¿Cómo fue el paso del conductismo a una teoría constructivista?*

J.D.B.: *Mi primer contacto con las teorías del aprendizaje tuvo lugar en Lima donde tratamos de iniciar un programa de Posgraduación en Comunicación para el Desarrollo en la Universidad Agraria de La Molina. Entonces ahí había un muchacho canadiense, que era también alumno del doctorado, fanático por Skinner. Así fue como me hice conductista. Lue-*

go cuando fui transferido al Brasil, la institución en la que trabajaba me encargó que organizara unos cursos de metodología de la enseñanza para profesores. Uno de los pedagogos que contraté en Brasil, Laure de Olivera Lima, me dijo con sorpresa e indignación cómo era posible que diera Skinner de bibliografía. ¿Es que tú no has leído a Jean Piaget?, me dijo. Me prestó una introducción a Piaget y entonces descubrí que eso sí era otra cosa. Eso sí era hablar seriamente del desarrollo de la inteligencia, de las etapas de desarrollo del niño, del papel del problema de la estimulación, de la interacción con el ambiente. Descubrí un mundo nuevo, de ahí en adelante me hice constructivista.

O.T.: Pero lo que pasa es que uno termina encontrando la teoría que corresponde a sus visiones fundamentales. Lo que me lleva a preguntarte ¿cómo surge esa opción por una comunicación participativa?

J.D.B.: Eso sí no sabría respondértelo, no sabría explicarte cómo. Yo supongo que debe ser por mi formación cristiana en parte. Una tendencia a sentirme mucho más cómodo con la gente más humilde, más desprotegida.

O.T.: Pero esto marca una manera de hacer comunicación.

J.D.B.: Mi gran talento, si se puede llamar así, es aprovechar lo que otros han producido y divulgarlo. Por ejemplo una vez estaba asesorando a un servicio de comunicación rural en Campinas, en el estado de Sao Paulo, cuando conocí a un francés que había sido contratado como consultor por el servicio de extensión rural de Sao Paulo. Era un educador rural que había trabajado en el norte de Africa en las colonias francesas, y que presentó un esquema llamado «el esquema del arco». Los extensionistas le decían que no conseguían mucha participación de los agricultores, que había poco interés en aceptar nuevas tecnologías. Entonces, este educador pidió que le dejaran asistir a las reuniones de los extensionistas con los agricultores. Sentado al fondo de la sala, observó como funcionaba el extensionista. Casi invariablemente la trayectoria del extensionista era decir: «buenas noches señores, el tema que vamos a abordar hoy es la enfermedad de las naranjas. Esta enfermedad es producida por el virus tal, en tales causas y circunstancias y la forma de combatirlo es la siguiente» y explicaba qué hacer y después preguntaba, «¿hay preguntas?». En general no había muchas.

Como respuesta a este tipo de comportamiento, que era el típico comportamiento técnico de la transmisión, problemas-solución, este educador propuso el «esquema del arco». Yo me entusiasmé con ese esquema porque me parecía que era la respuesta a muchas cosas tanto en comunicación como en educación y de hecho era la aplicación de las teorías de Piaget, de Paulo Freire. Porque el arco es una trayectoria pedagógica que en lugar de partir de conceptos, definiciones y teorías, parte de la realidad, sube poco a poco, analizando esa realidad observada por los alumnos, con ellos y por ellos, y llega a la ciencia, al análisis científico, y vuelve luego en forma de soluciones emanadas de los propios alumnos. Me pareció que ese esquema pedagógico tan simple, que va de lo sincrético a lo analítico, y a lo sintético, era la respuesta. Entonces escribí un libro en donde todos los capítulos del libro están organizados en esa forma «del arco». En Brasil se difundió tanto ese esquema que hoy es considerado uno de los grandes abordajes pedagógicos, no por ser diferente del constructivismo sino porque es una modalidad constructivista muy fácil de aplicar.

O.T.: ¿Cómo ves en perspectiva la Comunicación para el desarrollo?

J.D.B.: Han existido siempre dos visiones. Una en donde la Comunicación para el Desarrollo es pragmática, busca conseguir resultados. La otra en que la Comunicación para el Desarrollo es problematizadora, busca concientizar, organizar para la libertad. Desde Paulo Freire

cenas de millares de militantes de las juventudes estudiantiles, obreras y agrícolas cristianas (JEC, JOC, JAC) a los que descubrieron cuadros de la CGT o del Partido, la mayor parte del tiempo a través de la Resistencia. Hoy se pueden esperar resultados más importantes del movimiento de masas que sostiene la teología de la liberación».⁽¹⁰⁾

Althusser refleja desde Europa este movimiento de «contestación» que caracteriza en la historia contemporánea los años sesenta. En América Latina quien expresó quizás mejor este fenómeno fue el pedagogo brasileño Paulo Freire, que desde finales de los 50 venía experimentando la enseñanza de adultos desde una nueva metodología. El método freiriano volcado en los textos de *Pedagogía del Oprimido*, *La educación como práctica de la libertad* y *Extensión o Comunicación*, va a convertirse en una de las primeras reflexiones con trascendencia a lo largo de la década producida por un latinoamericano.

Entre los aportes más importantes y duraderos del pedagogo brasileño al campo de la comunicación, dos han sido los de mayor significación. En primer lugar, la perspectiva freiriana construyó un concepto de *Comunicación* que tomaba distancia del modelo lineal ingenieril vinculado a la idea de transmisión. Esta definición tendrá una larga trayectoria en lo que luego se denominará la comunicación alternativa. El segundo concepto ha sido el de *Invasión Cultural*, desde el cual se trabajarán las relaciones de dependencia desde el punto de vista cultural.

En el caso del concepto de comunicación, Freire propone un desplazamiento de las teorías lineales de comunicación, entendiéndolo desde la voluntad de diálogo. El diálogo freiriano que aparece desarrollado en la *Pedagogía del Oprimido* implica a la comunicación, en tanto *comunicar es comunicarse* en torno al *significado-significante*. Así la educación es comunicación: un encuentro de sujetos interlocutores que buscan la significación de los significados como comunicación. Es coparticipación en el acto de comprender la significación del significado. Pero el diálogo no es mero intercambio, sino *praxis*, entendida ésta como «reflexión y acción del hombre sobre el mundo para transformarlo».⁽¹¹⁾

Esta perspectiva del diálogo, de raíces evidentemente

te socráticas, ha tenido una extensa vida a partir de la conceptualización freiriana de las dos formas de entender el proceso de enseñanza-aprendizaje. La que Freire llamó, *educación bancaria*, en la que la relación es una relación de poder en donde el educador es quien sabe y el educando quien no sabe, por lo tanto un ser vacío a quien hay que llenar de contenidos, pasivo y acrítico. Y la educación problematizadora, donde educando y educador, son partícipes de un proceso de diálogo. Relación de ida y vuelta, donde los contenidos no preexisten sino que son la parte constitutiva de un proceso de reflexión sobre el objeto que es construcción crítica de una realidad a aprender y transformar.

Rastros de una perspectiva que trasladada a la comunicación tuvo en Mario Kaplún, Daniel Prieto Castillo y María Cristina Mata, entre otros, su apropiada elaboración. Solo bastaba trasmutar el concepto de educador por el de emisor y el de educando por receptor, para pensar en otra comunicación posible, no la transmisión. Mata dice:

«La práctica política y cultural de nuestros pueblos nos ha ido enseñando que la alternativa comunicacional no es una mera disputa en el terreno mediático, un uso diferente de los mismos medios, un cambio de contenido o de productores de mensajes. Sin desechar ninguno de esos aspectos, la comunicación alternativa es expresión y parte sustancial de un proyecto de cambio que no deja para mañana la transformación de las normas del intercambio simbólico, de la producción del sentido, porque los reconoce como aspectos configurantes del tramado social que busca alterar».⁽¹²⁾

El segundo concepto aportado por Freire es el de *Invasión Cultural*, desarrollado específicamente en *Pedagogía del Oprimido*.

«Ignorando las potencialidades del ser que condiciona, la invasión cultural consiste en la penetración que hacen los invasores en el contexto cultural de los invadidos, imponiendo a éstos su visión del mundo, en la medida en que frena su creatividad, inhibiendo su expansión».⁽¹³⁾

«En la invasión cultural es importante que los invadidos vean su realidad con la óptica de los invasores y no con la suya propia».

en adelante, nuestro interés es lo que queda después para construir la ciudadanía, para construir la conciencia crítica, para desarrollar a la persona que quiera cambiar su sociedad y eso no se consigue con campañas. Se consigue con procesos mucho más profundos, mucho más acumulativos, mucho más pacientes que es lo que tú llamas mediación pedagógica. O sea, como tú le entras al proceso de aprendizaje para que tenga un efecto transformador.

O.T.: *Otra división de aguas que uno llega a vislumbrar en las escuelas o carreras de comunicación es lo que Paulo Freire llamaba el posmodernismo reaccionario...*

J.D.B.: *Ultimamente he leído bastante sobre el posmodernismo. Entendí que la modernidad se caracterizaba por una fe muy grande en la razón, en la racionalidad, en las instituciones que derivan de la racionalidad: la familia, la ley, el estado, etc. y hasta la ética, también una fe en lo trascendente. Hoy vemos una pérdida de esa creencia, pérdida, en parte justificada. El mundo desilusionó mucho a la gente, las guerras, Hiroshima, la deuda externa, el colonialismo, una barbaridad de cosas que dejaron a la gente muy escéptica, muy cínica. Además este posmodernismo caracterizado por la pérdida de la fe en la razón y la pérdida de la fe más bien en el sentimiento, en el presente, en la autorrealización, socava la base de una ética más trascendente. Paulo Freire tenía razón, hay un posmodernismo reaccionario pero al mismo tiempo yo me pregunto si no hay un posmodernismo constructivo, si no hay una cosa buena. Por ejemplo: al desconfiar de la racionalidad el posmodernismo hace un poco lo que sería seguir el nuevo paradigma de la ciencia, la ciencia te muestra que la incertidumbre es la ley del universo y no la certidumbre. Otra cosa que te muestra es la importancia de la ecología, los posmodernistas en general, el partido verde, es gente joven y la juventud en general se entusiasma mucho con el amor a la naturaleza. También el posmodernismo produce el descubrimiento de las minorías, de la diferencia. Por ejemplo, la mujer, el indio, el negro, el homosexual, de repente encuentran defensores. En cambio nosotros éramos cuadrados. Por otro lado, por el hecho de haber tenido una ética y una moral tan fundamentada en la institución, los mandamientos, los padres, llevaba a una generación mentirosa. Nosotros le mentíamos endiabladamente a todo el mundo. A nuestros padres, a nuestros profesores. ¿Por qué? Porque vivíamos oprimidos por el superego. Mis hijos, han construido una ética propia y una ética bastante pura. Ellos por ejemplo no se casan más, ningún hijo mío se casó por la iglesia o por la ley, pero son fieles a sus mujeres que no son sus esposas, no como nosotros casados con tanta ley y cuántas infidelidades, cuánta hipocresía. Actualmente con un grupo, entre los que se encuentra Fray Beto, yo estoy descubriendo una religión posmoderna. La misma religión de siempre solo que totalmente reinterpretada.*

O.T.: *¿Qué significa entonces comunicar en el posmodernismo, porque si fuera por esta relación personalizada, íntima, amigable, tu eres posmoderno desde hace 40 años, qué significa ser comunicador en el posmodernismo y no el posmodernismo reaccionario?*

J.D.B.: *Yo creo que esa virtud de la que siempre hablamos en nuestros cursos, la virtud de la empatía, que la decimos pero no siempre la practicamos. Creo que este es el camino en el posmodernismo, siempre colocarse en el lugar del otro, o sea ser el otro.*

En nuestro medio le corresponde al sociólogo argentino Heriberto Muraro el privilegio de haber reconocido este marco conceptual desde el que se pensaron los procesos comunicacionales en América Latina.⁽¹⁴⁾ Por supuesto que no era extraño debido a la perspectiva de denuncia desde la cual se elaboraban estos primeros trabajos de investigación, como así también al carácter renovado de la estrategia norteamericana hacia América Latina. Como lo señala María Cristina Mata:

«La Alianza para el Progreso de 1961 fue una de las herramientas económico-políticas diseñadas desde los Estados Unidos para cooperar en este sentido y modernizar nuestros atrasados y prolíficos pueblos que, de vez en cuando, abandonan su tradicional fatalismo, su pasividad, para rebelarse, derrocar dictadores o iniciar procesos de profundas transformaciones, como había acontecido en Cuba, puntualmente a fines de los 50. Las herramientas culturales las proveería la UNESCO y, entre otras instituciones, la propia Universidad de Stanford donde tenía su base de acción Wilbur Schramm. Este teórico y divulgador de la ciencia de la comunicación norteamericana será uno de los expertos claves que a partir del Programa para el Desarrollo de los Medios de Comunicación, aprobado por la UNESCO en 1962, impondrán a nuestro continente la idea de la eficacia de los medios masivos -particularmente los audiovisuales- para acelerar los procesos de desarrollo y también, gracias a los aportes de Everett Rogers, para difundir innovaciones tecnológicas y garantizar su adopción».⁽¹⁵⁾

Sin embargo, esta visión unilateral de los procesos culturales no correspondía solamente al campo de las nacientes ciencias sociales. Nada más lejos. Por el contrario, era todo un espíritu de época el que rezumaba en aquellas páginas de Freire, Pasquali, Mattelart, Schmucler, etc. Fácilmente podemos observarlo desde un espacio de literatura no sociológica como es el ficcional, pero muy útil para reconocer estas mentalidades, estas ideas diseminadas en el espacio social, pero de una gran gravitación.

Por un lado, Rodolfo Walsh en su relato «Nota al Pie», en donde las consecuencias funestas de esta dependencia cultural se reflejaba en la decisión final

del traductor de novelas policiales, León de Sanctis, protagonista del relato:

«Estoy solo, estoy cansado -dice de Sanctis en su nota suicida-, no sirvo a nadie, lo que hago tampoco sirve. He vivido perpetuando en castellano el linaje esencial de los imbéciles, el cromosoma específico de la estupidez».

Relato testimonial de la tragedia argentina en el campo cultural. León de Sanctis es el reverso del arquetipo borgesiano que en su vasta cultura es heredero en este país remoto de la cultura occidental. Por el contrario, el personaje walshiano, traductor por encargo de novelas policiales y de ciencia ficción, encuentra al final de su vida que en dicho proceso ha perdido su identidad. Hay que recordar que el protagonista es -no como Borges o Bioy Casares herederos de la aristocracia argentina- un hijo de obreros, esos sectores medios que han alcanzado algún reconocimiento social en su proceso educativo. Es decir, la educación no ha producido su liberación, sino su enajenación. Por supuesto debemos leerlo en la clave freiriana.

Por otro lado Héctor Oesterheld, escritor de historietas, literatura marginal y masiva de los años cincuenta, emblema de la sociedad de consumo, imaginaba en plenos años cincuenta de modernización y supuesto desarrollo, una invasión marciana sobre Buenos Aires, y el surgimiento de una resistencia en los barrios y suburbios de la ciudad. Evidentemente hay por aquellos años una sensación ambivalente producida por esta encrucijada entre modernización y dependencia, como observó Raúl Fuentes Navarro. Transformaciones materiales y simbólicas como el repentino desarrollo de una comunicación audiovisual a partir de la televisión -tan fuertes que para Joaquín Brunner se convierte en la puerta de entrada a nuestra Modernidad- patrocinado por las grandes cadenas norteamericanas, más el surgimiento de un nuevo liderazgo panamericano en la figura de J. F. Kennedy que es promovido por las elites criollas, como lo observa Oscar Terán, en el primer número de la revista *Primera Plana*, experiencia emblemática del periodismo modernizador en la Argentina.⁽¹⁶⁾

Así lo que en el primer Freire era una aproximación desarrollista a las circunstancias de una socie-

dad en transición por lo tanto abierta al cambio, se convierte en el segundo, en una politización cada vez más radical. Pero pasarán algunos años para que estas primeras luces adquieran toda su expresión dramática.

Antonio Pasqualí y una filosofía trascendental para la comunicación

Comunicación y cultura de masas, obra de este filósofo venezolano, es la primera teorización sobre la comunicación realizada desde América Latina. Tempranamente, en 1963, aparece en Venezuela una reflexión que ya cuenta en estos primeros esbozos con la impronta de una crítica que combina un bagaje filosófico existencial de fuentes europeas, Heidegger, Sartre, Merleau-Ponty, con los modelos científico-comunicativos de la Teoría Matemática de la Información. Como lo señala Pasqualí en el prólogo a la segunda edición, de 1967, mucho antes de conocer la obra de los críticos de Francfort, o la del apólogo del tecnicismo: Marshal Mc Luhan.

La hipótesis básica de Antonio Pasqualí se funda en una perspectiva de análisis de la «totalidad social» de la cual los medios dependen. Para Pasqualí «el tipo y nivel de cultura que exhiben los grupos sociales está en función de sus medios de comunicación del saber». En la realidad presente del mundo, el saber está en un reducido núcleo de agentes transmisores que lo canalizan al dilatado ámbito de los individuos receptores. Cuando aumenta la desproporción entre unos y otros, el saber pierde su capacidad de autocreación. Así una oligarquía informada se convierte en *elite* y la muchedumbre indiferenciada de receptores se convierte en *masa*.

Para Pasqualí, los medios de comunicación no son un epifenómeno de la estructura material, sino al revés: «un tipo de sociedad está en función de su saber, el cual a su vez, es función de sus medios comunicantes». Las estructuras sociales no engendran a posteriori un saber del cual emanarían consecuentes medios de comunicación sino que «los medios de comunicación configuran y delimitan formas de saber, los cuales determinan y tipifican a un grupo social».

Testimonios

Daniel Prieto Castillo

Mendoza, octubre de 1999

Me inicié en el campo de la comunicación social en 1965, como periodista del diario Los Andes, de Mendoza. Llevaba casi cuatro años de maestro rural y un día salió la oportunidad de entrar a ese medio en el cual trabajé hasta 1972. Antes no había pensado en ser periodista, salvo una incursión, en 1962, por la escuela dedicada a esos temas, fundada en mi provincia natal. Pasé cuatro meses tomando apuntes que un día terminé por regalar. No me gustó la enseñanza, impartida por periodistas que se improvisaban como educadores y gente venida de las ciencias sociales que se improvisaba como conocedora de la comunicación. Por un lado y por otro, todos lo hacían bastante mal, al menos así lo sentí en aquellos tiempos.

Total que me hice periodista en la práctica y aprendí un oficio precioso, el mejor del mundo dice el exagerado de García Márquez. Como no soy dado a tales exageraciones, a dos años de práctica fui sintiendo un vacío. Me movía en el campo de la comunicación, conocía cada vez más vida y milagros de mi provincia, aprendía a relacionarme con la gente, a gozar de la interacción, pero no sabía casi nada de comunicación. El mejor oficio del mundo bien puede ocultar los fundamentos del mejor ámbito de reflexión del mundo.

Fui en aquellos años un autodidacta en comunicación. Todo lo aprendí por mi cuenta, a través de lecturas (las cuales no abundaban demasiado, ya a esa altura, 1967 o 1968, los libros de CIESPAL resultaban insuficientes para comprender tanto cambio, tanta ebullición histórica), de búsquedas en ámbitos poco transitados en las viejas escuelas (como los textos de estética, como los libros de retórica, como la narrativa latinoamericana, tan plena de propuestas ligadas a la comunicación).

Aprendí entonces, y para siempre, que la comunicación no es cosa de este siglo, que en muchos temas andamos descubriendo, como dicen en México, el hilo negro y el agua tibia (algo así como descubrir en Mendoza el Cerro de la Gloria o el vino tinto). Y también, a fuerza de buscarla en otros horizontes, que no es bueno pretender que marche sola, que siempre hay matrimonios preciosos, como la comunicación y la salud, como la comunicación y la educación, como la comunicación y la niñez. Y algo más, que en muchos espacios sociales hay quienes necesitan de la comunicación, quienes la practican y requieren de nuestra mirada para dialogar, para comprender su quehacer. Esto último nació de ese pasado de maestro. Un buen día acordamos con unos amigos que era importante dirigir una mirada crítica a materiales utilizados por la gente. En 1969 di mi primer curso de análisis de mensajes, dedicado a las historietas. Vinieron más de cien colegas de enseñanza primaria. Fue una hermosa experiencia. No he abandonado nunca el trabajo con gente no especialista en comunicación. Es con ella y entre ella que le encuentro el mayor sentido a esta querida línea de trabajo.

El periodismo me enseñó a respetar y a querer el lenguaje, a insistir para siempre (siempre es una palabra ambiciosa en exceso, con lo que también uno tiene sus exageraciones) en que si alguien pretende llamarse comunicador social no puede andar chocándose contra el discurso, que lo peor que le puede pasar a un trabajador del discurso es que su discurso no discurra. El haber comenzado por el oficio y el haber llegado desde él y con él a la teoría, me ahorró todos esos interminables conflictillos entre los prácticos y los teóricos. Todavía hay quienes por este ancho mundo nuestro insisten en esa pelea sin sentido.

Desde 1973 a 1975 dirigí la Escuela de Periodismo de Mendoza. Abrimos dos opciones para salirnos del empecinamiento en dirigir los estudios sólo hacia los medios: comunicador universitario y comunicador municipal. Por un lado apuntábamos al trabajo en un espacio vital para el desarrollo de un país, por el otro nos dirigíamos a un ámbito muy relacionado con la población. El nuevo programa, que todavía conservo, significó una intensa reflexión en torno al quehacer comunicacional. Para servir para algo en la universidad era necesario conocerla, asomarse al mundo de la ciencia y de la transferencia, a las relaciones internas, interinstitucionales y con la sociedad en general. Para ser útil en los municipios era preciso reconocer el ámbito de la educación no formal, el juego de las organizaciones, las demandas y necesidades de la población. Como no teníamos una palabra para todo eso inventamos, en una reunión de trabajo, la expresión «comunicación intermedia», a fin de hablar de algo que ocurría entre la comunicación interpersonal y la masiva.

Esa experiencia me permitió matizar para siempre (siempre es una palabra ambiciosa en exceso...) los intentos de leer nuestro campo sólo desde un ángulo de mira. Si algo hemos aprendido en nuestra América Latina es que lo comunicacional es demasiado complejo como para pretender verlo a través del ojo de una cerradura.

En 1975 comenzamos con Norma Fóscolo a analizar la revista Gente, a fin de reconocer algunas causas de su éxito. Buscábamos la explicación en el mismo material y pronto comprendimos que eso no era suficiente. Comenzamos a preguntarnos por las maneras de ser y de percibir de quienes consumían esa publicación. Fuimos a dar así a otro tema de esos que uno llama «para siempre»: la vida cotidiana. Las condiciones de posibilidad de aceptación nacían de algún modo de esas formas de ser y de percibir. Escribimos un documento denominado «Para comprender la cotidianidad latinoamericana», uno de los primeros en incursionar en ese tema al cual se hace continua referencia desde hace unos años en nuestra especialidad. Matizar, poner en crisis la versión del todopoder de los medios sobre conciencias y conductas constituyó una tara por demás rica en procesos dentro de nuestra América Latina.

Aprendí de aquella experiencia la necesidad de preguntar por el otro, sin descuidar medios y mensajes, recordando siempre que la comunicación es entre seres humanos, con todas sus historias y sus miradas, sus discursos y sus juegos de relación.

Luego vinieron los años en México, en Ecuador, en Centroamérica y el regreso al país en 1993. Como estas líneas no tienen el sentido de una autobiografía, ni de poner al lector a soportar mis memorias, hago un breve recorrido de campos en los cuales me moví a lo largo de más de 25 años: comunicación y educación, comunicación para el medio rural, comunicación y salud, comunicación y medio ambiente, comunicación universitaria, comunicación en población, comunicación y niñez, planificación de la comunicación, análisis de mensajes, comunicación institucional, gestión de la comunicación, comunicación en la educación a distancia, comunicación y violencia, comunicación comunitaria, comunicación artística...

A veces digo, en broma y en serio, que una prueba de la posibilidad de vivir y ejercer la comunicación social por fuera de los roles tradicionales soy yo. No descreo, ni me pongo a atacar el trabajo en los medios (de hecho no he dejado nunca de practicar, aunque de largo en largo, el periodismo), pero la comunicación es demasiado compleja como para pretender mirarla a través del ojo de una cerradura.

¿De qué he sido testigo en todos esos años? En primer lugar de una furiosa fundación de establecimientos de nuestra especialidad y una tendencia a continuar en esa línea con más furia. Si piensa uno en lo que significa echar a andar carreras como las nuestras de un día

Como decíamos al principio, a partir de esta hipótesis conceptual, el autor venezolano construye una teoría que si bien abreva en las fuentes comunicacionales de la teoría matemática de la información, propone su crítica. Ya que es en la definición del concepto de comunicación en donde está la clave de comprensión de estos nuevos procesos sociales que generan los medios. Por lo tanto la primera cuestión a dilucidar es qué entendemos por comunicación. Para Pasquali se desarrolla una «relación comunicacional cuando se produce una interacción biunívoca del tipo del conocer, la cual solo es posible cuando entre los dos polos de la estructura relacional rige una ley de bivalencia: todo transmisor puede ser receptor, todo receptor puede ser transmisor».

Aquí ya aparece el rasgo distintivo de un pensar que intenta construir un objeto, «la Comunicación», desde la crítica que surge a partir de la diferenciación entre Información y Comunicación. Para Pasquali el concepto de información no es equivalente al concepto de comunicación, ya que en la primera solo hay transmisión de mensajes de un polo al otro, pero no reciprocidad, ni diálogo.

«Proponemos reservar el término información tanto al proceso de vehiculización unilateral del saber entre un transmisor institucionalizado y un receptor-masa, como a sus contenidos, sea cual fuere el lenguaje o el medio empleado».

Aquí Pasquali vuelve a conceptualizar el campo desde las mismas raíces ontológicas en las que la plantea Freire: comunicación como diálogo, información como alocución. Alocución quiere decir el discurso unilateral suscitador de una relación de información que es un «decir ordenador sin posibles réplicas de la parte receptora», tentativa de sustraer, empujar, adueñarse y alienar del decir ordenador que no admite respuestas. Remitiéndose al existencialismo francés, Pasquali cita a Merleau-Ponty en la *Fenomenología de la Percepción*:

«Sin reciprocidad no hay alter ego, puesto que el mundo del uno envuelve entonces al del otro haciendo que uno de los dos se sienta alienado a favor del otro».

La información respondería dentro de una sociología del saber que asumiría la categoría por relación

de causalidad (dependencia de causa-efecto) así como comunicación correspondería a la categoría de relación por comunidad (acción recíproca entre agente-paciente). Este rasgo existencialista en *Comunicación y cultura de masas* que remite a las obras señeras de la filosofía de entreguerras (Heidegger, en *Ser y Tiempo*, Sartre en *El Ser y la nada*, o el propio Merleau-Ponty, de *La fenomenología de la percepción*) no aparece como una moda intelectual, solo explicable por las influencias de formación del autor. Por el contrario se relaciona íntimamente con el proceso de redescubrimiento o reflexión de la relación de identidad y alteridad que plantea necesariamente la comunicación en aquel contexto.

Así, nuestro campo comunicacional comienza a pensar no desde la ingeniería mercantil-industrial cuya preocupación por la eficacia de la transmisión de mensajes es central, sino por el otro problema que implica la ecuación, incluso tecnicista de Shannon o Weaver. Es decir, el problema de ese otro en relación o ese otro término que extendiéndose desde lo sociológico-cultural remite al otro que viene a surgir con toda su potencia: el pueblo que interpela a los sectores medios intelectuales queriendo protagonizar otra historia. Y este otro, en este primer diagnóstico, es un pueblo silencioso a primera vista, un otro que es entendido como una masa alienada que para Pasquali refleja la novelística de Kafka.

Para Pasquali las obras de Kafka como *El proceso* o *América*, reflejan la «más perfecta cosificación, del acoso de los notificantes, ordenanzas y mensajeros, de la atomización y desvalorización del hombre-masa contemporáneo» que se evidencia más terminantemente en el tipo de sociedad que engendra «el tipo de relación de información», la sociedad de masas que surge del predominio de un tipo de comunicación del saber.

Porque:

«El predominio de una unilateralidad comunicacional, determina una masificación de los receptores»

Ya que:

«al establecer una igualdad de tratamiento, el ser-una-para-todos, ella tiende en una dimensión temporal a unificar, a alienar y masificar».

para otro, se desencadenan cuestiones como las siguientes: ¿de dónde salen los docentes?, ¿de dónde las investigaciones para sostener la enseñanza?, ¿de dónde los tiempos para dedicarse a algo más que dar clases? De ningún lado, en general. Y esto lleva a una improvisación tan furiosa como las fundaciones.

No me meto a juez de nadie. Cada quien con sus maneras de encarar la labor educativa. Pero los cientos y cientos de docentes necesarios para sostener con algún decoro los estudios de más de cuatrocientos establecimientos de nuestra especialidad en América Latina no nacen como por encanto, ni se los forma de un día para otro. Lo cual no significa la inexistencia de gente bien formada y de escuelas y facultades maduras en sus prácticas de enseñanza aprendizaje y en sus investigaciones.

He sido testigo, en segundo lugar, de un empecinamiento en ver a la comunicación como una hija casi adoptiva de las ciencias sociales. No pretendo generalizar, pero en no pocas universidades la carrera está en dependencia directa de ciencias más tradicionales (digamos con unas pocas décadas de diferencia), lo que significa un ejercicio claro del poder. Las carreras de comunicación aportan la mayor cantidad de alumnos, pero no se las legitima en el concierto de las primeras damas científicas, lo que implica falta de fondos, mínima cantidad de dedicaciones exclusivas, mínimo apoyo para ampliar la base tecnológica, mínima representación en la conducción de la facultad. Por supuesto que hay de todo en nuestra viña (perdón, en la del Señor), como por ejemplo facultades de periodismo y comunicación, pero la situación de recién llegada sigue pesando con fuerza. Esto se manifestó con toda crudeza en nuestro país cuando se convocó a categorización de docentes. Figuraban en la lista de profesiones todas, menos comunicación social. Y la lista había sido elaborada por representantes de universidades, algunas de las cuales tienen en su seno los estudios de comunicación...

He sido testigo, y me duele mucho haberlo sido, y serlo todavía, de un deterioro en la capacidad de comunicar. Insisto en las afirmaciones vertidas más arriba: no puede alguien llamarse comunicador social si anda a los tumbos con el discurso. Muchas universidades no terminan de resolver el problema de la expresión de sus estudiantes. Esto ya es grave, pero lo es más aún cuando dentro de ellas muchas carreras de nuestra especialidad tampoco lo logran. Lanzar a alguien al ruedo profesional con esas carencias es algo terrible para el futuro de ese ser y para la legitimación del campo.

La fiebre de fundaciones no ha mejorado ese aspecto, tal vez lo ha empeorado, en la medida en que faltan docentes dedicados a construir con el discurso, a producir intelectualmente. Es muy difícil entusiasmar a alguien por la escritura si no se escribe, es muy difícil impulsar formas ricas en comunicación desde una clase basada en la terca exposición magistral. Cabe afirmar que algunos establecimientos se mueven en el terreno de la cultura oral. Si nadie escribe, si todo se basa en las palabras del docente, si tampoco los estudiantes escriben, caemos en el ámbito de la oralidad.

He sido testigo de fundaciones hechas contra toda recomendación de no hacerlas. Las decisiones se toman en algunos casos para impulsar nuestra especialidad, para enriquecer la labor universitaria y el aporte a la sociedad. Pero en otros, muchos otros, los nacimientos se producen por el mero hecho de atraer más estudiantes, porque este complejo y a menudo confuso mundo de la comunicación tiene asegurada casi siempre una alta inscripción.

He sido testigo del empecinamiento en unas pocas salidas profesionales, las más taquilleras, digamos, y del descuido de otras orientadas hacia temas cruciales para la vida de nuestras sociedades. El estrecho marco de mirada comunicacional en no pocos establecimientos no es

para nada casual, siempre es más fácil darse a conocer como alguien capaz de abrirse camino en los medios o en la empresa privada que meterse en esas molestas honduras de la comunicación y la educación, la comunicación y la salud pública, la comunicación y el tercer sector, la comunicación y los medios orientados a la ciudadanía, la comunicación y el medio ambiente, la comunicación y los sectores rurales, la comunicación y la niñez, por mencionar sólo algunas alternativas.

He sido testigo de la falta de acuerdos en qué investigar, cómo armar itinerarios institucionales para enriquecer la mirada comunicacional. Y, por lo tanto, de la escasa producción propia de muchos establecimientos, basados en lo que otros dicen y hacen. Nada rechazo del decir y el hacer ajenos, pero uno enseña mejor cuando ha producido obra, cuando puede hablar también de sus construcciones.

He sido testigo, en fin, de carreras ancladas en exceso en el saber y pobres en exceso en el saber hacer. Toda profesión se compone de esas dos líneas: qué sé, qué sé hacer (con esto de los acentos a la manera de la real academia, pronto los eliminaremos de nuestras expresiones...). Y a menudo un saber disparado en todas direcciones, en el cual la comunicación entra de cuando en cuando. Y un hacer cuyo producto son los discursos titubeantes y a los tumbos.

Dije «en fin» para cerrar una línea de crítica, siempre necesaria. Reabro ahora los testimonios a fin de rescatar lo verdaderamente rescatable.

He sido testigo de la construcción, en unos pocos años (digamos 30) de uno de los movimientos más ricos en las ciencias sociales de América Latina. Las búsquedas, las investigaciones, las experiencias, los intercambios, muestran un impulso incontenible y una transformación protagonizada por centenares de comunicadores sociales de nuestros países. No es casual que en algunos encuentros de FELAFACS lleguen a reunirse más de cinco mil personas. Y tampoco lo es que los encuentros nacionales y regionales tengan una amplia convocatoria.

Esa construcción ha sido de personas. Por lo que he sido testigo de la emergencia de seres hermosos, empecinados en aclarar conceptos, en buscar en los textos y en los contextos, en impulsar investigaciones, en transformar paradigmas a fin de ampliar la comprensión de los fenómenos propios de nuestro campo.

He sido testigo de un vigoroso crecimiento de la bibliografía. Cuando emprendimos la transformación de la Escuela de Periodismo en Mendoza, 1973 como dije, andábamos a la caza de materiales porque ellos casi no existían, porque precisamente en esos años comenzaría a desencadenarse la producción. América Latina es un punto de referencia en el contexto internacional por esa producción y todas las búsquedas que mencioné. A modo de ejemplo: líneas fundamentales de la discusión de un nuevo orden de la información y de la comunicación surgieron de nuestros pensadores. Hoy podemos armar una carrera completa a base de la bibliografía latinoamericana. Los temas fundamentales han sido tocados y se trabaja en ello. No planteo aquí dejar de usar otras fuentes, simplemente reconozco el volumen y la calidad de la producción.

He sido testigo de una lenta pero sostenida presencia de nuestros egresados en los medios y en otros ámbitos de la vida social. Que hay muchos desocupados, o dedicados a cualquier otra cosa, lo sabemos bien. Pero hemos ido ocupando espacios y ello es el producto de una confianza en la educación superior y un reconocimiento a nuestros establecimientos. La presencia de comunicadores graduados en organizaciones no gubernamentales es también innegable.

He sido testigo de acercamientos interdisciplinarios más que fructíferos para aclarar nues-

Es esta categoría básica «del-para-todos» típica de la información dentro de la sociedad de consumo, la que se eleva a categoría de hábito social. Es el estar ahí del receptor como objeto de una alusión impersonal, no especificada. Heidegger dice: «todo privilegio resulta abatido...aplanado, todo lo conquistado ardientemente se vuelve vulgar. Todo misterio pierde fuerza. Esta preocupación del término medio es el aplanamiento de todas las posibilidades del ser».

«Entre el esclavo dialogante con Sócrates, que descubre atónito ser poseedor de un saber, *unus inter pares*, y el hombre masa impersonalmente superinformado de hoy que se sabe mudo e inoperante, media la diferencia que hay entre comunicación e información».

De este modo, Pasquali llega a la siguiente conclusión:

«La expresión medio de comunicación de masas contiene una flagrante contradicción en los términos y debiera proscribirse. O estamos en presencia de medios empleados para la comunicación y entonces el polo receptor nunca es una masa o estamos en presencia de los mismos medios empleados para la información y en este caso resulta redundante especificar que son de masas».

Comunicación y liberación

Como hemos dicho, uno de los rasgos del pensamiento sobre la comunicación en América Latina ha estado signado por su inscripción en la política, y nada probablemente ha sido tan fuerte y determinante como la experiencia chilena. Allí, durante tres años, se produjo intelectualmente lo más significativo en términos teóricos de los años setenta. Entre 1970 y 1973, en el marco del proceso chileno, de esta experiencia de un proceso de transformación social de signo socialista por la vía pacífica, se produjo la situación más rica desde el punto de vista comunicacional, en tanto el poder revolucionario del estado no ha sido ejercido sobre los medios de comunicación.

Como lo especifica Mattelart:

«El manejo que ha hecho y está haciendo en Chile la burguesía de sus medios de comunicación y de toda la instancia ideológica, así como la respuesta que

desde diversos niveles le han ofrecido las fuerzas de izquierda, son particularmente ilustrativos de la vinculación interna entre la superestructura y la tarea de movilización de las masas. Al par vienen a barrer en una realidad concretamente situada, las artificiales dicotomías aludidas anteriormente. Las condiciones del enfrentamiento con el proletariado, obligaron a la clase dominante a cambiar sus modelos de comunicación de acuerdo con sus alternativas para recuperar el gobierno. Acostumbrados a emitir de arriba hacia abajo, sus mensajes dirigidos a un receptor genérico -siguiendo el perfil prescripto por su concepto mismo de cultura de masas- los medios de comunicación de la burguesía buscaron una mayor conexión con el proyecto de resistencia activa al proceso revolucionario. La burguesía puso su aparato comunicativo al servicio de su línea de masas de la misma forma que activó todas las demás instancias superestructurales dominadas por ellas (el Aparato Judicial, el Parlamento, los otros aparatos conformadores de ideología). Al transformarse en órganos de vinculación con las bases de su proyecto político de clase y al recoger su práctica de resistencia cívica, los diarios, las revistas (desde el semanario femenino hasta la revista infantil), los radios y la televisión, en manos de la derecha, dejaron su visión ancestral de atomizar y desmovilizar a la masa de sus lectores y auditores, asumiendo su papel de agitador y organizador colectivo, procurando apoyar un nuevo concepto de solidaridad y romper el individualismo de sus clientelas políticas».⁽¹⁷⁾

Fue este contexto el que marcó al CEREN, Centro de Estudios de la Realidad Nacional, creado en 1969 en la Universidad Católica. En dicho Centro trabajaron Mattelart, Dorfman, Piccini y otros, los cuales conforman este bagaje cultural de donde surgió un conjunto de trabajos de investigación vinculados a la temática de comunicación. Los resultados de estos trabajos investigativos se publicaron en textos señeros y claves como *Para leer el Pato Donald*, *La comunicación masiva en el proceso de liberación*, o la *Revista Comunicación y cultura*.

El objetivo central del CEREN era: «contribuir a la discusión sobre el papel de la comunicación masi-

tra mirada. Estamos todavía construyéndola (¿quién no la suya?) y lo seguiremos haciendo con estas ganas que no decae de ninguna manera.

He sido testigo, en fin, de la consolidación de un campo en el cual encuentro sentido a mi existencia y a mis trabajos.

Hasta aquí llegan mis testimonios. Debí ampliarlos con referencias a las nuevas tecnologías, a la reflexión en torno a la gestión de la comunicación (especialmente a la Maestría en Planificación y Gestión de Procesos Comunicacionales, que llevan de manera conjunta la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de La Plata y La Crujía, ámbito de posgrado en el cual he podido recuperar queridas búsquedas), a esos pocos días para que pasemos a ser seres del nuevo milenio, a los horrores de este neoliberalismo devoravalores y devoraseres, a la necesidad de comenzar a abandonar la fiesta posmoderna porque no es lícito seguir de fiesta en medio de un trágico momento histórico...

Debí hacerlo, pero preferí centrarme en esos testimonios más generales. No soy testigo a través de la televisión o de internet. No hablo por noticias, como decía Simón Rodríguez. He vivido un período fundacional, extendido a lo largo de más décadas. Período caracterizado por marchas y contramarchas, defectos clarísimos y preciosas virtudes. Ninguna fundación es perfecta, todo el mundo lo sabe. Pero ahí está el movimiento, ahí están nuestros establecimientos con todas sus contradicciones, ahí están los productos.

Y ahí están los seres humanos que no cesan de aventurarse en la infinita tarea de construir la mirada comunicacional.

Oteando el futuro*

Por Jesús Martín-Barbero

Después de casi treinta años de docencia e investigación me encuentro hoy con que el ámbito de la cultura, y en especial el de la comunicación, nos plantean interrogantes muy fuertemente ligados a las incertidumbres y los miedos que permean este fin de siglo, que lo es también de milenio. Hoy nos toca asumir el fin de un mundo que está desapareciendo ante nuestros ojos sin saber hacia qué tipo de mundo nos dirigimos. De ahí que el calibre de las preguntas no encuentre respuesta entre los fragmentos de saber que son las ciencias y devuelva una inusitada vigencia a la filosofía, única capaz de hacerse cargo de las preguntas por el sentido de la técnica y de la ética. En esta marcha acelerada de la sociedad hacia no sabemos bien dónde, las tecnologías de información y comunicación han pasado a ocupar una dimensión fundamental de la cultura cotidiana, es decir, de la percepción de lo próximo y lo lejano, de lo presente y lo pasado, de los gustos estéticos y hasta de los rituales religiosos. Nunca antes se había hecho tan evidente que por el mundo de la comunicación pasa estructuralmente la puesta en común del sentido o el sin sentido del vivir en sociedad, ahora a escalada del globo.

Pensando desde ahí el campo de la comunicación se halla hoy primordialmente ligado al espacio del mundo, al territorio de la ciudad y al tiempo de los jóvenes. Al mundo, pues la globalización no se deja pensar como mera extensión cualitativa o cuantitativa de los estados nacionales, y nos hace pasar de lo internacional a lo mundial. Como afirma Octavio Ianni, el globo ha dejado de ser una figura astronómica para adquirir plenamente una significación

histórica. Ahí están las redes poniendo en circulación a la vez flujos de información y movimientos de integración a la globalidad tecnoeconómica, y la producción de un nuevo tipo de espacio reticulado que debilita las fronteras de lo nacional y lo local al mismo tiempo que convierte esos territorios en puntos de acceso y transmisión, de activación y transformación del sentido de comunicar. A la ciudad como nuevo escenario de comunicación y lugar de emergencia de un sensorium nuevo, cuyos dispositivos claves son la fragmentación -no sólo de los relatos sino de la experiencia, esto es la des-agregación social- y el flujo: el ininterrumpido flujo de las imágenes en la multiplicidad de pantallas encendidas que es lo que verdaderamente seduce y retiene al espectador. Donde ese sensorium se hace socialmente visible hoy es en los jóvenes y en sus serias dificultades de conversación con las otras generaciones: nunca esa conversación estuvo tan llena de distancias y de malentendidos. Pero estoy convencido de que el mundo joven es hoy el espacio primordial de expresión de los cambios que experimentamos quizá más expresivo aún que el propio arte. La desazón de los jóvenes está hablándonos, tanto o más que el arte, de nuestras incertidumbres y nuestras rabias: el problema es que no sabemos descifrarlas, no tenemos las claves hermenéuticas que nos permitan entenderlas.

En esta situación necesitamos reaprender el sentido de la crítica, el sentido que tiene hoy pensar críticamente la comunicación. Al desbordar el orden de la explicación especializada, los retos que la «sociedad de la técnica» nos plantea están exigiendo ser reubicados en este otro régimen del pensar que es el de la comprensión. Que es desde el que podemos plantearnos la pregunta por el sentido de la crítica. O dicho de otro modo, ¿cómo repensar las tradiciones desde las que pensamos: desde el mundo de la estrategia o de la táctica? Creo que la crítica hoy debería aprender de la lucha secular de los sectores populares que, al no poder escoger ni el tiempo ni el lugar, desarrolló en ellos un peculiar sentido del «desciframiento de las ocasiones» y de la «lógica de las coyunturas». ¿O no es verdad que, con el desdibujamiento de las ideologías y el abandono de las utopías, el pensamiento crítico ha ido perdiendo su territorio propio y se encuentra hoy luchando desde el campo que traza y domina el adversario? Exilado de su espacio, y en cierta manera de su tiempo, por el emborronamiento de su pasado, el pensamiento crítico sólo puede otear y dibujar futuro abandonando las seguridades en que se resguardaba y volviéndose nómada.

Y la primera clave de un pensamiento nómada reside en asumir esa des-ubicación que nos desazona empujándonos, machadianamente, a hacer camino al andar, esto es imaginar el futuro. Fue hace dos años y medio, mientras embalaba mi biblioteca para retornar de Cali a Bogotá cuando descubrí un pequeño libro de Margaret Mead -Cultura y compromiso, que apareció publicado a comienzo de los años setenta- y que no ha dejado de inquietarme y aportarme. Allí encontré otro «mapa nocturno» sobre la relación entre la aceleración de las transformaciones en la cultura y los modos de comunicar, y el ahondamiento de nuestros miedos al cambio. Para enfrentar esos miedos, aconseja la antropóloga debemos «reubicar el futuro», pues si para los occidentales el futuro está delante de nosotros, para muchos pueblos orientales el futuro está detrás, y la posibilidad de construir una cultura «en la que el pasado sea útil y no coactivo» pasa porque ubiquemos el futuro entre nosotros: pues ya está aquí, pero necesitado de que lo arropemos y ayudemos a nacer, porque de lo contrario, si nos quedamos esperándolo, será demasiado tarde. Para M. Mead el lugar privilegiado de gestación del futuro no es la ciencia ni el arte sino esa desconcertante experiencia cultural de los jóvenes que no cabe en la secuencia lineal de la palabra impresa, pues remite a un aprendizaje fundado menos en la dependencia de los adultos que en la propia exploración que los jóvenes

va en la lucha ideológica» y desde el cual se plantea cuestionar «el concepto omnipresente de los medios de comunicación que ha naturalizado la burguesía». En este sentido la problemática comunicacional adquiere en el CEREN un matiz particular que se entronca con el conjunto de elementos con que estamos caracterizando la constitución del campo de comunicación en América Latina.

Para el CEREN la nueva etapa implicaba: superar la etapa de la denuncia de la carga ideológica de los mensajes objetivos del poder burgués y pasar a la creación de unos Medios de Comunicación identificados con el contexto revolucionario. Los dos aspectos señalados más arriba traían consigo implícitamente la necesidad de cuestionar el saber científico, el hacer ciencia, y el lugar de ese saber en el contexto social.

«Al rehusar conformarse con aprender la comunicación como un mero objeto de observación y al proyectarlo en el movimiento de un proceso, el investigador enjuicia la posición que la burguesía asigna a la práctica científica y, por ende, impugna su propio estatus».

Este enjuiciamiento a la posición que la burguesía asigna a la práctica científica fue una parte fundamental de nuestra historia cultural. En el «Prólogo para pató-logos» Mattelart dice:

«El lector que abre este libro seguramente se sentirá desconcertado. Tal vez no tanto porque observa uno de sus ídolos desnudado, sino más bien porque el tipo de lenguaje que aquí se utiliza intenta quebrar la falsa solemnidad con que la ciencia por lo general encierra su propio quehacer. Para acceder al conocimiento que es una forma del poder, no podemos seguir suscribiendo con la vista y la lengua vendadas, los rituales de iniciación con que las sacerdotisas de la espiritualidad protegen y legitimizan sus derechos, exclusivos a pensar y opinar. De esta manera, en cuanto se trata de denunciar las falacias vigentes los investigadores tienden a reproducir en su propio lenguaje la misma dominación que ellos desean destruir. Este miedo a la locura de las palabras, al futuro como imaginación, al contacto permanente con el lector, este temor a hacer el ridículo y perder su prestigio al aparecer desnudo frente a su particular reducto público, traduce su aversión a la vida y, en definitiva, a la rea-

lidad total. El científico quiere estudiar la lluvia y sale con paraguas».⁽¹⁸⁾

Si en la obra de Pasquali las categorías existenciales alcanzaban para cuestionar la negación del otro como sujeto de la relación comunicativa, en la perspectiva abierta por el CEREN lo que se denuncia son las condiciones materiales en las cuales estos procesos se desarrollan. Y esta perspectiva se fundaba en la lógica del sistema develada por Marx.

«La burguesía y el imperialismo nos han impuesto formas de comunicación que corresponden a un modo de producir cultura y, en última instancia a un modo de producción de toda la vida».

Es decir:

«Toda actividad y todo producto en la sociedad capitalista participan del mundo y de la lógica de la mercancía».

En este proceso Mattelart deduce consecuentemente que la forma mercantil es la forma general del intercambio, sean estos productos, objetos materiales como de los otros, los de la cultura, que generalmente no se nos presentan como tales. Aquí Mattelart coincide con Adorno. Es decir, lo mercantil no es algo que se añada a los productos del espíritu, es la lógica de su producción:

«En la industria cultural los productos del espíritu ya no son también mercancías, lo son integralmente. Es decir, no son un agregado, son parte constitutiva de lo producido».⁽¹⁹⁾

Ahora bien, ¿Cómo es que estos procesos se hacen invisibles a los seres humanos sujetos a ésta lógica? Para Mattelart lo que hace invisible esta lógica de dominación es el proceso de fetichización como encubrimiento que impone una naturalización de las relaciones sociales, convertidas en un mito. Este mito implica para Mattelart que la relación de consumo, es decir de vendedor y comprador, sea visualizada como una relación comunicativa, de emisor y receptor. Y en segundo lugar la que plantea el mito de la objetividad. Es la idea de que aquello que producen los medios es el fiel reflejo de los acontecimientos, y no el relato construido de lo social que sirve para legitimar los intereses de la hegemonía.

Finalmente para Mattelart, la ideología tecnocrática del imperialismo se expresa en un nivel super-

habitantes del nuevo mundo tecnocultural hacen hoy de la visualidad y la sonoridad, del cuerpo y la velocidad. Pensar críticamente la comunicación implica imaginarla como modo de relación con el pasado y forma de construcción de futuro.

No puedo terminar esta reflexión sin hablar de la profunda experiencia de comunicación en la que me hallo inmerso desde que volví a residir en Bogotá. Lo que yo buscaba con ese cambio de residencia era desubicarme del espacio académico para reubicarme en un espacio social menos mediatizado. Pero lo que nunca pensé es que ese des-centramiento iba a exponerme tan densa y cotidianamente a las sacudidas del volcán que es hoy este hermoso pero desgarrador país: Colombia. Narraré sucintamente una experiencia de comunicación con Bogotá, y a través suyo con el país. Invitado por las gentes que desde el Instituto Distrital de Cultura y Turismo, habían puesto en marcha las políticas culturales de la administración Antanas Mockus (un profesor de filosofía y matemáticas que llegó a la Alcaldía de Bogotá desde la Rectoría de la Universidad Nacional y cuyo programa de gobierno se denominó «Formar ciudad») para evaluar y asesorar esas políticas, me encontré de la mañana a la noche inmerso en una encrucijada de procesos y demandas que han dejado maltrechas muchas de mis ideas sobre las relaciones entre comunicación y cultura. Nombraré sólo una. Aquella que centra la atención del investigador de comunicación en los procesos de segmentación de los públicos y especialización estandarizada de los productos, en su convergencia con aquella otra idea rectora en el diseño de políticas culturales según la cual estas son aplicables únicamente a las culturas institucionalizadas y en ningún modo a la cultura cotidiana pues la cultura cotidiana, al ser una forma de vida y de sentido, no sería abordable por regulación alguna. Frente a esa bien armada argumentación, la experiencia me puso ante una política de «cultura ciudadana» que durante tres años tuvo como objeto eje la cultura cotidiana, esa que tejen las relaciones de los ciudadanos, desde la relación con el chofer del bus a las de los funcionarios con los usuarios de los servicios públicos, pasando por las relaciones de las pandillas de jóvenes con los vecinos del barrio o de las de los constructores y la gente con el espacio público. Fue a partir de ahí, de las reglas de ordenamiento de la cultura ciudadana que fueron desarrollándose las políticas sobre culturas especializadas, es decir de las culturas del arte. Y fue a partir del movimiento de cultura ciudadana que muchos artistas de su propio trabajo, pues se reencontraron con su ser de ciudadanos a través de un trabajo creativo que entrelazó su propia producción con las prácticas expresivas mediante las cuales las asociaciones de vecinos de las pandillas juveniles tejían los lazos de pertenencia al territorio de los barrios, o recobraban memorias, es decir reinventaban y rehacían sus identidades. Un nuevo modo de comunicación con la ciudad en cuanto espacio común a ordenar, respetar y convivir estaba permitiendo a mucha gente del campo de las artes y las comunicaciones redescubrir el sentido de eso que, antes de la caída del muro y del vaciado despolitizador de las ideologías, llamábamos el compromiso.

El mío pasa hoy por lo que acabo de hacer con ustedes: tejer el lazo que anuda la experiencia con la narración, que es donde encuentran asidero mis mapas nocturnos, esos desde los que pienso y proyecto, desde los que imagino el futuro que los hombres construimos hoy en la aventura de la comunicación.

**Fragmento de la Conferencia «Aventuras de un cartógrafo mestizo en el campo de la comunicación» dictada por el investigador en Bogotá, en Mayo de 1999.*

estructural caracterizado por la formación social dependiente de América Latina:

«La formación social dependiente latinoamericana es producto de un proceso mayor que adquiere función de última instancia. Proceso mayor que la vincula al ritmo de extensión del sistema capitalista internacional, en el cual dicha formación cumple con funciones específicas que la instituyen como tal, con sus estructuras internas propias. Ahora bien, gracias al desarrollo de las técnicas de difusión, representaciones colectivas que no emanan de una base económica, tiene la posibilidad de intensificar su inversión instantánea al nivel de todas las capas sociales. Con estos instrumentos, los epígonos de la dominación pueden hacer progresar masivamente las conciencias más allá del estado de las fuerzas productivas. Es lo que la sociología burguesa, junto con la prensa del mismo sello, llama «la revolución de las expectativas crecientes»: un injerto de aspiraciones estimuladas por el polo foráneo imperialista. Parafraseando una imagen frecuente en esta prensa: el indio que vive relaciones sociales de producción precapitalistas tiene la posibilidad de conocer elementos de la superestructura de las sociedades de alta tecnología a través de su transistor, aún cuando el objeto de consumo que se le propone está fuera de su alcance».

La comunicación que vendrá

A partir de estos temas fundantes, el campo de la comunicación se fue desarrollando a partir de procesos políticos, crisis sociales, exilios y migraciones, que fueron constituyendo una serie de problemáticas cada vez más específicas.

De las políticas de comunicación en el marco de los procesos de transnacionalización económica, a los estudios de recepción como formas de resemantización de los mensajes de los medios masivos. De la comunicación como motivación del desarrollo a nuevas formas de articular comunicación y tecnologías. De los complejos macroestructurales producidos por la revolución científica técnica a la evaluación del impacto de redes y computadoras en los procesos cognitivos. De la comunicación popular alternativa a la recuperación de modos no clásicos de ejercicio ciudadano.

Notas

⁽¹⁾El seminario se desarrolla entre los meses de agosto y noviembre de 1999. Participaron: María Cristina Mata, Washington Uranga, Jorge Luis Bernetti, Florencia Saintout, Jorge Huergo, Alcira Argumedo, Daniel Prieto Castillo, Héctor Schmucler, y Luciano Sanguinetti.

⁽²⁾Foucault Michel, *Microfísica del poder*, Ed. La Piqueta, Madrid, 1978.

⁽³⁾Argumedo, Alcira, *Los silencios y las voces en América Latina. Notas sobre el pensamiento nacional y popular*. Ed. del Pensamiento Nacional, Buenos Aires, 1993.

⁽⁴⁾Lozano, Elizabeth y Rota, Josep, *Comunicación, Cultura e Industrias culturales en América Latina*. Felafacs, 1992.

⁽⁵⁾Martín-Barbero Jesús, Seminario dictado en la Facultad de Periodismo y Comunicación Social en 1997.

⁽⁶⁾Winkin, Yves, *La nueva comunicación*, Ed. Kairós, Barcelona, 1982.

⁽⁷⁾Rivera, Jorge, *La investigación en comunicación social en la Argentina*, Ed. Puntosur, Buenos Aires, 1986.

⁽⁸⁾Terán, Oscar, *Nuestros años sesenta*. Ed. Puntosur, Buenos Aires, 1991.

⁽⁹⁾Fuentes Navarro, Raúl, *Un campo cargado de futuro. El estudio de la comunicación en América Latina*. Felafacs, Coneicc, México, 1992.

⁽¹⁰⁾Althusser, Louis, *El Porvenir es largo*, Ed. Amorrortu, Buenos Aires.

⁽¹¹⁾Barreiro, Julio, prólogo a *La educación como práctica de la libertad*.

⁽¹²⁾Mata, María Cristina, «Cuando la comunicación puede ser sentida como propia: reflexiones sobre una experiencia popular». En: *Comunicación y Culturas Populares en Latinoamérica*, Felafacs.

⁽¹³⁾Freire, Paulo, *Pedagogía del oprimido*. Ed. Siglo XXI, México, 1973.

⁽¹⁴⁾Muraro, Heriberto, *La invasión cultural en América Latina*, 1982.

⁽¹⁵⁾Mata, María Cristina, *Radios Populares Educativas* (mimeo inédito, 1986).

⁽¹⁶⁾Terán, Oscar, *Nuestros años sesenta*, Ed. Puntosur, Buenos Aires, 1990.

⁽¹⁷⁾Mattelart, Armand, *La comunicación masiva en el proceso de liberación*, Ed. Siglo XXI, México, 1973.

⁽¹⁸⁾Mattelart, Armand; Dorfman Ariel, *Para leer el Pato Donald*, Chile, 1971.

⁽¹⁹⁾Martín-Barbero, Jesús, *Discurso y Poder*, Ed. Ciespal, Quito, Ecuador, 1976.

Praxis: proyectos y experiencias

Formosa: comunicación y desarrollo

Educación no formal en comunicación: nuevos agentes para nuevas políticas

Por Cecilia Ceraso

Pensamientos sobre los cambios en el Estado

En el actual período de cambios políticos y económicos que vive la República Argentina, uno de los sectores sociales más perjudicados son los trabajadores en general y los que se encuentran en relación con el Estado en particular.

Es evidente el agotamiento del modelo que, durante décadas, organizó la economía y determinó las formas de intervención del Estado. El reconocimiento de la complejidad y duración de este proceso de transformación hoy en marcha, plantea la necesidad de instrumentar políticas de desarrollo social y económico que otorguen una mayor equidad al modelo económico vigente.

Una nueva estrategia para la planificación e implementación de una política social provincial en Formosa supondría la definición de nuevos objetivos para el conjunto de las prestaciones de asistencia y promoción social dirigidas a cubrir las necesidades de alimentación, salud, generación de ingresos, tierras e infraestructura social y productiva tendientes a asegurar mejores capacidades públicas de gestión, mayor protagonismo de la comunidad, y eficiencia en la asignación de los recursos.

Está claro que el verdadero sentido de la transformación pasa por la revitalización de las energías de la sociedad en su conjunto, en un marco de plena valorización del trabajo y de la libertad, con una asignación eficiente de los recursos y una clara definición de justicia social.

Se hace necesario entonces, instrumentar estrategias y programas integrales como modo de superación de la problemática social, sobre la base de que el Estado asuma con decisión su rol indelegable de darse y conducir una política de crecimiento con equidad.

En este sentido, el estado debería proponerse convertir el gasto público social en inversión social; a partir del pasaje de la mera asistencia a la promoción de acciones que pongan en marcha capacidades ociosas, materiales y humanas, sobre la base de la organización y solidaridad social.

Estos objetivos enunciados parecen viables si se logra construir un Estado que administre eficientemente sus recursos, fortalezca sus instituciones provinciales y municipales y logre la participación activa del conjunto.

Formosa, una Provincia nuestra.

Magnitud de la Pobreza en Formosa

Con una población de 395.887 habitantes (Censo 1991), el 69,4% se localiza en la zona urbana; de ellos, el 28,4% habita en la Capital de la Provincia. La población rural, 30,6%, se distribuye en forma heterogénea entre las diferentes regiones y los departamentos.

La dinámica poblacional muestra un comportamiento favorable que históricamente ha caracterizado a la Provincia, las áreas urbanas experimentan significativos incrementos de población. En las zonas rurales, si bien siguen siendo expulsoras, la tendencia a la pérdida poblacional se ha desacelerado. La disminución del proceso migratorio es atribuible más a factores que han afectado la dinámica ocupacional de los centros receptores de formoseños emigrados que a modificaciones efectivas ocurridas en la propia Provincia.

El estudio de la pobreza de Argentina del INDEC refleja los altos porcentajes de NBI: 38,3% (152.592 personas) es el total provincial, siendo la del país de 19,2 %. En Ramón Lista, sobre una población total de 6.650 personas el 93,4% es NBI (en este departamento el 75% de la población es aborígen: 5.000 personas); en Bermejo sobre una población total de

10.143 personas el 73,5% es NBI (en este departamento hay 3.000 aborígenes, el 29,5% de la población).

DEPARTAMENTOS	TOTAL POBLACION		POBLACION NBI		DISTRIBUCION DE LA POBLACION NBI
	Neto	Aborigen	Neto	%	
Ramón Lista	6.650	5.000	6.214	93,4%	4,1%
Bermejo	10.143	3.000	7.440	73,5%	4,9%
Matacos	8.355	2.500	4.852	58,3%	3,2%
Patiño	58.472	6.000	29.024	49,9%	19,1%
Pilagás	17.378	350	7.879	45,4%	5,2%
Laishi	13.581		6.083	44,8%	4,0%
Pilcomayo	67.012		23.277	34,8%	15,3%
Pirane	57.277		23.953	41,9%	15,8%
Formosa	159.545		43.032	27,2%	28,4%
TOTAL FORMOSA	395.887	16.850	151.754	100%	100%

Se suma a esto la alta concentración de población menor de 14 años que hay en la Provincia, 37,5% (149.513 personas), contra la media nacional que es de 28,6%, que en el caso de Ramón Lista llega a 46%. Con el agravante de que en la Provincia el 46,4% de esa población de 0 a 14 años es NBI; en Ramón Lista es de 94,2%; en Bermejo es de 78,9%; en Matacos es del 62,1; (por señalar los departamentos de más alto índice). El resto de los departamentos supera el 50% salvo Capital y Pilcomayo, que de todas maneras están muy por encima de la media nacional que es de 28,7%.

En los mayores de 60 años, la media nacional de NBI es de 7,6%, mientras que en la Provincia es de 30,9%; en Ramón Lista es de 92,4%; en Bermejo del 68%; en Matacos del 52,8%; en el resto de los departamentos, el que menos tiene triplica la media nacional.

Solamente el 4% de la población es jubilada o pensionada, 15.888 personas. Es decir que el 55,9% de

la población mayor de 60 años no tiene jubilación ni pensión en la Provincia, la media nacional es de 34,5%, éste es otro indicador de la precariedad laboral.

El empleo y los ingresos

La mayor parte del ajuste del mercado de trabajo se traduce en desempleo abierto; en países como el nuestro tales ajustes se ocultan en el empleo público, en la informalización, y la ocupación en pequeñas empresas productivas, además de la desocupación directa.

Lo que se ha dado en llamar economía informal o popular es, precisamente, el conjunto de actividades e iniciativas que realizan aquellos sectores de la sociedad que se han visto desplazados de los circuitos formales de asignación de ingresos en razón del ajuste y la modernización del aparato productivo.

Con el objeto de asegurar la subsistencia familiar,

la economía popular adquiere una enorme variedad de formas, incluyendo también las experiencias asociativas, en una trama heterogénea y de envergadura difícil de estimar, pero ciertamente importante en su significación político-social y económica.

Si tenemos en cuenta los indicadores de la estructura social de la provincia de Formosa, vemos que mantiene un importante volumen de empleo agropecuario (PEA Agropecuaria/ PEA Total: 30,3%, siendo la media nacional para 1980 del 13,1%), acompañado por una estructura social «urbana» en la que es evidente la hiperterciarización del empleo y la decisiva contribución del sector público a los niveles de asalarización (% del sector público/ PEA Total 34,9%, siendo la media nacional 21,5%).

Es posible prever que continúe un rápido incremento de la población urbana en detrimento de la población rural:

	1980	1991
Rural	43,6%	30,6%
Urbana	56,4%	69,4%

La PEA rural experimentó una caída significativa: antes de 1980 representaba el 75% de la fuerza de trabajo provincial, y en 1980 había decaído al 41%, no registrándose información más actualizada.

Pese a esto la PEA relacionada al sector agropecuario todavía representa un tercio del total provincial, las categorías por cuenta propia representan el 50%, y las familias sin remuneración fija el 75% del sector en cuestión.

A esta problemática no escapan las delegaciones estatales tales como las gobernaciones y los municipios, quienes por años, han absorbido la mayor parte de la oferta laboral.

Estos cambios no solo modifican las formas de trabajo, sino que además constituyen un nuevo sujeto trabajador diferente a aquel que se perfiló durante los años del llamado Estado Benefactor.

Por otra parte queda abierta la puerta a las planificaciones zonales y regionales, en donde se busquen beneficios verificables y proyectos a niveles micro de planificación consensuada.

Ante este nuevo Estado el trabajador requiere de

nuevas capacidades para llevar a cabo políticas sociales que fueron redefinidas acordes a las profundas transformaciones en el plano económico social.

En este marco no podemos obviar el desarrollo de las nuevas tecnologías, las cuales abren un abanico de nuevas posibilidades de articulación comunicacional entre el Estado, a través de sus políticas sociales, y los diferentes sectores de la sociedad.

El desafío está en encontrar los mecanismos que permitan rastrear permanentemente todos aquellos espacios comunicacionales -masivos o no- donde se puedan articular las distintas expresiones, inquietudes, alegrías o necesidades de la gente.

La Propuesta

Teniendo en cuenta como puntos estratégicos para la construcción de políticas sociales la Descentralización; el Fortalecimiento Institucional; la Integralidad; la Focalización; la Transformación; la Participación; la Capacitación y Comunicación Social.

Desde La Red, Comunicación y Cultura (ONG, que trabaja en comunicación y educación en distintos escenarios) se propuso al Gobierno de la Provincia de Formosa desarrollar un Proceso de Capacitación en Planificación Comunicacional, incluyendo Diagnóstico, Estrategia comunicacional y un taller multimedial en los lenguajes radial, audiovisual y gráfico, destinado a los actores que intervienen en la ejecución y planificación de la Políticas del estado Provincial.

La capacitación se realizó con Agentes de los distintos organismos que componen el Gobierno Provincial, susceptibles de planificar políticas públicas orientadas al desarrollo.

El desarrollo de este Proceso Educativo se efectuó en diferentes instancias de aprendizaje, presenciales y a distancia en las que se realizaron trabajos a partir de las propias realidades donde los actores estaban insertos.

La capacitación fue destinada a:

-160 Agentes provinciales insertos en diferentes Programas y Planes de Gobierno, que provengan de las Áreas de Planificación, Comunicación, Efectores en Terreno, y Capacitación.

Requisitos para la convocatoria:

-que su accionar esté consensuado por sus com-

pañeros de trabajo

-que demuestre interés en la comunicación comunitaria.

-que tenga una real participación en el desarrollo del Programa o del Plan.

-que demuestre interés en multiplicar la experiencia.

Justificación de la Propuesta

Si tenemos en cuenta que los criterios de participación, capacitación y comunicación social son planteados como puntos estratégicos para el desarrollo de políticas públicas de alto impacto social; se hace necesario contemplar el desarrollo de estrategias de comunicación comunitarias e institucionales orientadas a potenciar la relación existente entre la población objetivo de las políticas públicas y los recursos humanos que intervienen en la planificación y ejecución de políticas provinciales.

Es importante establecer una real comunicación entre la Provincia y la comunidad, para lo cual es indispensable potenciar los recursos existentes, tanto humanos como técnicos. Se trata de recuperar, con imaginación y creatividad, los espacios e instrumentos que ayuden a desarrollar y fortalecer las diferentes alternativas que deberán plantearse todos los actores de la comunicación.

Sin perder de vista que el eje central de cualquiera de las alternativas es propicio fundarlo en el reconocimiento de la capacidad de expresión y comunicación que nuestro pueblo posee. Por lo tanto lo que se planteó fue generar, junto a los diferentes actores un espacio en el cual se construyan herramientas de trabajo. Estas herramientas no sólo serían utilizadas para la información y difusión, sino también para la educación, organización y participación.

En este camino la finalidad fue lograr una mejor integración comunicacional entre los diferentes sectores, fomentando la afirmación de nuestra identidad cultural y el bienestar del pueblo.

A dónde apuntamos

Promover espacios de participación y capacitación para recursos humanos en la Provincia de Formosa,

susceptibles de planificar políticas públicas y estrategias de comunicación. Para generar nuevos canales y espacios de comunicación, planificación y gestión entre el Gobierno de la Provincia y la gente.

Para esto nuestro propósito fue:

- Capacitar en diagnóstico de comunicación, de manera que los actores puedan diagnosticar la realidad concreta de su medio.

- Capacitar en Estrategia Comunicacional, de manera que los actores puedan elaborar líneas de acción que hagan al desarrollo de diferentes estrategias de comunicación.

- Capacitar en lenguajes comunicacionales, gráfico, radial y audiovisual, de manera que los actores puedan elaborar y emitir sus propios mensajes, en el marco de las estrategias propuestas.

Llamamos a esta propuesta de Educación no formal en comunicación: *Nuevos agentes para nuevas políticas*, y nos planteamos como meta generar proyectos de comunicación que sean parte de estrategias más amplias tendientes a mejorar las relaciones comunicacionales en los ámbitos específicos de trabajo, en los cuales los trabajadores del Estado Provincial se desempeñan cotidianamente.

El desarrollo del curso fue atravesado por tres ejes, que se articularon entre sí, y nos permitieron, a lo largo de todo el proceso, ordenar nuestro camino de reflexión y producción:

Un eje conceptual-teórico, un eje de producción de mensajes en tres diferentes lenguajes y un eje metodológico de diagnóstico y planificación. Cada uno con una lógica diferente para conocer y transitar.

Un eje conceptual-teórico

Desde la comunicación social existen corrientes teóricas que explican y sostienen diferentes categorías conceptuales. Estas se contraponen o complementan entre sí. Nuestro trabajo nos mostró una opción por un marco teórico consecuente con nuestras prácticas.

Creemos que cada individuo conlleva un saber que le permite relacionarse en sociedad. El saber parte de la experiencia concreta. De la trama de relaciones dentro de la cual los seres humanos nos movemos. Por lo cual consideramos que todo saber es social.

Con el diálogo pretendemos la problematización del propio conocimiento, que no puede estar afuera del marco de la realidad, para poder comprenderla, explicarla y transformarla.

Por esto, cuando hablamos de comunicación, también hablamos de procesos de transformación. Porque creemos que a través de ella aprehendemos. Porque nos apropiamos de aquello que queremos modificar.

Es aquí donde nos integramos como comunicadores-educadores en la práctica social, donde comienza un proceso de diálogo y nos reconocemos como sujetos capaces de transformar.

Para el desarrollo de cualquier proceso de planificación es necesario no sólo la puesta en práctica de una determinada metodología. Antes es preciso construir una mirada de la realidad .

La reflexión sobre el concepto realidad, nos lleva a preguntarnos acerca de las características de la realidad en que vivimos, aquello que condiciona nuestra vida cotidiana sirviéndole de escenario y que llamamos contexto.

En el contexto histórico en que nos toca vivir, consideramos que la educación y la potencialización de los saberes son caminos que nos brindan herramientas para desenvolvemos en la cotidianidad. Por esto creemos que la capacitación debe tender a la multiplicación de saberes y debe contemplar el trabajo y la planificación.

La propuesta de trabajo con respecto al eje conceptual- teórico para los Agentes Públicos que compartieron este proceso de construcción de conocimiento es que a partir de analizar las transformaciones que se dieron en los últimos tiempos, sobre todo en el marco del Estado y sus relaciones con la sociedad, construyan un Marco Teórico que les permita ver y discutir la «Situación Ideal» en relación al Estado y en las relaciones de comunicación entre el Estado y el pueblo.

Para esto trabajamos sobre tres dimensiones diferentes.

Una *política*, que nos permitió generar una reflexión sobre los diferentes modelos de organización del Estado en relación a las políticas que cada modelo propone.

Otra *cultural*, para analizar y comprender las profundas transformaciones que se dan en nuestra sociedad y que generan nuevas formas de producción cultural.

Y por último, una dimensión *comunicacional*, que nos permitió conocer diferentes modelos de comunicación para poder construir una mirada que describa las actuales relaciones de comunicación entre el Estado y la Sociedad, a la vez que generamos nuevas propuestas de comunicación.

Un eje de lenguajes

En Formosa, la realidad de comunicación planteada en el marco de la globalización y la integración, el desarrollo local y regional y sus límites y posibilidades, nos muestra «...una cultura donde los medios son reconocidos como lugares de construcción de ideas fuerza acerca del orden social. La gente demanda a los medios que opinen, que muestren; los medios como lugares de construcción de sentido...» (M.C. Mata, Dic. 93. Seminario de Comunicación Popular, Facultad de Periodismo, UNLP).

Consideramos de vital importancia la producción de mensajes propios; en este sentido la sociedad produjo notables cambios en los últimos veinte años. En los años 70 un comunicador social comprometido hablaba de ser la voz de los que no tienen voz, en los 90 se espera que los que no tenían voz sean hacedores de sus propios mensajes; en cierto modo mas creíbles que los de otros actores institucionales y políticos.

Por otro lado, conocer las herramientas, los modos y hasta los paradigmas de comunicación que utilizan los medios permite disparar un análisis crítico de las formas de comunicación mediáticas o no predominantes en la comunidad.

Desde una concepción relacional de la comunicación, analizando el discurso mediático y las formas de comunicación propias de cada actor social se pueden reconocer los distintos canales y códigos alternativos que los diferentes actores pueden utilizar en la elaboración de mensajes propios.

Cada lenguaje de comunicación, ya sea gráfico, radial o audiovisual, tiene diferentes posibilidades.

Conocerlas a partir de la producción, nos permitirá potenciar su uso, para lograr un mayor dinamismo en la circulación de los mensajes en los diferentes ámbitos cotidianos de trabajo.

La producción de mensajes no solo implica el conocimiento del lenguaje, sino también, el conocimiento de nuestros destinatarios, es decir de los diferentes actores que intervienen en la trama de relaciones de comunicación en la cual nos proponemos intervenir.

Se propuso a los Agentes la realización de una Estrategia de Comunicación en sus lugares de trabajo con sus respectivos mensajes.

Un eje de diagnóstico y planificación de la comunicación

La realidad es dinámica y está en constante cambio. Creemos que es posible intervenir en la realidad, de una forma racional y planificada, para generar procesos que encaminen esas transformaciones en el sentido que nos proponemos. Pensamos que la planificación puede ser controladora o emancipadora, puede ahogar o generar cambios y es en esta última desde donde construimos la mirada.

La comunicación es completamente necesaria, para reconstruir, en un diálogo con los otros, la realidad. A través de ella se pueden visualizar y analizar las diferentes problemáticas, sus causas y sus consecuencias.

Para generar estos procesos es necesario utilizar determinados instrumentos metodológicos, que nos permitan diseñar un proceso de trabajo orientado al logro de determinados fines.

Elaborar un diagnóstico, tanto social como de comunicación, permite captar las problemáticas, jerarquizarlas, analizarlas y delinear diferentes alternativas de acción para transformarlas.

Esta propuesta supone un enfoque transdisciplinario, tanto al acercarnos a un ámbito institucional para diagnosticar y planificar, como para generar un nuevo proyecto vinculado con la comunicación.

Ideas fuerza sobre el estado (tomadas de los diagnósticos realizados por los agentes de Formosa)

Realidades Negativas:

-El estado tal como está provoca pobreza, desocupación y subocupación, injusticia e inseguridad.

-En Formosa también hay nuevos pobres, no se promueven las economías regionales, ni el sector de las pequeñas y medianas empresas y esto afecta el mercado de trabajo.

-Los paraguayos se instalan en las calles en perjuicio de los comerciantes que deben pagar todos los impuestos, se llevan gran parte de nuestra moneda a su país sin ningún beneficio para la provincia de Formosa.

-El Estado Nacional se desentiende jurídicamente del litigio por el río Pilcomayo, (Proyecto Pantalón) que establece la ejecución de ambos canales derivadores en un mismo lugar, para que el agua se reparta en mitades iguales, 50 y 50, pero Paraguay se adueñó del 75% del cauce y la cancillería está ausente.

-En Formosa si bien se ha construido y refaccionado un número elevado de escuelas, eso no es todo, aún falta lo esencial; desde dónde miramos la educación formoseña para determinar acciones que mejoren las condiciones de vida del pueblo.

-La educación provincial debe estar más allá de las contingencias políticas y los intereses sectoriales.

-No se mira a la educación desde un lugar estratégico, no se planifica en forma estratégica.

-En 120 años la sociedad formoseña no ha logrado aún construir un sistema productivo que se traduzca en trabajo, salud, educación y calidad de vida para los formoseños.

-Un altísimo porcentaje del presupuesto estatal formoseño está financiado por recursos nacionales y más de la mitad de sus habitantes tiene necesidades básicas insatisfechas. Desde este lugar es difícil imaginarse la viabilidad histórica de Formosa.

-El problema de la educación provincial no parece ser ni financiero ni académico, es político. Debería decidirse si va a ser una herramienta poderosa para ayudar a la transformación de nuestra sociedad o va a ser un escenario más para las disputas partidarias.

-Hay un aumento significativo de la población de la ciudad de Formosa venidos desde el interior en búsqueda de mejores condiciones de vida y oportunidades laborales.

-La población demanda la obtención de viviendas y el I.P.V. no puede satisfacer la demanda.

-No existe una estrategia de comunicación en el Estado Provincial. No existe una red de comunicación que abarque todos los organismos entre sí sino que la información se da de manera entrecortada y difusa.

-La dependencia de las actividades económicas respecto al Estado marca una sustancial diferencia con otras provincias del resto del país.

-El empleo público es la actividad laboral más importante. El deterioro de los ingresos desde el congelamiento de los salarios estatales en 1992 agudiza la crisis en la mayoría de las familias.

-Hay sectores económicos que han vivido siempre de la obra pública que continúan obteniendo réditos y hay sectores políticos de privilegio que junto con los anteriores conforman actualmente la capa social más alta, susceptible de gozar de las bondades que la economía de mercado brinda a los sectores incluidos en ese modelo.

-No es posible sobrevivir en una economía globalizada si no se planifica estratégicamente y se realizan acciones para el desarrollo local y regional.

-No existe planificación desde ningún ámbito político ni técnico.

-La masa de recursos que garantiza la consolidación de sectores de privilegio y por consiguiente de sectores excluidos proviene también del Estado.

-Con la incorporación de nuevas tecnologías a las actividades laborales se produce un efecto de exclusión de sectores administrativos de baja calificación que no han sido expulsados de sus puestos de trabajo pero carecen en muchos casos de funciones específicas y no tienen posibilidades de ascenso. Esto conlleva a una desvalorización de sus funciones y la convivencia en esta situación produce entropía en el sistema, se deprimen los agentes capacitados además de la depresión de los agentes excluidos.

Realidades positivas:

-Se ve la necesidad de una respuesta viable con respecto a la búsqueda de alternativas de superación basándose en los nuevos modelos sociales (una punta sería la cooperación y la autogestión. La cuestión

es buscar una forma en la cual los recursos humanos ingresen en igualdad de oportunidades y no discriminatoriamente (el tema de una pequeña elite política que discrimina al resto y no democratiza la toma de decisiones y no abre el juego para construir el sentido del desarrollo político, social, económico, regional, etc. aparece constantemente).

-Esta nueva situación a nivel nacional y provincial exige un sistema educativo de alta calidad donde la educación no sea vista como un gasto público sino como una inversión.

-El nuevo escenario social necesita de sujetos competentes pero también predispuestos al trabajo en equipo. Es necesario promover la noción de conjunto.

-En la relación entre el sistema educativo y el mundo del trabajo es necesario que la escuela además de enseñar crezca en producciones.

-La educación ocupa un lugar central en las Políticas Públicas y en las preocupaciones de la sociedad.

Problemas y Potencialidades en el Sistema de Salud

Lo que nos debilita:

-El conflicto de responsabilidades entre atención primaria y hospitalaria.

-El conflicto de clase, de código, choque cultural y falta de interés desde el médico hacia el paciente.

-La dureza de los administrativos, que por otro lado, también son excluidos dentro del mismo sistema de Salud.

-Las múltiples ocupaciones de los Directivos de los Centros de Salud, que para acceder tienen que crecer en Cursos, Posgrados, etc., y descuidan o no aprenden de las prácticas sociales.

-Estas nuevas capacitaciones que se necesitan para estar mejor no están contempladas en el Sistema ni en tiempo, ni en recursos.

-El amiguismo para repartir medicamentos, para dar turnos, las fallas en el horario y la falta de respeto a la dignidad del otro.

-La amansadora... el que es paciente debe esperar.

-La falta de credibilidad de los pacientes, el apego a la medicina tradicional que se traduce en sus códigos.

-El código de la Burocracia donde; se tiran la pelota, es difícil identificar un responsable, se excluye a la gente.

-Negociaciones por no asumir los conflictos (jurisdicciones).

-Falta de priorización por parte de la jerarquía, de los problemas reales y primeros que debe solucionar el Estado.

-Falta de Recursos económicos y un Estado completamente sobredimensionado.

Lo que nos fortalece:

-La atención Primaria de la Salud existe en Formosa (en otros Estados Provinciales a partir de la descentralización se desvirtuó y declinó en una atención superflua, perdiendo sus criterios de prevención y cercanía).

-La atención Primaria de la Salud existe como concepción y como noción entre los médicos.

-Los auxiliares de los Centros de Salud actúan en favor de la comunidad resolviendo cosas porque sienten que el otro, que es el pueblo, son ellos mismos

-La gente necesita de las prestaciones de salud, atención primaria y atención hospitalaria y acude a los Centros y a los Hospitales.

-La gente quiere Salud Pública.

Estas realidades positivas y negativas forman parte de los análisis de la realidad que los trabajadores a partir de recolectar datos cuantitativos y cualitativos hicieron acerca de su Estado Provincial.

Los agentes en un alto porcentaje pertenecen al Ministerio de Cultura y Educación y al Ministerio de Desarrollo Humano. Le siguen en importancia numérica los Ministerios de la Producción, Economía y Obras y Servicios Públicos.

También participaron agentes de Gobierno, Justicia y Trabajo; del Ministerio Secretaría General, de los Organismos de la Constitución, de los Poderes Legislativos y Ejecutivo y de la Conferencia Permanente para la Afirmación de la Cultura Formoseña.

El perfil de formación de los participantes es heterogéneo, participaron personas de nivel primario, secundario, terciario y universitario.

Todos pudieron aportar desde sus saberes en un clima de cordialidad y tolerancia. Es importante resaltar que entre los participantes también había muchos coordinadores y directores de programas

(PROMIN, ASOMA, PAIPPA, EMETA, Transformación Educativa, Reconversión Productiva, etc.)

Contando también con asistentes técnicos, jefes de departamento, administrativos y operadores claves en el terreno como señoras encargadas de los comedores que aportaron su riqueza y su punto de vista.

Los nuevos escenarios y la necesidad de nuevas propuestas

La relación de la comunicación con la cultura resulta cada vez más vital para entender los procesos sociales. Ello implica reubicar el concepto de comunicación desde una política relacional e intersubjetiva donde se intercambian afectos, estados de ánimo, sentimientos, etc. En otras palabras, la comunicación es inseparable del intercambio simbólico que sólo se produce cuando se hacen posibles los encuentros culturales, pues de no ser así estaremos ante un proceso de incomunicación.

Esto significa que cuando hablamos de comunicación no la estamos reduciendo al uso instrumental de los medios, ni a la técnica ni al recurso. Nos estamos refiriendo a la comunicación como un escenario, que al decir de Jesús Martín-Barbero, es un «espacio de mediación social» entre el conjunto de actores que participan en ella.

La comunicación como mediación será entonces un espacio clave de tomar en cuenta por su privilegio para configurar las identidades individuales y colectivas, más aún, si tomamos en cuenta que la única institución social legitimada en un contexto de crisis generalizada, es la comunicación.

A modo de conclusión tomamos los aportes de Segundo Armas Castañeda en su libro *Imaginándonos el futuro*, la comunicación como estrategia para el desarrollo, como propuesta para re-pensar, en el caso Formosa, las estrategias de comunicación que el Estado debiera promover en la construcción del Desarrollo.

Consideraciones para re-pensar el rol del comunicador en las políticas públicas

• Revalorar el sentido estratégico de la comunicación en los procesos de desarrollo.

Bibliografía

- García Delgado, Daniel, *Estado y Sociedad. La nueva relación a partir del cambio estructural*. Ed. Tesis Grupo Editorial Norma.S.A. FLACSO, Buenos Aires, 1994.
- Gómez, Vilma; Ceraso, Cecilia; Rétola, Germán, *Plan Social Integrado para la provincia de Formosa*, marzo de 1996.
- Horejs, Irene, *Formulación y gestión de microproyectos de desarrollo*. CEPEDO. HVMANITAS, Buenos Aires, febrero de 1995.
- Mata, María Cristina, *Nociones para pensar la comunicación y la cultura masiva*. Curso de especialización «Educación para la comunicación» N°2. C.C.E. Ed. La Crujía, Buenos Aires, 1994.
- Mata, María Cristina, *Cómo evaluar nuestras prácticas*. Cuaderno de Investigación N°1, ALER, Quito, noviembre de 1990.
- Ponencia: Situación de la infancia argentina y situación de niños pequeños en el ámbito de la Prelatura de Humahuaca. (Pablo Vinocur). UNICEF-Argentina.
- Prieto Castillo, Daniel, *El autodiagnóstico comunitario*. Manuales Didácticos CIESPAL. Ed. Quipus, Quito, 1990.
- Prieto Castillo, Daniel, *Mediación de materiales para la comunicación rural*. Serie Comunicación rural, Dirección de comunicaciones, INTA, Buenos Aires, 1995.
- Rosanvallon, Pierre, *La crisis del Estado Providencia*.
- Armas Castañeda, Segundo *Imaginándonos el futuro, la comunicación como estrategia para el desarrollo*. Illia: Centro de Comunicación y Desarrollo, Lima, 1995.

Para pensar estratégicamente la comunicación en el desarrollo, es necesario concebirla como un proceso articulado al campo de la cultura.

En este sentido, la perspectiva comunicacional de la cual partimos, se inscribe en la corriente latinoamericana que plantea la articulación entre la comunicación y la cultura. Lo que importa aquí es la articulación entre las prácticas de comunicación y los movimientos sociales que son los que les cargan de sentido a estos.

Es así que la comunicación es entendida como un proceso de relación entre sujetos que supone un proceso de producción de sentido, sin restringirla a meros instrumentos tecnológicos o a la transmisión de conocimientos o informaciones.

Por lo tanto, la comunicación se establece como un ámbito desde el cual se puede estudiar la realidad del hombre y la sociedad en que se desenvuelve.

Con respecto al concepto de cultura, Néstor García Canclini, ha señalado que:

«... preferimos reducir el uso del término cultura a la producción de fenómenos que contribuyen, mediante la representación o reelaboración simbólica de las estructuras materiales, a comprender, reproducir o transformar el sistema social, es decir todas las prácticas e instituciones dedicadas a la administración, renovación y reestructuración del sentido...»

En este sentido, la cultura por ser un producto social adquiere un carácter dinámico y transformador entre las prácticas e instituciones que conforman un sistema social, ya que no se restringe a representarlas, sino también a recrearlas.

De lo que se trata entonces, es de operar un desplazamiento que nos permita mirar la comunicación desde los procesos culturales, en una perspectiva relacional y intersubjetiva.

Esta visión de la comunicación nos plantea que no puede haber comunicación sin la intención de dialogar con los otros.

La dimensión estratégica de la comunicación en los procesos de desarrollo, debe reivindicar el componente subjetivo del factor humano como uno de los elementos más significativos debido a que ésta es clave en las tomas de decisiones y en la puesta en escena de las voluntades que podrían hacer posible o viable cualquier propuesta de desarrollo.

Esta perspectiva de desarrollo privilegia el protagonismo de los ciudadanos como una forma de propiciar su autodesarrollo en los propios procesos.

La comunicación se constituye como 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 la ciudadanía y la democracia, requisitos imprescindibles para el desarrollo. El rol estratégico de la comunicación en el desarrollo se sitúa en esta perspectiva que destaca el factor humano en dichos procesos. La comunicación puede aportar y contribuir a la consecución de dichos fines.

- Conocer previamente la realidad.

Para diseñar y ejecutar estrategias de desarrollo es necesario un conocimiento previo y profundo de la realidad.

Esto implica delimitar cuáles son los problemas fundamentales sobre los cuales actuar, pero además supone la necesidad política de que los actores del desarrollo actúen de manera consensual y concertada.

Además, este ejercicio de diagnosticar debe ser permanente y sistemático, puesto que la realidad social es dinámica y cambiante. Sólo así las propuestas sobre el desarrollo responderán a situaciones reales y las acciones podrán ser planteadas con objetivos y metas claras con el fin de atacar más directamente los problemas. De esta manera se logrará un mayor impacto del trabajo, a través del ahorro de tiempo, esfuerzo y recursos y se evitará una mayor agudización y complejidad de los problemas.

- Promocionar el desarrollo humano integral.

Históricamente, las concepciones sobre el desarrollo se sustentaron en la necesidad del crecimiento económico. En la actualidad, desde un aporte interdisciplinario que vienen haciendo las ciencias sociales, se ha redimensionado esta visión, se ha introducido el componente cultural subjetivo como una forma de concebir de manera integral el desarrollo. En este sentido, el desarrollo no se mide solamente por el nivel de ingreso de la población, sino por cuanto ha mejorado la calidad de vida de esta.

Esto debería llevarnos también a una reflexión ética sobre el sentido del desarrollo, y es aquí donde más puede aportar la comunicación, puesto que una perspectiva de desarrollo integral que apueste por el mejoramiento de la calidad de vida debe tomar en cuenta todos estos aspectos.

- Construir democracia para el desarrollo.

Utilizar la herramienta de la comunicación para fortalecer la democracia implica:

- Recuperar y fortalecer la institucionalidad democrática.

Es necesario recuperar al Estado y sus instituciones, no en el sentido del Estado controlista, sino en el sentido del Estado democrático, que tiene un rol que cumplir para lograr un equilibrio en la sociedad, que permita a los ciudadanos reglas de convivencia y acuerden en luchar por alcanzar su desarrollo pleno. De todas formas es necesario precisar que «la democracia no es una aspiración natural, sino una institución por construir»; en este sentido, «la democracia significa organización, la organización significa la posibilidad de que la gente organizada pueda intervenir en las cosas públicas, y esto significa, a su vez, poder expresarse.

La importancia de que existan instituciones es porque concebimos al desarrollo como un asunto de interés público, donde «la sociedad civil pueda confrontar proyectos y visiones distintas, antagónicas o complementarias», al mismo tiempo pueda participar en la toma de las decisiones a través de las instituciones del poder político.

- Promover el diálogo social y la concertación.

El diálogo y la concertación son requisitos indispensables para toda propuesta de desarrollo y la comunicación puede aportar para que ello sea posible. Esto no debe suponer la evasión de la confrontación puesto que, al decir de Lechner, la esencia de la democracia radica en la confrontación de ideas y puntos de vista. Pero esta confrontación no debe llevarnos a privilegiar las diferencias sino a definir mejor las ideas que posibilitan los entendimientos y acuerdos que posibilitan los intereses sociales, ya sean de carácter nacional, regional, o local.

- Construir ciudadanía.

Es sustancial afirmar que todo Estado democrático

debe sustentarse en una Sociedad Civil consolidada, pues la ciudadanía no es un hecho de individuos aislados, sino necesariamente un proceso relacional entre estos y mediadas por instituciones.

La condición de ciudadano no se reduce a la de un sujeto comprometido con determinadas obligaciones y derechos (político-constitucionales), sino fundamentalmente, a reconocerse como protagonista, conductor y beneficiario de los procesos de construcción de democracia y de país. En este sentido podemos concluir que una persona que delega no está ejerciendo plenamente su rol de ciudadano.

- Legitimar el tema del desarrollo en la opinión pública.

Tratando de acercarnos al concepto de opinión pública la definimos según Armas Castañeda, como una expresión colectiva de un juicio de un asunto de interés general.

Así por ejemplo si se piensa que el bienestar y el progreso es una reivindicación de las personas ante un Estado que está en la obligación de satisfacer dichas demandas, que el desarrollo es un asunto de políticos y académicos, o que el desarrollo es un problema de cada persona en particular o cada grupo social, deja ver que no todos estamos dispuestos a convertirnos en protagonistas del desarrollo. Este tipo de dificultades frente al desarrollo, juegan en dirección contraria por lo que es necesario legitimar el tema en la opinión pública. Es aquí donde la comunicación puede aportar significativamente ya que puede ayudar a generar corrientes de opinión favorables, un mejor entendimiento del verdadero sentido del desarrollo. De esta forma la comunicación ejercerá una función pedagógica y contribuirá estratégicamente para lograr el bienestar y el crecimiento.

-Seminario sobre políticas públicas sobre la infancia rural. Programa Yachay. O.Cla.De. (Prelatura de Humahuaca), abril de 1996.

-Uranga W., Moreno L., Villamayor C., *Diagnóstico y planificación de la comunicación*. Curso de especialización «Educación para la comunicación» N°8 C.C.E. Ed. La Crujía, Buenos Aires, 1994.

La transformación del Estado. El imaginario de los agentes públicos sobre el contexto de la transformación

Por Ramón Adolfo Flores

El siguiente trabajo presenta un análisis de los discursos producidos en el marco del Programa *Nuevos Agentes para Nuevas Políticas*, y que tuvo como protagonistas a los agentes públicos de la ciudad de Formosa.

El corpus con el que se trabaja está formado por los papelógrafos del primer encuentro (10,11 y 12 de marzo de 1999), y por los trabajos prácticos a distancia N° 1 y 2.

El objetivo del análisis es indagar el imaginario respecto a «la transformación del Estado» y el contexto en que esta se produce.

Las transformaciones en el escenario

El primer día del encuentro, luego de despejadas las dudas y explicitadas las expectativas respecto al programa, se realizó la primera exposición cuya meta era presentar nociones que dan cuenta del marco teórico general del curso.

Después del almuerzo, en cada comisión se realizó el «Juego del Ovillo». Este fue utilizado como disparador para reflexionar sobre el valor del esquema de comunicación y relación en red.

Luego se continuó en grupos más pequeños, donde se trabajó sobre los conceptos de realidad y contexto, además de sus relaciones.

Al analizar el contexto actual, surgieron las diferentes transformaciones que lo han y lo están conformando.

Para dar cuenta de esas transformaciones se analizó en un cuadro, «a la luz del sentido común»⁽¹⁾ y desde una dimensión temporal explícita («antes» y «ahora»), una serie de elementos que pueden ser agrupados en actores, valores e instituciones.

Actores: Docentes; Jubilados; Nosotros.

Valores: Solidaridad; Trabajo; Riqueza; Ecología.

Organizaciones: Partidos Políticos; Sindicatos; Medios de comunicación.

Instituciones: Sociedad; Escuela; Universidad; Estado; Fábrica; Familia; Ciencia; Empresa; Iglesia.

Cada grupo de aproximadamente 20 personas, debió anotar sus opiniones sobre la transformación del escenario en un papel afiche.

Las anotaciones de los seis grupos en torno a estos elementos, se discriminaban entre un «antes» y un «ahora». Surge entonces una pregunta: ¿cuál es la relación entre ambos momentos?

La respuesta significaba que, por ejemplo, un valor continúa vigente, que una institución se transformó, etc.

Es decir, la relación entre el «antes» y el «ahora», implica una transformación, una continuidad, etc. en la naturaleza del actor, institución o valor?

Estos interrogantes remiten al imaginario de los agentes públicos en torno a estas transformaciones. Su indagación puede especificarse mediante otra pregunta: ¿cómo se construye el sentido que para esos actores tienen las «transformaciones»?⁽²⁾

Esto último implica mirar hacia el campo semiótico en busca de herramientas.

Un grupo analizó a la iglesia diciendo: «antes» era «más rígida» y «ahora» «es menos rígida».

La relación entre ambos momentos está dada por la continuidad de una determinada cualidad, pero que ha variado en menos o en más su cantidad.

La presencia de muchos de estos casos en el discurso analizado, confirma la regularidad del tipo de «transformación». Y por lo tanto la posibilidad de que exista la relación contraria: la de discontinuidad de la cualidad.

Esta discontinuidad implica que no existe relación alguna entre las cualidades del pasado y del presente: la iglesia ha pasado de ser «autoritaria», a estar «inmersa en la comunidad», por ejemplo.

Se tiene entonces la posibilidad de transformar la continuidad y la discontinuidad en un «eje semántico».

Surge así el cuadrado semiótico como una herramienta para analizar el discurso constituido por los afiches, los cuales fueron confeccionados por los agentes públicos en su reflexión sobre el contexto que hace de escenario para su labor actual.

- El cuadrado semiótico

Al ser posible definir cualquier objeto semiótico según el modo de su producción, los componentes que intervienen en ese proceso se articulan entre sí según un «recorrido» que va desde lo más simple a lo más complejo, de lo más abstracto a lo más concreto. Es decir desde un nivel profundo hacia uno superficial, desde el nivel semiótico hacia el nivel discursivo.⁽³⁾

Es en el nivel fundamental donde se debe situar al cuadrado semiótico.

Esta herramienta de análisis discursivo es un modelo estático y dinámico a la vez: está hecho de posiciones, puramente diferenciales, y de recorridos.

El modelo se construye con dos operaciones (negación y aserción) y con tres relaciones que determinan las cuatro posiciones interdefinidas (contrariedad, contradicción y complementariedad). El punto de partida es una relación cualitativa, de contrariedad, entre dos posiciones de sentido donde cada una de ellas presupone a la otra, por lo que se forma un «eje semántico» entre ambas.⁽⁴⁾

- Cuadrado semiótico de «las transformaciones en el escenario».

La continuidad o discontinuidad de una cualidad es el «eje semántico» sobre el cual se indagará la relación entre el «antes» y el «ahora» para cada elemento del afiche. Esto implica tomar los dos términos en su relación de presuposición mutua, de contrariedad y por lo tanto como opuestos.

Pero como el cuadrado tiene otra relación básica entre sus posiciones, la de contradicción, surge entonces las posibilidades de negar tanto la continuidad como la discontinuidad.

Negar la continuidad de una cualidad no es oponerle otra sino una cantidad. Es asegurar que la familia pasó de ser «tradicional», a estar «desbordada» y con «mayor comunicación».

Una «transformación» niega la discontinuidad cuando, entre el «antes» y el «ahora», ha ocurrido un cam-

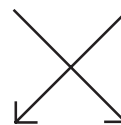
bio tal que las cualidades de ambos momentos son opuestas: en el pasado la familia estaba «integrada» y ahora está «atomizada». Es decir, ambas cualidades se relacionan y por lo tanto se niega la ruptura de relación afirmada por la discontinuidad.

Se conforma así el cuadrado semiótico que intenta dar cuenta de las diferentes relaciones entre el pasado y el presente de los actores, organizaciones, etc.

Este cuadrado será la herramienta para abordar al conjunto discursivo formado por los afiches.

Pobreza: continuidad
/Continuidad/

Instituciones: cambio
/Discontinuidad/



/No discontinuidad/

/No continuidad/

Valores transformación

Casos aislados

Estas son algunas de las frases en los papelógrafos, las que manifiestan en superficie las posiciones de sentido del cuadrado de las «transformaciones en el escenario».

1 - / Continuidad / - Pobreza.

Pobreza: «Siempre existió»; Menos/más notoria; Menos/más pobres; Menos/más visible.

Estos pares entre el «antes» y el «ahora» muestran la clara continuidad de la pobreza como fenómeno, pero un fenómeno que cambia cuantitativamente, que aumenta.

2 - / Discontinuidad / - Instituciones.

Las instituciones han cambiado sus cualidades, y en términos generales para bien.

Universidad: Formadora/Informadora; Selectiva/ Accesible; Acceso Determinado/Mayor.

Ciencia: Cerrada/Accesible; Individualista/Mayor exploración; Poco desarrollada/Tecnificada.

Iglesia: Autoritaria/Inmersa en la comunidad; Mayoría católica/Penetración de culturas; Rígida/ Participativa; Formal/falta de credibilidad.

Notas

⁽¹⁾Fragmento de la consigna para analizar esas transformaciones y anotarlas luego sobre los papelógrafos.

⁽²⁾El entrecomillado del término «transformaciones» se debe a que así se denominó al cambio que tuvieron en el tiempo los valores, instituciones, etc.

⁽³⁾Greimás, A. J. y Courtés, J. *Semiótica*. Diccionario razonado de la teoría del lenguaje: Estructura, Generativo, Nivel, Producción, Profunda. Ed. Gredos, Madrid, 1990.

⁽⁴⁾Floch, J-M. *Semiótica, marketing y comunicación. Bajo los signos, las estrategias. ¿Es Usted agrimensor o sonámbulo?* Ed. Paidós, Barcelona, 1993.

Sociedad: Llena de tabúes/Vive de apariencias; Transparente/Participativa/Individualista.

3 - / No Discontinuidad / - Valores.

Todos los valores han sufrido una transformación opuesta, y a excepción de la ecología, siempre negativa.

Trabajo: Seguridad/Inestabilidad; Seguro/Inseguro; Abundante/Escaso.

Solidaridad: Comunidad/Individuo; Nosotros/Yo; Esfuerzo Compartido/ Interesado; Intensa/Débil.

Riqueza: Distribución/Concentración; Honestidad/ Enriquecimiento Ilícito.

Ecología: Desconocida/Difundida; Ignorada/Valorada; No existía/de moda.

Como se puede apreciar, algunos de los pares no tienen clara relación cualitativa entre sus términos. Hay que recordar que lo que se coloca en los extremos del cuadrado son acepciones, y no definiciones.

4 - / No Continuidad / - No es una operación regular.

La negación de la continuidad, como relación entre el pasado y la actualidad, no posee regularidad en ninguno de los elementos. Es decir, no permite caracterizar su «transformación».

Aparece sí dispersa en diversos elementos en los afiches de los diferentes grupos.

Familia: Tradicional/Desbordada, mayor comunicación;

Jubilados: Más valorados, remunerados, respetados/Carga familiar, Estado, Empresas.

Ciencia: Poco desarrollada/Tecnificada.

Sociedad: Simple y recibía mayor atención/Compleja.

Del análisis del corpus formado por los afiches grupales, se desprende entonces un escenario cuyas principales «transformaciones» son:

- Continuidad de la pobreza como fenómeno que aumenta.

- Cambios positivos en las instituciones, en las cuales se ha suplantado una característica por otra: iglesia, universidad y ciencia.

- Transformación en los valores que implica una pérdida general de ellos.

Además se puede afirmar que: negar la continuidad de algunas características del pasado no consti-

tuye, en el discurso analizado, una operación regular de construcción de sentido.

Negar la continuidad de una cualidad es oponerle una cantidad, es negar que entre el «antes» y el «ahora» existe una relación.

Salvo casos aislados, los agentes reconocen siempre un proceso, ya sea de continuidad, de cambio o de transformación. Es decir, se reconoce una relación entre las cualidades. Pues hay un consenso que «negar las cosas no ayuda, si las reconocemos sí vamos a poder hacer algo».

La Transformación en el Estado

Los trabajos prácticos a distancia N° 1 y 2 entregados a mediados de marzo, tenían consignas que significaban lecturas críticas de los textos, y exposición de experiencias de los ámbitos de trabajo en el contexto de la transformación del Estado.

En el Trabajo Práctico N° 1, donde los textos eran «Nociones para pensar la comunicación y la cultura masiva» (María Cristina Mata), y «Cultura y sociedad» (Alicia Argumedo), la parte final de la consigna pedía una articulación de los textos, a través de la pregunta: ¿Cuál es mi mirada sobre lo que sostienen los autores? Enunciar los acuerdos y los desacuerdos.

En el Trabajo Práctico N° 2, la consigna fue «reflexionar sobre el ámbito de trabajo cotidiano, tratando de recuperar experiencias que describan a partir de situaciones concretas como fue vivido el proceso descrito en los textos». El proceso es la transformación del Estado. Los textos eran «Estado y sociedad» (Daniel García Delgado), y «El rol del planificador después de la caída del Estado Benefactor» (Cecilia Ceraso).

La primera consigna significaba expresar los acuerdos y desacuerdos, es decir, compartir y disentir.

Lo que comparten los agentes que entregaron sus trabajos, son los valores y propuestas de los textos, el diagnóstico y la descripción. Algunos explicitan los valores y las propuestas: análisis crítico, igualdad de oportunidades para los recursos humanos, nuevos modelos sociales que impliquen cooperación y autogestión. Otros expresan su «acuerdo» con las autoras del primer grupo de textos o alaban la certeza en la

descripción «de lo que nos está pasando».

En la mayoría de los casos los «acuerdos son casi totales» e involucran a todo el marco teórico expuesto en los textos.

El disentir no está presente en los textos analizados. Lo más cercano al concepto es la desconfianza hacia la suficiencia de los valores para asegurar el éxito del cambio, o la crítica hacia la escasez o falta directa de ciertas temáticas entre las abordadas por las autoras.

Lo que ocupa el lugar del disenso es la opinión que complementa al marco teórico compartido.

Y lo hace mediante los diagnósticos, propuestas y valores de cada agente. Surge entonces la crítica cultural y moral a los medios, artistas, periodistas, etc. La propuesta y el diagnóstico: la educación es la «urgencia».

La segunda consigna involucra a la mirada personal sobre el proceso de transformación desde la experiencia propia o ajena, de compañeros de trabajo o familiares.

Se critica así a la aplicabilidad del modelo de alta integración y hasta la existencia de la crisis del estado de bienestar en la provincia de Formosa.

Las experiencias e historias funcionan como la memoria del proceso de transformación del estado.

El discurso de los agentes se instala ya sea en la prescripción o en el relato.

La prescripción se construye a través de la cita de autoridad, la cual determina la centralidad de la escuela en todo proceso de cambio, o señala el poder del sistema educativo. Las citas y el discurso que las contiene se instalan en la prescripción cuando se ordena: «la FAMILIA junto con la ESCUELA basadas en la SOLIDARIDAD».

Pero también los discursos particulares proponen una mirada sobre la transformación del estado desde el afecto.

Es la historia familiar la que se construye a partir de las transformaciones del estado.

«Mis bisabuelos» llegaron a fines del 1800 cuando el estado se asociaba a la transformación deseada y asociada a la modernidad. «Ya [con] la siguiente generación -mis abuelos- allá por 1918», comenzaron a aparecer las primeras fábricas, y son «mis padres [los

que] comentan» el auge del estado benefactor con el peronismo. Pues en «mi generación» se comienza a vivir ya en un estado post social.

Hace 10 o 15 años atrás el Instituto de la Vivienda no sólo respondía a la demanda sino que su oferta la excedía. Sus empleados cuentan que «cuando se iba a entregar determinado Barrio, tuvieron que ir a la tienda Lñíguez para preguntar a los empleados (cajeros) si querían una vivienda».

Es la memoria de los compañeros más antiguos en el trabajo, la que instala al estado benefactor en una «época de oro» que despierta nostalgias.

La transformación del estado y su contexto

En primer lugar, la transformación del estado es parte de una transformación del escenario en el cual actúan los agentes públicos.

El escenario de la acción estatal implica una continuidad de la pobreza que crece día a día. Pero en un contexto en que la riqueza ha perdido transparencia, hasta legitimidad: la riqueza es asociada a la corrupción.

Es decir, una transformación de valores que en términos generales implica una pérdida de ellos, por ejemplo de la solidaridad y el trabajo. Aunque la ecología se haya transformado en un valor social importante y reconocido como tal.

Los agentes visualizan un cambio positivo en algunas instituciones como la universidad, la iglesia, la ciencia y la sociedad. Mientras que en otras como la escuela, observan una contradicción que las acerca a la disfunción en términos de los valores. La escuela, por ejemplo, está más abierta al cambio pero se aleja de la comunidad, y pasa de ser el segundo hogar a ser un depósito.

La familia también se sume en contradicciones: si-gue conteniendo, existe una mayor comunicación pero se desintegra, y esta característica junto a su apertura significa para los agentes una pérdida de valores.

Aunque esto puede entenderse, ya que para ellos la sociedad misma atraviesa un cambio contradictorio en términos de valores positivos y negativos.

La sociedad adquiere dinamismo, se torna cambian-te y deja atrás la rigidez. Pero también se vuelve com-

pleja e individualista, perdiéndose la estabilidad, la participación y la transparencia.

Todos los valores cuya pérdida se lamenta, remiten a una relación de tipo comunitaria, mientras que todos los calificados como negativos son los que caracterizan a toda sociedad moderna.

Es decir, los actores sociales visualizan que su organización social pasa de comunidad a sociedad. Y es en ese pasaje que se pierden los valores preciados.

El estado, por su parte, ha sufrido una «transformación» compleja: continuidad, cambio y transformación conviven.

La continuidad del paternalismo y asistencialismo está acompañada de un cambio, de un pasaje hacia la delegación. El estado ha dejado de ser protector y llegado hasta desentenderse. Pero también se ha transformado pues tiene «intentos democráticos» y comienza a exigir una participación activa y grupal.

En este contexto se forma el grupo que comparte valores y deontología.

Los valores son los que se han perdido a nivel social como solidaridad, participación y cooperación.

La deontología etimológicamente remite a «deontos»,

lo necesario, lo que debe hacerse.⁽⁵⁾ Es decir a las propuestas de los autores leídos, las que son explícitamente compartidas en los trabajos a distancia.

Acude en refuerzo de este deber hacer, las citas de autoridad de algunos trabajos y las «reflexiones finales» de otros.

Las citas refieren a la centralidad y poder del sistema educativo, además de a su actual resignificación social. Las «reflexiones finales», por su parte, implican construir democracia, promocionar el desarrollo integral en el ser humano y la confianza en él.

Mediante los valores y la deontología compartida se reinstaura la comunidad,⁽⁶⁾ la que fue vivida como pérdida en las «transformaciones» de la sociedad.

La metodología de aprendizaje en grupo, la perspectiva comunitaria de la comunicación aplicada en el programa sirve de soporte a este proceso.

También la «transformación» del estado es vivida como pérdida: la «época de oro» cuando sobran recursos.

El afecto entonces determina al vínculo con el estado, no sólo por la nostalgia sino porque en sus diferentes etapas se formaron las generaciones: «su historia es la historia de mi familia».

⁽⁵⁾Deontología. *Diccionario de Filosofía*. Herder, Ed. Herder, Barcelona, 1996.

⁽⁶⁾Comunidad. *Diccionario Crítico de Sociología*, Ed. Edicial, Buenos Aires, 1993.

Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Secretaría de Investigaciones Científicas y posgrado

Proyectos de investigación en curso

Programa: Comunicación y Cultura

Director: Jorge Huergo

• Denominación:

«Cultura mediática y producción de sentidos en prácticas y sujetos en la ciudad de La Plata».

Duración: 1/05/99 al 30/04/2001

Director: Huergo, Jorge.

Integrantes: Sanguinetti, Luciano; Fernández, María Belén; Saintout, Florencia; Falbo, Graciela; Díaz Larrañaga, Nancy; Morandi, Glenda; Alfonso, Alfredo; Poliszuk, Sandra; Iñiguez Rímoli, Natalia; Ballesteros, Anaís; Ceraso, Cecilia; Caprara, Susana; Ros, Mónica; Lacunza, Paula; Martín, María Victoria; Sabanés, Lisandro.

Resumen Técnico:

La investigación tiene por objeto la relación entre la cultura mediática y la producción de significados, considerando cuatro campos materiales que configuran subproyectos correspondientes:

- 1.- el rastreo de aportaciones de algunas corrientes de pensamiento del siglo XX sobre la producción de sentidos;
- 2.- el relevamiento de los públicos y consumos culturales mediáticos en la ciudad de La Plata;
- 3.- la comprensión de la producción de sentidos acerca de la cultura mediática en los docentes de Educación General Básica
- 4.- la comprensión de la producción de sentidos acerca de la lectura y la escritura en los estudiantes de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social.

• Denominación:

«¿Qué imagen de la persona anciana ofrece la televisión argentina?».

Duración: 1/05/99 al 30/04/2001

Director: Torre, Alfredo.

Integrantes: Cuervo, Arturo; Flores, Ramón; Castillo, Ricardo.

Resumen Técnico:

Esta investigación intenta describir cómo se representa la imagen de la persona anciana en la televisión abierta argentina, con sede en la Capital Federal y La Plata, y cuáles son las razones que predeterminan la conformación de su perfil más dominante, según la perspectiva del emisor.

Se parte de la idea de que existe un medio social en el cual abundan, por diversas razones de índole sociocultural y económica, actitudes negativas hacia el proceso de envejecimiento, representadas por imágenes estereotipadas a través de las cuales el anciano es percibido como desválido, improductivo, enfermizo, resistente al cambio, en fin, una

carga social y económica. Esta generalizada percepción social del geronte, contribuye a su marginalización y desinserción social e inicia o refuerza un proceso de deterioro progresivo que podría, según entienden los especialistas, afectar finalmente la salud integral del mismo. ¿Cómo contribuye la televisión a realimentar esa imagen?

• Denominación:

«La relación de los jóvenes con la política, percepciones y posiciones».

Duración: 1/05/99 al 30/04/2001

Director: Guerrero, Carlos.

Co-Director: Peresson, Flavio.

Integrantes: Mariani, Eva; Zapatería, Mónica; Cafasso, María Elena; Bianchi, Sandra; Pagano, Silvia.

Resumen Técnico:

El presente Proyecto investigará la percepción que tienen los jóvenes de sí mismos como sujetos de la política. Mueve el interés de este equipo que en los últimos años, desde lo académico, los medios de comunicación, como así también desde los discursos que emanan de sectores sociales significativos (Estado, Iglesias, Partidos Políticos) se refiera lo juvenil a las modalidades de la moda, de la peligrosidad social o a las dialécticas deseantes del mercado.

Para nosotros esto implica deconstruir estas categorías que indirectamente naturalizan al joven como un ser ausente de política.

La investigación pretende hacer visible si algunos acontecimientos del pasado inmediato del país pueden funcionar como experiencia traumática, a partir de lo relatado por los padres de estos jóvenes.

Interesa ver como operan tanto las significaciones presentes como los efectos del relato del pasado en las percepciones que tienen los jóvenes de su relación con la política, en tanto sujetos o no de la misma.

El campo de trabajo de la investigación serán aquellos agrupamientos que los jóvenes construyen para sí, como así también los lugares institucionalizados para su participación.

Interesa destacar que la atención estará puesta en el relato que éstos construyan (no en lo que se relata sobre los mismos).

• Denominación:

«Pedagogía de la comunicación: análisis pedagógico de las acciones educativas que se ejercen desde la televisión».

Duración: 1/5/99 al 30/04/2001

Director: González Gentile, Roberto.

Integrantes: Silber, Julia Marta; Barcia, María Cristina; Fabián, Daniel; Hernando, Gabriela; Lavalle, Roxana.

Resumen Técnico:

La Pedagogía, pese a sus debilidades epistemológicas, tiene una dimensión claramente especificada cuando se trata del espacio educativo for-

mal. Sus posibilidades de incorporarse al ámbito no formal e informal, aunque sustentadas en teoría, no están aún legitimadas.

Esta investigación intenta explorar las posibilidades de una Pedagogía en el medio de comunicación «televisión», cuya influencia se expande y profundiza como acción educativa, y penetra con singular fuerza en el ámbito formal.

En los últimos tiempos ha crecido considerablemente el interés y la innovación educativa en el campo de la educación a través de los medios de comunicación. La presencia masiva de los medios de comunicación de masas en la vida cotidiana podría por sí mismo motivar la formación general acerca de, a través de y para los medios de comunicación en todos los niveles del sistema educativo.

La educación a través de los medios de comunicación originariamente daba prioridad a las nociones de representación parcial o desfiguración, a la programación limitada de las noticias y terrores morales en los medios de comunicación que crean sus propias explicaciones e impulsos; y a los estereotipos, ausencias y a la extraordinaria atención prestada a las noticias del público masculino dominante.

Para esta investigación, se seleccionarán algunos tipos de programas, y se analizarán variables de interés como por ejemplo valores/contravalores que en forma explícita u oculta contienen mensajes emitidos.

Se espera aportar un conocimiento más preciso del tipo de influencias sociales que configuran la subjetividad en un contexto socio-histórico de crisis de paradigmas modernos al mismo tiempo que enriquecer el campo epistemológico de la Pedagogía desde una perspectiva no suficientemente investigada como es la de las prácticas educativas no formales.

• Denominación:

«La tematización de los panoramas informativos radiofónicos en emisoras de AM y su correspondencia con el campo de la recepción, en orden de interés y credibilidad, ante el proceso electoral de 1999».

Duración: 1/5/99 al 30/04/2001

Director: Bernetti, Jorge Luis.

Co-Director: Depetris, Cielito; Sanguineti, Susana.

Integrantes: Bosetti, Oscar; Kendziur, Guillermo; Trossero, Alberto; Brunelli, Anahí; Menzo, René; García, María Eugenia; Britez, Ana; Ramírez de Castilla; Biassatti, Cecilia; Armán, Erica Silvana.

Resumen Técnico:

Este proyecto se presenta como Proyecto Nacional Interuniversitario de Promoción de Desarrollo Académico Equilibrado de cuatro regiones del país que involucran, a través de sus investigadores, a las siguientes Universidades: Universidad Nacional de La Plata; Universidad de Buenos Aires; Universidad Nacional de Córdoba; Universidad Nacional de Entre Ríos; Universidad Nacional del Litoral y Universidad Católica de Santa Fe.

El mismo se realiza para brindar un panorama preciso sobre los panoramas informativos radiofónicos de las emisoras seleccionadas pertenecientes a las zonas de influencia de dichas unidades académicas, que resulten de su interés para ser utilizado como aporte a futuras estrategias comunicacionales; y en cuyos resultados se pueda reconocer la efectiva interacción cultural que se establece entre estos segmentos de programación y su recepción social.

Y asimismo constatar la correspondencia entre los criterios de tematización y los niveles efectivos de interés y de credibilidad social que permita desarrollar una interpretación integral de síntesis de la radio ante coyunturas políticas de relevancia nacional.

El trabajo constará de cuatro etapas:

- 1.- Marco teórico integrado al objeto de estudio. Primer registro y análisis de panoramas informativos (análisis de contenido); Primer estudio de recepción (encuestas y entrevistas en profundidad).
- 2.- Marco teórico interpretativo sobre interacciones culturales. Segundo registro y análisis. Segundo estudio de recepción.
- 3.- Relaciones comparativas en cuanto a la evolución de los servicios y los consumos informativos. Sistematización de los registros de etapas 1 y 2.
- 4.- Redacción de informes parciales. Conclusiones y redacción de documento preliminar para su publicación. (Editorial Konrad Adenauer)

• Denominación:

«Materiales para la capacitación. Los procesos de recepción de los docentes».

Duración: 1/5/98 al 30/4/2000

Director: Díaz, Esther.

Integrantes: Huergo, Jorge; Lopreto, Gladys; Valentino, Alejandra; Felli, Susana; Fino, Claudia; Morandi, Glenda; Díaz, Hernán.

Resumen Técnico:

Desde el comienzo del período democrático, a partir de considerar la educación como factor fundamental de la democracia, así como inversión a largo plazo sumamente redituable, se puso en marcha un proceso de cambio educativo. Esto culminó en la LFE, uno de cuyos pilares es la capacitación docente, no librada como otras veces a la iniciativa particular de personas o instituciones sino con indicación de tendencias precisas desde lo estatal; se aportó además abundantes materiales e informaciones para la capacitación de diverso origen. Conscientes de la importancia que este proyecto reviste, nos proponemos investigar por un lado el material en circulación, a partir del cual se produce la construcción de sentido, pero sobre todo los procesos de recepción por parte de los docentes, destinatarios inmediatos del proceso comunicacional de capacitación, mediatizadores importantes del cambio educativo para las generaciones jóvenes, y al mismo tiempo miembros de un sector laboral numeroso.

Programa: Comunicación, medios, periodismo y política

Director: Jorge Luis Bernetti

• Denominación:

«Los multimedia en Argentina. Grupo Clarín. Influencia en el proceso de construcción de la Agenda Pública (1999-2001)».

Duración: 1/5/99 al 30/04/2001

Director: Belinche, Marcelo.

Co-Director: Lamanna, Gabriel.

Integrantes: Bubenik, Miriam; Viale, Patricia; Roche, Ana María; Eliades, Analía.

Resumen Técnico:

El Grupo Clarín ha demostrado capacidad de captura, selección, traducción, utilización y construcción de la información circulante. Esto se traduce en lo que llamamos «agenda pública cotidiana», es decir los temas que se plantean en el plano mediático y se convierten en el centro de interés generando consenso o rechazo social y estableciendo o no su propia continuidad.

Es en esta continuidad donde radica la meta central de esta investigación: establecer cómo esa capacidad, comprobada, de influencia de los medios en la agenda pública cotidiana se manifiesta y traduce a mediano y largo plazo a partir del abordaje de un escenario político concreto, en este caso la campaña electoral de 1999 y en segundo lugar la transición y traspaso de gobierno.

Estudiaremos las columnas políticas de los tres medios que definen la orientación del Grupo (Diario Clarín, Radio Mitre y Canal 13) midiendo su impacto en la totalidad de la agenda mediática como generador y receptor y, a través de entrevistas seleccionadas, muestreos propios y materiales acordados con consultoras, su impacto a nivel político.

Esto permitirá comparar con precisión hasta qué punto el Grupo, los medios en general y la sociedad política son responsables de la construcción de consensos o rechazos y redefinir, a partir de un plazo concreto y un tema específico, el concepto de influencia desde un punto de vista de los medios masivos de comunicación.

• Denominación:

«Evaluación crítica del proceso de ejercicio de la libertad de prensa en Argentina, 1989-1990. Medios, periodistas y sistema político».

Duración: 1/5/99 al 30/4/2001

Director: Bernetti, Jorge Luis.

Integrantes: Gabay, Sandra; Gardinetti, Ana; Morzilli, Elida; Turconi, Omar.

Resumen Técnico:

El objetivo de la presente investigación es estudiar el desarrollo del ejercicio de la «libertad de prensa», derecho garantizado en la Constitución Nacional, en los marcos del sistema político argentino entre julio de 1998 y diciembre de 1999, el desarrollo del gobierno del presidente Carlos Menem. Se analizará el concepto de «libertad de prensa» desde diversas perspectivas de la escuela crítica de los estudios de comunicación y de los estudios culturales. Se examinarán las articulaciones entre el poder político, sobre todo desde el Poder Ejecutivo Nacional y los Provinciales, los otros poderes como el Judicial y el Legislativo; la Iglesia y las Fuerzas Armadas con los medios de comunicación en relación con la vigencia de la «libertad de prensa».

Se dará particular importancia a las agresiones físicas y simbólicas contra periodistas y empresas y se considerará el proceso de concentración de medios como condicionantes estratégicos de aquella.

• Denominación:

«Comunicación Audiovisual y Procesos culturales. Información, medios y sujetos».

Duración: 1/5/99 al 30/04/2001.

Director: Vallina, Carlos Alberto.

Integrantes: Porta, Paula; González, Santiago; Sanucci, María Elena; Coto, Patricia; Brunelli, Anahí; Díaz Larrañaga, Nancy; Lino, Susana; Barbieri, Alicia; Coscarelli, Adriana; Curto, Marina; Fino, María Rosa; García, Marcela; Maggiori, Luis; Souilla, Susana; Teodosio, María; Matiasich, Ileana; Augé, María Julia; Peña, Fernando; Bezzolo, Gustavo.

Resumen Técnico:

La Comunicación Audiovisual ha vivido transformaciones decisivas a partir de la incorporación de las nuevas tecnologías, alterando criterios tradicionales en la producción, distribución y consumo de bienes simbólicos. Las percepciones sociales, y las demandas y expectativas de sujetos no reconocidos históricamente en la configuración de los mapas gnoseológicos clásicos, implica estudiar los medios y las mediaciones en la estructuración de las relaciones socioculturales y políticas. En primer lugar por la incidencia que las discursividades e intertextualidades emergentes tienen respecto a la consolidación de la actual etapa democrática en nuestra sociedad; y en una segunda instancia por la revalorización que -hacia el pasado en términos científicos, religiosos y políticos- se manifiesta el papel de la palabra conceptualizadora en oposición a la civilización de la imagen.

Por lo tanto el presente proyecto puede observarse como un marco integrado y complementario de tres líneas constituidas por autonomías relativas, a saber: la investigación periodística audiovisual; las transformaciones de los lenguajes periodísticos y la incidencia y resignificación productiva en la constitución del imaginario juvenil.

• Denominación:

«Neotelevisión, juventud y política».

Duración: 1/5/99 al 30/4/2001

Director: Tello, Angel.

Co-Director: Gassmann, Carlos.

Integrantes: Alonso, Guillermo; Zangara, Juan Pablo.

Resumen Técnico:

La llamada «neotelevisión» incluye programas de gran repercusión entre los jóvenes que apelan a distintos recursos paródicos e irónicos, incluso para ocuparse del ámbito «serio» de la actividad política. Se proyecta analizar tales programas, indagando tanto sus características como textos audiovisuales (análisis en producción) como los modos en que se relacionan con ellos distintos sectores juveniles (análisis de la recepción). El propósito más general es explorar el vínculo entre este tipo de programas y las culturas juveniles, especialmente en lo atinente a su relación con el mundo político.

• Denominación:

«La prensa y el peronismo. 1943/1993».

Duración: 1/5/98 al 30/4/2000

Director: Barba, Fernando.

Integrantes: Panella, Claudio; Sanz, Vilma; Arrondo, César; Fontichelli, Marcelo.

Resumen Técnico:

El propósito del presente proyecto es el estudio de la visión que del peronismo tuvo el diario «La Prensa» entre los años 1943 y 1993. La intención es analizar la postura del citado medio de comunicación frente al peronismo, ejerciendo este movimiento político el gobierno o desempeñándose en la oposición. Paralelamente, se tratarán de desentrañar las razones de esta conflictiva relación y su perduración en el tiempo. Las fechas límites del período a estudiar se relacionan, la primera, con el golpe militar de ese año que permitió el surgimiento del peronismo, y la otra porque se produjo la venta del periódico por razones económicas.

• Denominación:

«Los grandes medios gráficos en Argentina y su política editorial durante el período 1976/1983».

Duración: 1/5/98 al 30/4/2000

Director: Vallina, Carlos.

Integrantes: Malharro, Martín; López Gisjberts, Diana; Fernández, Carolina; Sagasti, Ramiro; Puga, Lidia; Albertini, Emiliano; Vulcano, Leonardo.

Resumen Técnico:

Se realizará un análisis de la política editorial de los grandes medios gráficos argentinos en relación con el Estado durante el período 1976-1983. La investigación abarcará los ejes temáticos claves para la comprensión de la interacción que se establece durante la última dictadura

militar entre el Estado y la prensa escrita. La iniciativa permitirá reconstruir el comportamiento de la prensa escrita en el campo violencia y sociedad, discurso ideológico del poder, derechos humanos, censura, economía, los sindicatos, la cultura y la política internacional.

• Denominación:

«El discurso periodístico de los medios y el golpe militar de 1976 desde la muerte de Perón hasta la 'reorganización' de Papel Prensa S.A. (1/7/74-19/5/77)».

Duración: 1/5/98 al 30/4/2000

Director: Rodríguez Molas, Ricardo.

Integrantes: Díaz, César; Giménez, Mario; Passaro, María Marta.

Resumen Técnico:

El presente proyecto tiene como objetivo analizar la posición de los principales diarios independientes de nuestro país como actores políticos, a través del análisis de su discurso, explicitado en los editoriales, notas de opinión, primeras planas y titulares. El estudio se circunscribirá al período iniciado con la muerte del presidente Juan D. Perón (1-7-1974) hasta la publicación de la solicitada que justifica el ingreso de La Nación, Clarín y La Razón, en la empresa Papel Prensa S.A. como socios del Estado (19-5-1997). En este período y tomando como punto de inflexión el golpe militar del 24 de marzo de 1976, intentaremos establecer las continuidades y rupturas del discurso de los diarios frente a distintos actores (partidos políticos, fuerzas armadas, iglesia, poderes constitucionales) y problemáticas (el derrocamiento del gobierno de Isabel Perón, libertad de prensa, la censura y autocensura).

• Denominación:

«Impacto de la guerra civil española en la cultura mediática de la Argentina (1936-1939)».

Duración: 1/5/98 al 30/4/2000

Director: Nessi, Angel.

Integrantes: Pujol, Sergio; Colombo, Susana; Ogando, Alejandro; Tizio Silvia; Mileo, N.

Resumen Técnico:

Se procederá a un relevamiento heurístico de los principales medios gráficos y sonoros de la Argentina entre 1936-1939, con lo cual se podrá evaluar críticamente el impacto de la GCE en lo que denominamos la cultura mediática de la sociedad argentina. La investigación permitirá esclarecer diversas problemáticas de índole interdisciplinaria: los criterios de agenda de los diarios argentinos de la época; los intereses político-ideológicos de las empresas periodísticas; el funcionamiento de diferentes grupos de presión (internos y externos) que inciden sobre una prensa que se debate, en el contexto sociopolítico de los años 30, entre la libertad y la censura; los efectos «culturales» de la GCE, etc.

Programa: Comunicación, globalización y defensa nacional

Director: Angel Tello

• Denominación:

«Políticas de comunicación. Conflictos. Memoria e información».

Duración: 01/05/99 al 30/04/2001

Director: Giordano, Carlos.

Integrantes: Milito, Carlos; Rueda, Leonardo; Alfonso, Alfredo; Dell Aqua, Luis; Bontempo, Máximo; Rodríguez, Gastón; Souza, Silvina; Rojo, Gabriela; Insaurralde, Sandra; Torres, Mercedes; Tapia, Ana María; Giacci, Vanesa; González, Néstor Daniel; Martinic, Martín; Varela, Nadya; Migliorati, Mario.

Resumen Técnico:

En esta investigación nos proponemos establecer un diagnóstico sobre el uso de la información en aquellas situaciones enmarcables dentro de lo que se denomina conflicto bélico de magnitud y trascendencia global; vincular las grandes decisiones mediáticas, las personas que trabajan para su implementación y los resultados aparecidos en «pantalla»; reconocer los sujetos sociales de las producciones comunicacionales masivas y sus efectos en los imaginarios simbólicos; recopilar los materiales mediáticos surgidos de las prácticas comunicacionales estudiadas; analizar las características distintivas y sus particularidades operativas; clasificarlas y verificar la necesidad de proyectarlos hacia el conjunto de la problemática en función de la nueva escena sociocultural.

Definiendo, para el presente proyecto, un recorte investigativo que cruza dos formas de registro: por un lado, los materiales informativos que dan cuenta de lo observable en aspectos tales como la Guerra de Malvinas y las acciones posteriores que permiten contextualizar y entender los procesos decisionales de la materia, los enviados especiales a conflictos contemporáneos, los corresponsales independientes, los voceros profesionales, los relatos espontáneos y las memorias; y por el otro, los materiales regionales que han surgido en diferentes etapas históricas reflejando construcciones narrativas institucionales, colectivas, individuales, no sólo en relación al universo mencionado sino ampliando la búsqueda hasta la organización sistemática de los materiales recopilados en un verdadero sistema de archivo de la memoria audiovisual que contextualice y opere como repositorio científico-productivo.

Estas acciones tienen el sentido de posibilitar el diseño de decisiones político-comunicacionales que interpreten las nuevas complejidades entre el conocimiento y la producción comunicante, entre la sociedad civil y los procesos definidos bajo el término genérico de globalización; que,

en relación con los nuevos sujetos del consumo y la realización, establezca criterios cuya aplicación tenga una validación en el reordenamiento del campo específico; y estimule una comunidad científica creadora que sea capaz de abrir una nueva perspectiva a los procesos de producción y circulación correspondientes a las innovaciones tecnológicas, a las presentes sensibilidades y a los actuales tipos de disfrute, uso e intercambio de los mensajes informativos, en el universo de estudio definido.

• Denominación:

«Conflicto y comunicación en la región. Alternativas posibles a la reformulación de un pensamiento estratégico y al rol de las Fuerzas Armadas en el Mercosur».

Duración: 1/5/98 al 30/4/2000

Director: Tello, Angel.

Integrantes: Szeinfeld, Jorge; Negrotto, Adolfo; Vulcano, José; Panei, Marcelo; Pignotti, D.

Resumen Técnico:

Partiendo del análisis de la globalización vamos a estudiar la región: los cuatro países que forman el Mercosur más Chile. La consolidación de la integración demandará un centro político y un pensamiento estratégico común, en un mundo en el cual predomina la incertidumbre acerca del futuro. Este centro debe detectar los conflictos y prever las respuestas a los mismos, teniendo en cuenta que existen problemas entre los miembros del Mercosur, como también entre éstos y el resto del mundo. Las FFAA, que han aplicado en el pasado doctrinas contrarias a los intereses nacionales de nuestros países, hoy enfrentan el desafío de redefinir sus misiones y funciones a partir de las nuevas amenazas que pesan sobre las naciones y sobre la región en su totalidad. A ello debe agregarse el estudio del factor comunicacional, como un elemento importante para la consolidación de la región y del rol de las FFAA.

Programa:

Comunicación, lenguajes, discurso y poder

Director: Juan Angel Magariños de Morentin

• Denominación:

«El museo como acto comunicativo. Su producción e interpretación».

Duración: 01/05/99 al 30/04/2002

Director: Magariños de Morentin, Juan Angel.

Co-Directora: Filpe, Mercedes.

Integrantes: Coto, Patricia; Guitelman, María; Langard, Eleonora; Suárez Guerrini, Florencia; Noel, Fabiola; Houequebie, Elena; Toldo, Cristian.

Resumen Técnico:

El proyecto se propone elaborar un modelo de análisis del museo. Este modelo de análisis se construirá a partir de las propuestas teóricas vigentes acerca de procesos comunicativos complejos, considerándose especialmente, además de los estudios de museología, las corrientes de los llamados «estudios culturales», la semiótica cognitiva, la pragmática y la teoría de la recepción.

El desarrollo empírico de la investigación consistirá en el relevamiento de los museos existentes en la ciudad de La Plata y en el estudio de las características comunicativas de un reducido número de entre dichos museos, a modo de contraste continuo y progresivo de la eficacia del modelo de análisis en elaboración. Se espera que este modelo de análisis pueda servir como guía programática para diseñar nuevos museos y para reformular las propuestas comunicativas de museos existentes, en especial atendiendo a la creciente demanda de interactividad entre exhibición y visitantes.

• Denominación:

«Los mundos semióticos posibles: su aplicación metodológica en la comunicación verbal y gráfica».

Duración: 1/5/98 al 30/4/2001

Director: Magariños de Morentin, Juan Angel.

Integrantes: Poccioni, Teresa; Caggiano, Sergio; Cingolani, Gastón; Caballero, Carlos.

Personal de apoyo: Fabre, Analía; Barbieri, Ariel; Seminara, Guillermo.

Resumen Técnico:

Este proyecto se propone 1) identificar, 2) aplicar, 3) e ir poniendo a disposición operativa de los investigadores en ciencias sociales el instrumento analítico que hemos denominado «Mundos Semióticos Posibles». Provisionalmente, se formula la hipótesis de que este instrumento es adecuado para explicar, al menos en su estructura elemental, los procesos de producción de la significación de los fenómenos sociales, a tra-

vés de los discursos (en nuestro caso: verbales y gráficos) que circulan en la sociedad en estudio.

Para ello, trabajaremos sobre dos ámbitos experimentales diferentes (cada uno a cargo del correspondiente sub-equipo): (1) el análisis de las fuentes políticas, académicas y sociales, verbales y escritas, que produce el bonaerense y/o se le proponen al bonaerense como referencias identificatorias y (2) el análisis de las imágenes (materiales) visuales que produce el bonaerense y /o se le proponen al bonaerense como referencias identificatorias.

Programa: Comunicación, planificación y gestión

Director: Martín Cortés

• Denominación:

«La problemática universitaria nacional. Antecedentes, situación actual y perspectivas. Diagnóstico de Comunicación Institucional y Estudio de posicionamiento destinados a docentes y alumnos de la UNLP».

Duración: 01/05/99 al 30/04/2001

Director: Guerrero, Carlos Armando.

Co-Directores: Lamanna, Gabriel; Cozzi, Carlos.

Integrantes: Mendoza Padilla, Miguel; Castro García, Gustavo; Castillo, Marcelo; González, Gustavo; Varnier, Cristian; Frisorger, Fabricio; Negri, Gabriel; Pellegrino, Laura; Nápoli, Marcos.

Resumen Técnico:

La investigación consiste en la elaboración de un Estudio de Comunicación Comparativo, a fin de establecer los temas universitarios que atrajeron la atención de los medios periodísticos y el tratamiento que le dieron a los mismos, y a la vez, cotejar los resultados con la opinión de los propios docentes, graduados y alumnos de la UNLP, a partir de la reinstauración democrática.

Las problemáticas sobre las que se hará hincapié son: el nivel de la calidad de la enseñanza universitaria; el grado de aceptación o rechazo y el nivel de contribución de los cursos introductorios de ingreso; el nivel de interacción existente entre las actividades docentes, de investigación y de extensión; la inmediata inserción en el mercado laboral de los recién graduados; el nivel de percepción y explicitación que los docentes, graduados y alumnos de la UNLP tiene sobre las problemáticas mencionadas.

Las tareas se sustentarán en la aplicación de dos métodos comunicacionales básicos: el Diagnóstico de Comunicación Institucional y el Estudio de Posicionamiento.

• Denominación:

«Planificación y gestión de la comunicación. Formación académica y alternativas mediáticas».

Duración: 01/05/99 al 30/04/2001

Director: Giordano, Carlos José.

Co-Directores: Masiuk, Juan Domingo; Fernández, Nancy.

Integrantes: Frávega, Adriana; Villamayor, Claudia; Uranga de Simone, Washintong; Bruno, Daniela; Dell Aqua, Luis; Bubenik, Miriam; Pintado, Eleonora; González, Andrea; Ledesma, Liliana; Gesino, Alejandra

Resumen Técnico:

El presente proyecto articula, desde una concepción integradora de los estudios superiores y las prácticas mediáticas, tres líneas de investigación que observan particularidades principales de la constitución epistemológica del campo de la comunicación:

-De la utilización de un paradigma único en los estudios de la comunicación social a la triangulación metodológica;

-Formación académica, práctica e imaginarios profesionales en la planificación de la comunicación; y

-Alternativas para la planificación y la gestión de radios públicas, privadas, comunitarias y ciudadanas (tres experiencias de gestión en la ciudad de La Plata); lo que posibilitará el desarrollo de estrategias integradas de acción pedagógica en vista de aplicaciones profesionales paradigmáticas.

Lecturas

Pierre Bourdieu

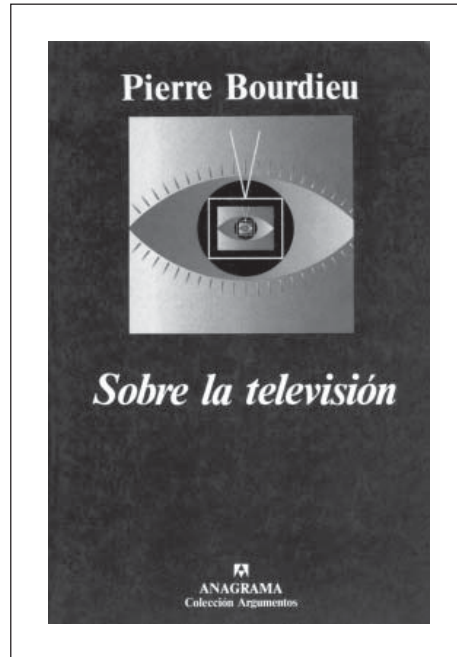
Sobre la Televisión

Editorial Anagrama, S.A., Barcelona, 1997.
Colección Argumentos. 138 págs.

Luciana Agüero
María Laura Ferrandi

Este libro consta de dos conferencias televisadas dadas por Pierre Bourdieu en el Collège de France en 1996 y retransmitidas por Paris Première en el mismo año. En los anexos, aparecen dos artículos que presentan de forma más rigurosa los temas desarrollados en las conferencias.

Bourdieu enmarca este trabajo *Sobre la Televisión* en su teoría social, en la que sustituye la noción hueca de sociedad por las de campo y espacio social que no consiste en una totalidad única integrada sino que, más bien, consiste en un conjunto de esferas de «juego» relativamente autónomas que no podrían reducirse a una lógica societal única.



Dos de sus conclusiones fundamentales son, por una lado, el que la Televisión pone en peligro las esferas de la producción cultural (arte, literatura, filosofía, ciencia), menoscabando la autonomía de éstas y sometiéndolas a las exigencias de la claridad y el éxito comercial, en desmedro de la rigurosidad -para las producciones científicas- y de la experimentación en las producciones artísticas; por otro lado, cómo las producciones culturales se uniformizan bajo la tiranía de los índices de audiencia. De esta manera, los productos culturales están subordinados a la lógica del mercado, resignando su carácter subversivo y de vanguardia.

El autor concibe a las conferencias como una «intervención», ya que su situación de enunciación no está coaccionada por las condiciones de producción del medio televisivo que limitan la expresión y comunicación: el

tiempo, el tema, el conductor (animador o periodista) y la técnica. Sin embargo, reconoce que debe adecuar su discurso de forma tal que pueda ser comprendido «por todos», lo que obliga al autor a realizar «simplificaciones y aproximaciones».

Su análisis consiste en una mirada atenta sobre los mecanismos de censura invisible que se ejercen dentro del campo periodístico, que hacen de la televisión un instrumento de mantenimiento del orden simbólico y una forma particularmente perniciosa de violencia simbólica. Aclara que, este análisis sociológico que toma por objeto de estudio a los periodistas, no es una labor de denuncia ni de «ataque» sino más bien una labor de investigación que busca desocultar los hilos invisibles que traman a las prácticas periodísticas.

Según el autor, la Televisión privilegia los sucesos, «elementos de distracción» para «todos los gustos» que encubren lo verdaderamente importante, llenando el tiempo de vacuidad. El gran problema, según el planteo de Bourdieu, un sector importante de la población tiene a la TV como única fuente de informaciones. De esta manera, «la Televisión posee una especie de monopolio de hecho sobre la formación de las mentes de esa parte nada desdeñable de la población».

Afirma enfáticamente que la Televisión pone en peligro la vida política y democrática: por un lado, por el mecanismo de *ocultar mostrando*, que no provee a la población la información verdaderamente importante para que esta pueda ejercer conscientemente la ciudadanía; por otro lado, porque *produce efecto de realidad*, es decir, da vida a ideas o representaciones, provocando movilización o desmovilización. Es así, que la Televisión se ha constituido como el árbitro de acceso a la existencia social y política. Estas conclusiones de su investigación están basadas en su perspectiva moderna -racional e ilustrada- que concibe a la razón y al conocimiento como los dos pilares fundamentales de la democracia.

En esta investigación, Bourdieu aplica las conceptualizaciones de su teoría del espacio social -campo y habitus- trabajándolo desde el criterio de *vigilancia epistemológica* (ver Pierre Bourdieu, *El oficio del sociólogo*); examinando y problematizando los conceptos y técnicas en relación a lo que se está conociendo. «El mundo del periodismo es un microcosmos que tiene sus leyes propias y se define por su posición en el mundo global, así como por las atracciones y las repulsiones a la que los someten los otros microcosmos».

La autonomía del campo periodístico implica que posee leyes propias, interacciones específicas y relaciones de fuerza (de lucha) que se han constituido históricamente. Así, la Televisión dentro de este campo -que en su origen (década del '50) dependía política, económica y culturalmente del Estado- progresivamente ha invertido esa relación y tiende a volverse dominante, económica y simbólicamente, en el campo periodístico.

Con el subtítulo «La circulación circular de la información», el autor se refiere a que, pese a las supuestas diferencias entre las producciones periodísticas, se ocultan grandes similitudes, que van desde el recorte de las fuentes de información hasta la *lógica de la competencia*. Plantea, que esta lógica en el campo del periodismo, paradójicamente, en vez de diversificar homogeneiza, porque provoca el efecto de enclaustramiento. Y esto se debe a que, por un lado, la producción periodística es colectiva, el propio oficio exige la interlectura entre los diversos medios, hay influencias mutuas y complicidades entre los profesionales; y por otro lado, la excesiva presión del *índice de audiencias* que «se convirtió en un criterio periodístico» de legitimación, por excelencia, de las producciones.

Otro efecto de la supremacía del índice de audiencias, es la presión de la urgencia que genera una rivalidad temporal por la primicia informativa. Bourdieu describe cómo se desarrolla en la Televisión la relación negativa en-

tre la urgencia y el pensamiento. Respecto de esto, plantea dos problemas relacionados: el primero, la aparición en la televisión de los *fast thinkers*, personas que «piensan mediante ideas preconcebidas, tópicos, comunes al emisor y al receptor»; y el otro problema está dado en la comunicación puesto que es «instantánea, no existe o es sólo aparente» ya que las ideas son repensadas.

Según el autor «la Televisión no resulta muy favorable para la expresión del pensamiento» ya que el despliegue del mismo implicaría un mayor uso del tiempo para poder «desbaratar las ideas preconcebidas, para luego demostrar las propias».

Los agentes sociales que intervienen en el campo periodístico están sujetos a las propias leyes de éste. Así como entablan específicas interacciones y relaciones de fuerza entre sí, también luchan por apropiarse del capital simbólico y por el posicionamiento en el campo. Sin embargo, Bourdieu describe otra similitud entre los periodistas «comparten características comunes por su condición, procedencia, formación», esto consiste en categorías de percepción y de pensamiento, habilidades, «formas de hacer» y accionar, a las que están sometidos de manera inconsciente. Así, los

periodistas están siendo dominados por estos mecanismos invisibles de censura que restringen su libertad de elección y expresión; e inversamente, *ejercen dominación y censura* porque «son dueños de los medios de expresarse públicamente, de alcanzar notoriedad pública, y en definitiva, porque imponen su visión de mundo».

En este trabajo *Sobre la Televisión*, Bourdieu mantiene su postura ética de que todo trabajo científico implica una acción política. También desarrolla propuestas políticas, una dirigida a los mismos periodistas, la de realizar una resistencia colectiva a la *corrupción estructural* del campo periodístico; y la otra, referida a las esferas de producción cultural, en la que plantea la necesidad de «defender el *esoterismo* inherente a cualquier tipo de investigación de vanguardia y la necesidad de hacer accesible lo esotérico y de luchar para conseguir los medios para hacerlos en buenas condiciones». Su idea consiste en trabajar para universalizar las condiciones de acceso a lo universal; es decir, educar para elevar el nivel de la recepción. Y afirma, de forma contundente, que «se puede y se debe luchar contra los índices de audiencia en nombre de la democracia».

Mapas nocturnos

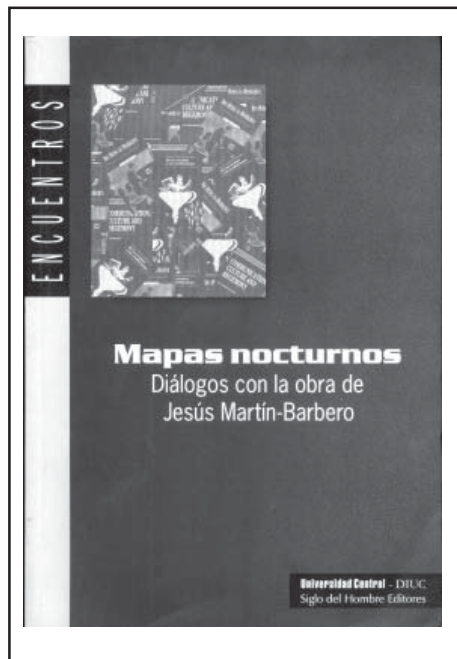
Universidad Central de Santafé de Bogotá, 1998.

Pablo Jerónimo Bertoni

Mapas nocturnos, es un encuentro de investigadores de Argentina, Colombia, España, México y Perú, que se dieron cita para revisar el camino recorrido por los estudios de comunicación y las ciencias sociales, a diez años de la publicación de la obra de Jesús Martín-Barbero, *De los medios a las mediaciones*.

El libro engloba un total de dieciséis ensayos, expuestos en cuatro capítulos que dan cuenta de los puntos de cruces, sus distancias y cercanías, de la propuesta barberiana, con otros pensamientos y modos plurales de uso del concepto de mediaciones en campos específicos de las ciencias sociales en *Iberoamérica*.

El primer capítulo titulado Cartografías, lo inicia Néstor García Canclini ensayando un



juego de preguntas y respuestas acerca de lo que la obra de Martín-Barbero, le aportó teórica y metodológicamente, y los caminos que a partir de este se fueron trazando. Además propone una revisión de la teoría y las políticas educativas en vistas de las concentraciones mediáticas de la última década, vislumbrando un pasaje de las mediaciones a los medios. En tanto el segundo artículo, de H. Herlinghaus, plantea una discusión acerca de la hegemonía en la conceptualización del otro cultural, que sigue siendo dominada por los antiguos centros de la modernidad, y la necesidad de pasar a trabajar conjuntamente medios y mediaciones, debido a la centralidad de estos en Latinoamérica.

En este mismo capítulo, se incluye un texto de Elíseo R. Colón, quién a través de un diálogo entre Martín-Barbero y Walter Benjamin,

reconstruye, desde la trama estética e histórica, la propuesta metodológica y analítica de lo social que se encuentra en *De los medios a las mediaciones*.

Y cerrando este primer capítulo se encuentra el ensayo de Javier Protzel, donde analiza las rupturas y continuidades que han surgido a lo largo de las obras de Barbero, poniendo énfasis en los momentos de aparición de éstas, pero no sólo en lo que refiere al autor, sino principalmente a los cambios que radicaron en torno a las obras.

El capítulo dos marca los Itinerarios por los que ha transitado la obra de Jesús Martín-Barbero, y como a su paso se fueron experimentando corrimientos teóricos, y nuevas prácticas investigativas y académicas. En el relato de este transitar, varios autores rescatan conceptos, lecturas y problemáticas que se presentaron en el momento en que surge la obra *De los medios a las mediaciones*, como así también los desafíos actuales que se plantea esta perspectiva, que en algunos casos surgen del propio desarrollo de esta propuesta y, en otros, de los cambios y transformaciones de las propias prácticas sociales, que se generaron en estos diez años.

Este capítulo presenta siete ensayos, entre los que se encuentran, un artículo sobre los aportes teóricos de Barbero a la historia de la comunicación de los estudios catalanes. Una propuesta de Guillermo Orozco Gómez de no perder de vista los medios por una mala interpretación de la propuesta barberiana, y sumando a esta plantea algunas claves para seguir estudiando las relaciones de los medios y sus procesos de recepción.

Un texto de Williams F. Torres que relata la forma y el contexto en el que surgen los discursos de Martín-Barbero y cuáles fueron las transformaciones que se produjeron en el pensamiento colombiano.

A los anteriores se suman los ensayos de Rossana Reguillo, «Rompecabezas de una escritura: Jesús Martín-Barbero y la cultura en

América Latina». El artículo de Mónica Z. Pardo, «Algunos efectos de la noción de mediaciones en las ciencias sociales en Colombia». Un texto de Fabio López de la Roche, «Historia y política en *De los medios a las mediaciones* de Jesús Martín-Barbero». Y por último cerrando el capítulo, Ana María Lalinde ensaya «La legitimación del campo intelectual de la comunicación: un tema de la agenda para el próximo milenio».

El capítulo tres, Diásporas, propone una mirada acerca de viejos y nuevos lugares donde se entrecruzan la comunicación, la cultura, los medios y la ciudad y las distintas perspectivas desde las que se lo puede abordar.

Es el caso del primer ensayo donde, Germán Rey describe la injerencia del teleteatro en la constitución de nuevas prácticas sociales, y como éstas se relacionan con la telenovela y la radionovela. A su vez en otro artículo la autora Erna von der Walder plantea algunos elementos para abrir la mirada de los estudios literarios hacia la cultura de los medios masivos a partir de la obra de Barbero y relacionándola con la de Angel Rama.

Otro artículo interesante de este capítulo, cuya autora es Elizabeht Lozano, realiza un intento exploratorio de acercarse a la cultura desde la comunicación: sondeado un *entramado* cultural a partir de interrogar su textura expresiva, en este caso la ciudad.

El último ensayo del capítulo tercero, a cargo de Raúl Fuentes Navarros es llamativo por la metodología que utiliza (bibliometría) y las conclusiones a las que llega, dejando entrever el protagonismo, las lecturas, los usos y las proyecciones, que se hacen en América Latina, con la obra *De los medios a las mediaciones*.

Por último, el capítulo cuatro, Descentramientos, es un ensayo de Jesús Martín-Barbero, que bajo el título «De la comunicación a la filosofía y viceversa: nuevos mapas, nuevos retos», rememora sus vertientes filosóficas y la necesidad de volver a la filosofía para reaprender el sentido de la crítica, desarrollan-

do luego los motivos por los cuales afirma que es momento de ligar la reflexión teórica a los espacios de la práctica, siendo necesario diseñar un nuevo mapa cultural para lo países de Latinoamérica, a fin de contrarrestar la múltiple exclusión del otro, que se vive hoy en las sociedades latinoamericanas.

Y relacionado con lo anterior plantea nuevos retos a los que se deben enfrentar los investigadores de la comunicación y las ciencias sociales, siendo estos el fantasma de la globalización, y el repensar la técnica: lo que significa pensar juntos el hipertexto y el palimpsesto y el reconocimiento de una nueva figura de razón.

Finalizando el capítulo describe la problemática del futuro donde se gestan las posibilidades de cambio, y cuales son los mayores inconvenientes que se deben sortear, siendo uno de ellos el problema de la educación y su relación con la tecnicidad mediática.

Armand Mattelart

La mundialización de la comunicación

Editorial Paidós, Barcelona, 1998.
1° edición, 127 páginas.

Título original: *La mondialisation de la communication*. Publicado en francés por Presses Universitaires de France, París.

Del libro en su conjunto se rescatan las múltiples miradas que sus autores le imponen al proceso de los estudios de comunicación en Latinoamérica. Como así también las múltiples problemáticas que reconocen a lo largo de todo el continente, en algunos casos compartidas, en otros presentando enfoques particulares que sugieren nuevos debates en el proceso de seguir construyendo el campo de la comunicación y de las ciencias sociales en general.

La propuesta para los posibles lectores es retransitar la obra *De los medios a las mediaciones*, pero desde la mirada de algunos investigadores latinoamericanos que luego de diez años, hacen una revisión del desarrollo de los planteos teóricos y de las aplicaciones prácticas, de la propuesta de Martín-Barbero, buscando aquellos puntos donde la teoría logró superar lo hecho hasta el momento y contando algunos resultados y experiencias que ofician de nuevos puntos de partida.



María Lourdes Ferreyra y Luis Donadío

«La internacionalización de la comunicación es el fruto de dos universalismos: la Ilustración y el Liberalismo». El presente libro del belga Armand Mattelart presenta un análisis riguroso de la formas sociales que ha asumido el proceso de internacionalización a través del tiempo, proponiéndose inscribir la etapa actual como una nueva fase de la apertura al mundo, en que «las redes de comunicación en tiempo real están configurando los nuevos modos de organización del planeta».

Rompiendo con la visión hegemónica de las teorías americanas sobre el campo de la comunicación que han luchado y luchan por convertir el campo de estudio de la comunicación en una disciplina distinta a las ciencias sociales, separada de las ciencias sociales, Mattelart reflexiona críticamente sobre las categorías que desde la «comunicología» son reductibles: comunicación/globalización visto como un proceso de universalización.

Mundialización/Globalización no son lógicas de análisis acabadas sino muy por el contrario, son partes de procesos en permanente tensión. *La Mundialización de la Comunicación* deviene un instrumento de importancia para el ámbito académico, por el abordaje crítico de los conceptos *Mundialización/Globalización*, como términos que «se han difundido en el mundo incluso antes de que se haya establecido su definición como instrumento de análisis». Aporta nuevos enfoques sobre los vínculos que se establecen entre lo «global» y lo «local», que dan evidencia de las fracturas entre unos sistemas específicos y un campo económico unificado, rompiendo con la idea anterior de la fatalidad de la monocultura y provocando que *el resultado de la marcha de la humanidad hacia la integración aparezca como un enigma*.

Quien en 1973 junto a Ariel Dorfman generará un profundo debate entre marxistas, estructuralistas y hasta psicoanalistas, con *Para leer al Pato Donald*, hoy con *La Mundialización de la Comunicación* advierte la reproducción de las desigualdades que crecen con el avan-

ce de las comunicaciones, la globalización de los mercados y el libre desplazamiento de personas, bienes y mensajes como nuevas formas de exclusión; y reclama pensar las consecuencias sociales de la globalización para evitar sus efectos negativos.

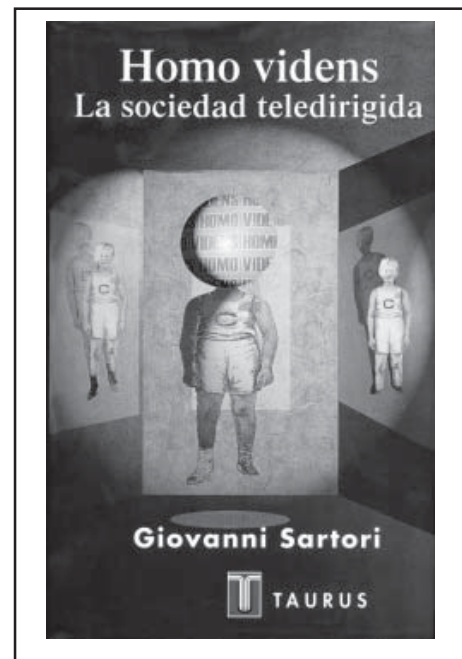
Giovanni Sartori

Homo videns. La sociedad teledirigida.

Editorial Taurus, Madrid, 1998.

Daniel González

El primer gran incentivo para adentrarse a la lectura del último libro de Giovanni Sartori *Homo videns*, es preguntarse por qué el politólogo italiano abandona transitoriamente el debate que lo contuvo durante tantos años y tantos libros, reflexionando sobre las estructu-



ras políticas de las democracias occidentales, para pasar a dar cuenta de las grandes responsabilidades sociales que tiene la televisión como agente social. Tal vez esta pregunta nos termine demostrando que la actitud del autor no significa pensar el abandono de un debate para situarse en otro, sino que solo se trata de un corrimiento estratégico para continuar la misma discusión desde un lugar más amplio y abarcativo. Desde este contexto, Sartori no es el único que lo hace, ni tam-

poco la televisión es a Sartori al único que se lo propone.

Lo cierto es que la mirada que *Homo videns* propone acerca de la televisión y su impacto social devino en un entrecruce de opiniones protagonizado por gran parte de los principales intelectuales que operan en el campo de la comunicación.

La primera descripción de Sartori es contextual: «nos encontramos en plena y rapidísima revolución multimedia y la tesis de fondo es que el video está transformando al homo sapiens, producto de una cultura escrita, en un homo videns para el cual la palabra está destronada por la imagen». Este, el homo videns, es el producto de la influencia de la televisión y el resto de los formatos audiovisuales en la formación de los hombres, sobre todo los niños, provocándole en su relación un «empobrecimiento en sus estímulos, un reblandecimiento en su capacidad de comprender y marcando al adulto durante toda su vida a una atrofia cultural». Es que Sartori sugiere que la imagen no da, por sí misma, ninguna inteligibilidad y que su construcción y su contenido informativo son insuficientes, provocando por tanto en los hombres, «una atrofia en la capacidad de entender».

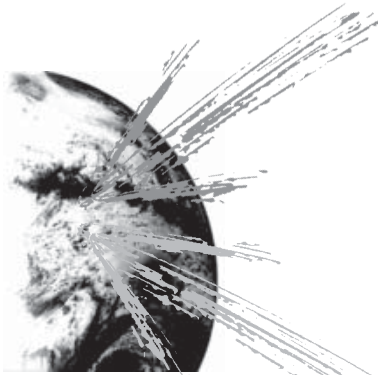
El concepto desalentador, escéptico y apocalíptico que el autor instala en el debate que rodea a la televisión, no solo desecha a la posibilidad de pensar a la TV como a un espacio de construcción social de conocimiento, sino que también niega tantos esfuerzos de los intereses, que incorporaron el formato audiovisual a sus prácticas, en pos de reconocer sus potencialidades formativas. Sartori insiste «un conocimiento mediante imágenes no es un saber en el sentido cognoscitivo del término y que, mas que difundir el saber, erosiona los contenidos del mismo». La «dicotomía» imagen-palabra es una concepción que Sartori asume propia. La misma justificó el reproche de Umberto Eco que desestimó tal enfrentamiento entre los formatos y remarcó que

actualmente hay un importante crecimiento en la lectura de libros, y que esto es gracias a un incentivo difundido por la TV.

Sin embargo, en esta discusión, el politólogo italiano no se encuentra solo. Son muchos los intelectuales que se suman, implícita o explícitamente, a la crítica a la televisión, y diferentes son las manifestaciones. La última novela del escritor belga Jean-Philippe Toussaint, *La televisión*, narra la historia de un profesor que dispuesto a escribir un ensayo sobre Tiziano y Carlos V decide dejar de ver la televisión. Acto seguido describe un enfrentamiento entre el arte y la TV. «El arte es mejor que la TV», dice.

Sin lugar a dudas, el diagnóstico presentado por el importante escritor italiano, desalienta a los que verdaderamente creen que existe en la TV un espacio de construcción educativo, y desestima la posibilidad de pensar, que el producto de las crisis identitarias actuales responde a una situación social mucho mas compleja que al mero hecho de tener una sociedad dirigida por el antojo televisivo.

Noticias



PLANGESCO

Desde el 11 de abril al 19 de mayo del próximo año, se mantendrá abierta la inscripción para la Maestría en Planificación y Gestión de Procesos Comunicacionales (PLANGESCO). La misma se podrá realizar en la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP, 44 N°676 tel 0221-4829920/4837288, La Plata o en el Centro de Comunicación Educativa La Crujía, Tucumán 1993, tel 011-4375-0664/0376, Capital Federal, de lunes a viernes de 14 a 18hs.

Los requisitos para los aspirantes son:

1) Presentación de Currículum Vitae que contenga estudios cursados, experiencia en el campo laboral, capacitación profesional, antecedentes docentes y toda aquella información que el interesado considere relevante.

2) Fotocopia del título de grado.

3) Fundamentación de las motivaciones que lo llevan a realizar este estudio de posgrado (que no supere las 60 líneas).

4) Propuesta de trabajo donde se plantee cuáles serán las áreas temáticas a desarrollar y los campos de investigación que se quieren profundizar (que no supere las 150 líneas).

5) Llenado de una ficha de solicitud de pre-inscripción.

Toda la información correspondiente a cada uno de los aspirantes a realizar este estudio será evaluada por una Comisión de Grado Aca-

démico que determinará la aceptación o no de los inscriptos.

La Maestría en Planificación y Gestión de Procesos Comunicacionales es una iniciativa conjunta de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP y el Centro de Comunicación Educativa La Crujía. Esta maestría que otorga el título de Magister en Planificación y Gestión de Procesos Comunicacionales está destinada a los graduados de cualquier disciplina.

El equipo docente está integrado por investigadores de prestigio nacional e internacional entre los que figuran: Antonio Presern (Roma), Guillermo Orozco Gómez (México), Regina Festa (Brasil), Jesús Martín-Barbero (Colombia), Daniel Prieto Castillo, María Cristina Mata, Washington Uranga, José María Pasquini Durán, Héctor Schmucler, Alcira Argumedo, Esther Díaz, Oscar Cuattromo, Damián Loreti, Carlos Vallina, Jorge Luis Bernetti, Silvia Delfino, Víctor Bronstein, Daniel Arroyo, Juan Samaja; entre otros.

El plan de estudios está concebido sobre la base de la articulación de cinco áreas que determinan el ámbito de estudio: contextual, investigación, multimedia, planificación y gestión y seguimiento y consta de un total de 1200 horas académicas, incluyendo una tesis de investigación.

Pensar la comunicación desde América Latina

*Seminario de Formación Académica
de Grado*

Oficios Terrestres, en forma conjunta con las cátedras Comunicación y Medios y Comunicación y Teorías (cat.II) organizaron el Seminario *Pensar la comunicación desde América Latina*, con el objetivo de realizar un balance crítico del desarrollo de los estudios y problemáticas de la comunicación desde los años sesenta hasta nuestros días.

Ante el déficit de formación histórica de nuestro campo en las carreras de comunicación, resulta fundamental generar este tipo de alternativas en distintas disciplinas de la comunicación, sabiendo que, a partir de la riqueza de enfoques, se multiplicarán las perspectivas y los caminos para comprender cada vez mejor, los procesos comunicativos en Latinoamérica.

El Seminario, que está dirigido a los alumnos de la Carrera y apunta a introducirlos en una problemática fundamental para la formación de comunicadores sociales, se está desarrollando desde el mes de agosto de este año. La modalidad es de ocho clases expositivas a cargo de docentes e investigadores de la co-

municación, organizadas cada quince días, con una hora de exposición por parte de los expositores y media hora para las preguntas de los alumnos y la reflexión conjunta. La aprobación del Seminario tiene como requisito, además de la asistencia, la realización de un trabajo monográfico final-de entrega en el mes de marzo- sobre algunos de los ejes temáticos planteados en el Seminario.

Entre los temas más importantes del Seminario se encuentran: La introducción a la problemática de la comunicación en América Latina, La genealogía latinoamericana de la comunicación, Comunicación y desarrollo, Comunicación, Iglesia y Movimientos Populares, Las políticas de Comunicación en América Latina, Comunicación y Educación, De las teorías de la recepción hacia las teorías de la cultura, Comunicación, política y cultura, y, Comunicación y tecnologías.

Pensar la comunicación desde América Latina cuenta entre sus expositores a: Alcira Argumedo, Jorge Luis Bernetti, Jorge Huergo, María Cristina Mata, Daniel Prieto Castillo, Florencia Saintout, Luciano Sanguinetti, Héctor Schmucler y Washington Uranga.

Premio Rodolfo Walsh



Fundamentación

La necesidad de jerarquizar la enseñanza del periodismo en los ámbitos universitarios, y de desarrollar el periodismo de investigación, fueron los motivos fundamentales que nos llevaron a crear el premio Rodolfo Walsh.

Es importante destacar que el periodismo de investigación resurge a comienzos de la década del 70 con el caso Watergate y que en la Argentina contó con una figura destacada: la de Rodolfo Walsh. Y es sabido que esta práctica, de gran potencial para el desarrollo e identificación de las condiciones reales de cualquier país, constituye en nuestro medio un área poco explorada y poco utilizada como instrumento social.

Por esta razón, la figura del periodista Rodolfo Walsh se ha ido convirtiendo en un paradigma fundamental de la profesión perio-

dística, en tanto su compromiso social, con la verdad y el testimonio ético rigieron su vida y encuentran hoy una trascendencia universal.

Rodolfo Walsh nació en Choele-Choel (Río Negro) en 1927. Tuvo una amplia y destacada trayectoria en el periodismo argentino e internacional. En 1944 trabajó como corrector de pruebas, traductor y antólogo en la editorial Hachete y en 1951 ingresó en el periodismo. En los años 50' trabajó en las revistas *Leoplan* y *Ve y Lea*. En 1959 participó en la fundación de la agencia de noticias *Prensa Latina* en Cuba. Su labor periodística continuó en *Panorama* y *Primera Plana*, en el semanario *CGT* (desde 1968 hasta 1970), aunque los últimos números aparecieron en forma clandestina, (luego de la detención de Raimundo Ongaro y el allanamiento de la CGTA en 1969). Trabajó también en el *Semanario Villero* (1972-1973) y en el diario *Noticias* (que fue clausurado en 1974) y en 1976 organizó ANCLA (Agencia de Noticias Clandestina).

Especializado en el periodismo de investigación, sus trabajos más resonantes fueron *¿Quién mató a Rosendo?*, *Operación Masacre*, *Caso Satanowsky*, *Un kilo de oro*, *Los oficios terrestres*, *Variaciones en rojo*, entre otros.

Desde el 25 de marzo de 1977 su nombre integra la lista de desaparecidos durante la última dictadura militar.

Premio

El premio Rodolfo Walsh es una distinción que la Facultad de Periodismo y Comunica-

ción Social de la Universidad Nacional de La Plata otorgará a través de su Consejo Académico y consistirá en tres reconocimientos:

- a la trayectoria profesional en la República Argentina
- a la labor periodística del año en la República Argentina
- a la mejor tesis de investigación periodística en ámbitos universitarios de la República Argentina

Características:

Premio a la trayectoria: se otorgará al profesional que en su trabajo haya demostrado compromiso fehaciente con la verdad y los valores democráticos como sostén fundamental de su práctica, reconocida a lo largo de los años. Se considerará especialmente a aquellos candidatos que hagan investigación periodística más allá de los formatos audiovisuales, radiofónicos o gráficos en las que ésta se haya vertido.

Premio a la labor periodística: se distinguirá el trabajo profesional que haya merecido una distinción especial durante el año en curso del premio. Si bien no habrá restricción temática específica, se considerará en forma significativa aquellos trabajos que reflejen los valores fundamentales de la vida política democrática como son los de la vida, la justicia y la libertad.

Premio a la mejor tesis de investigación: se distinguirá a aquellos trabajos de estudiantes universitarios de la carrera de Periodismo y Comunicación de la Argentina que se destaquen por su rigor profesional y su relevancia social como parte del proceso de formación de los futuros profesionales. Las tesis deberán tener el aval de la facultad, la carrera o escuela superior y de la universidad a la que pertenece y haber sido aprobadas en el período

que va desde julio de 1998, a diciembre de 1999. Las mismas deberán ser enviadas a la Facultad de Periodismo y Comunicación Social en diskette y dos copias hasta el 15 de febrero del 2000. La distinción se entregará el 25 de Marzo del mismo año.

Premiados hasta el momento

1997

Premio «Rodolfo J. Walsh» a la trayectoria profesional en la República Argentina.

Rogelio García Lupo

Premio «Rodolfo J. Walsh» a la labor periodística del año en la República Argentina.

Miguel Bonasso (El Presidente que no fue)

Premio «Rodolfo J. Walsh» a la mejor Tesis de investigación periodística en ámbitos universitarios de la República Argentina.

Se entregaron tres menciones a Tesis de la UNLP, de la UBA y la UNL.

1998

Premio «Rodolfo J. Walsh» a la trayectoria profesional en la República Argentina.

Horacio Verbitsky

Premio «Rodolfo J. Walsh» a la labor periodística del año en la República Argentina.

Telenoche Investiga

Premio «Rodolfo J. Walsh» a la mejor Tesis de investigación periodística en ámbitos universitarios de la República Argentina.

Se declaró desierto

Para mayor información dirigirse a:

Premio Rodolfo Walsh

Facultad de Periodismo y Comunicación Social. Universidad Nacional de La Plata

Calle 44 N° 676 e- 7 y 8

(1900) La Plata Pcia. de Bs. As.

Telefax: 54 221 422-4090/422-4015/482-3611/483-7288.

E-mail: mmendoza@perio.unlp.edu.ar

Secretaría de Extensión Universitaria

Proyectos de Extensión de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social. Convocatoria 1999

Caleidoscopio: observatorio de noticias sobre el derecho del Niño.

Directora: Prof. Laura Tafetani.

Area Temática: Comunicación.

Basura que no es basura: Programa de concientización social para la puesta en marcha de la planta de reciclado de residuos sólidos en el partido de Lincoln, Pcia. de Bs. As.

Director: Gabriel Lamanna.

Area Temática: Comunicación.

Unidad Ejecutora: Facultad de Periodismo y Comunicación Social y Facultad de Bellas Artes.

Fotomemoria: Transferencia de metodología de investigación a alumnos de enseñanza media para el re-descubrimiento de raíces históricas y sociales en una pequeña comunidad de la Pcia. Bs. As.

Director: Walter Miceli.

Area Temática: Comunicación.

Unidad Ejecutora: Facultad de Periodismo y Comunicación Social.

Escuela, Violencia y Comunidad: desarrollo de una experiencia comunicacional.

Directores: Jorge Huergo, María Belén Fernández.

Area Temática: Comunicación y Educación.

Unidad Ejecutora: Facultad de Periodismo y Comunicación Social.

Jóvenes Comunicadores de Salud en el Municipio de Ensenada.

Directora: Cecilia Cerasso.

Area Temática: Comunicación.

Unidad Ejecutora: Facultad de Periodismo y Comunicación Social.

Desarrollo de aplicaciones multimediales para la vinculación institucional: la memoria de la imagen regional.

Director: Carlos Giordano.

Area Temática: Comunicación.

Unidad Ejecutora: Facultad de Periodismo y Comunicación Social.

Programa de Capacitación para productores de radios comunitarias y ciudadanas.

Directora: Claudia Villamayor.

Area Temática: Comunicación.

Unidad Ejecutora: Facultad de Periodismo y Comunicación Social.

Arte y Comunicación.

Directora: Prof. Gabriela Islas.

Area Temática: Comunicación.

Unidad Ejecutora: Facultad de Bellas Artes y Facultad de Periodismo y Comunicación Social.

Estrategias de educación no formal para el mejoramiento de la calidad de vida en los barrios Gral. Mosconi y Villa Albino del distrito de Ensenada.

Directoras: Dra. María Cristina Di Gregori, Prof. Martha Castiñeiras.

Area Temática: Educación.

Unidad Ejecutora: Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, Facultad de Periodismo y Comunicación Social y Facultad de Bellas Artes.

Seminarios de posgrado 1999-2000

Construcciones de la realidad. Psicoanálisis y culturas mediáticas

Dictado por el Dr. Enrique Acuña. Conferencistas invitados: Prof. Germán García; Lic. Gabriela Musachi; Prof. Guillermo Ranea.

Carga horaria: 42 horas.
Aprobación: trabajo final.
Fecha de realización: septiembre, octubre y noviembre de 1999.

El futuro de Internet.

Análisis de contenido de información en red

Dictado por el Prof. Héctor Thompson.
Carga horaria: 40 horas.
Aprobación: trabajo final.
Fecha de realización: septiembre, octubre y noviembre de 1999.

Zonas del pensamiento Latinoamericano

Dictado por el Prof. Jorge Huergo.
Carga horaria: 30 horas.
Aprobación: trabajo final.
Fecha de realización: octubre y noviembre de 1999.

Los programas especializados y la comunicación radiofónica. La divulgación científica y cultural: la radio como problema

Dictado por la Prof. Cielito Depetris.
Carga horaria: 30 horas.
Aprobación: trabajo final.
Fecha de realización: octubre y noviembre de 1999.

Periodismo, literatura, e historia argentina: acercamientos y rechazos

Dictado por el Lic. Gustavo Vulcano.

Carga horaria: 40 horas.
Aprobación: trabajo final.
Fecha de realización: octubre y noviembre de 1999.

Coordinación de grupos. Las técnicas del psicodrama pedagógico y del grupo operativo

Dictado por la Prof. Dinah Rímoli.
Carga horaria: 30 horas.
Aprobación: trabajo final.
Fecha de realización: octubre y noviembre de 1999.

El sujeto (s) en cuestión. Psicoanálisis y comunicación: el malentendido

Dictado por el Prof. Flavio Peresson.
Carga horaria: 40 horas.
Aprobación: trabajo final.
Fecha de realización: octubre y noviembre de 1999.

Periodismo investigativo. Herramientas para el perfeccionamiento y la especialización

Dictado por el Prof. Alfredo Torre.
Carga horaria: 40 horas.
Aprobación: trabajo final.
Fecha de realización: abril y mayo del 2000.

Mundos políticos y militancia política. Crítica a los modos hegemónicos de la acción política

Dictado por el Prof. Víctor Mariani.
Carga horaria: 32 horas.
Aprobación: trabajo final.
Fecha de realización: mayo y junio del 2000.

Metodología y técnicas de investigación so-

cial: su aplicación al diseño cuantitativo y análisis de datos

Dictado por la Prof. Lucrecia Arceguet.
Carga horaria: 30 horas.
Fecha de realización: mayo, junio y julio del 2000.

Investigación y comunicación. Los sentidos y la intersubjetividad desde construcciones metodológicas

Dictado por la Lic. Nancy Díaz Larrañaga.
Carga horaria: 40 horas.
Aprobación: trabajo final.
Fecha de realización: junio y julio del 2000.

Estudios del discurso

Dictado por las Profs. Gladys Lopreto, Alejandra Valentino y Claudia Fino.
Carga horaria: 40 horas.
Aprobación: trabajo final.
Fecha de realización: junio y julio del 2000.

Paradigmas utilizados en investigación social

Dictado por las Profs. Nancy Fernández y Adriana Frávega.
Carga horaria: 30 horas.
Fecha de realización: junio y julio del 2000.

Informes e inscripción: Dirección de Posgrado, Piso 2. Fac. de Periodismo y Comunicación Social. Av.44 N°676, de lunes a viernes de 13 a 17hs.

Becas y subsidios

Fundación Antorchas
Ciencias y Humanidades
Grado:

Se ofrecen veinte becas a quienes se encuentren en los dos últimos años de sus estudios de grado y tengan dificultades económicas. Sólo para carreras que requieran tesina. Otorgan: Fundación Antorchas y Fundación Bunge & Born. La convocatoria abre en noviembre de 1999 y cierra en febrero del 2000.

Posgrado:

* Beca de estudios en Gran Bretaña. Destinada a graduados universitarios. Beca de Fundación Antorchas, British Council y British Embassy. Abre en junio del 2000 y cierra en agosto del mismo año.

* Beca de perfeccionamiento periodístico (Antorchas, Comisión Fulbright y el CARI). Abre en noviembre de 1999 y cierra en febrero del 2000.

Grado doctoral:

* Beca para concluir el doctorado en universidades argentinas. Etapa de elaboración de tesis. Abre en noviembre de 1999 y cierra en febrero del 2000.

* Beca para concluir el doctorado en el extranjero. Etapa de elaboración de tesis. Sólo para ciencias sociales y humanidades. Abre en noviembre de 1999 y cierra en febrero del 2000.

* Subsidios para la colaboración con científicos alemanes AvH. Abre en noviembre de 1999 y cierra en abril del 2000.

* Subsidios para la colaboración con Chile y Brasil. Abre en noviembre de 1999 y cierra en abril del 2000.

* Subsidios de reinstalación de becarios externos-reentry grants. Destinados a quienes regresan al país luego de completar su formación superior en el extranjero. Abre en noviembre de 1999 y cierra en abril del 2000.

* Becas posdoctorales. Para estadías científicas en el país o el extranjero. Abre en noviembre de 1999 y cierra en febrero del 2000.

* Beca Antorchas. Abre en noviembre de 1999 y cierra en febrero del 2000. Las bases conocidas hasta el momento, tendrán modificaciones. Se está considerando el concurso en una nueva modalidad.

Las bases y los formularios de inscripción estarán disponibles a partir de la fecha de apertura de cada concurso tanto en la fundación como en internet

Website:

<http://www.fundantorchas.retina.ar/>

E-mail: info@fundantorchas.retina.ar / recep@fundantorchas.retina.ar

Tels: 4331-9905/23/38. De lunes a viernes de 9 a 13 y de 14 a 17 hs. Chile 300, (1098) Buenos Aires/ Dirección Postal: C.C. 5295, (1000) Correo Central.

Gobierno Australiano

El Departamento de Comunicaciones y artes <http://www.dca.gov.au/> del Departamento del Gobierno Australiano subsidia e incentiva actividades culturales de comunicación. Sus proyectos abarcan temas como televisión, eventos y personajes históricos, educacionales, etc.

Contacto: webmaster@dca.gov.au

Información y Comunicación, Centro de Información Administrativa

Unidad: Secretaría de Relaciones Exteriores (Gobierno de México) Denominación: Programa de estancias para colaboradores de medios informativos. Destinatarios: Medios de comunicación. Requisitos: ser personal a tiempo completo, parcial, o colaboradores externos permanentes, de medios informativos de países donde se abre la convocatoria. Se ha

de poseer una carta de la institución mexicana donde se acepte el plan de trabajo. Publicación: Centro de Información Administrativa. Plazo de Presentación de Instancias: 10-12-1999. Información: Consulado General de México, Avda. Diagonal, 626 - 4^a -08201 Barcelona- Tel. 93 201 18 22.

Becas para estudiantes y licenciados de países en desarrollo y transición

Para realizar estudios de posgrado en cualquier área de conocimiento en Holanda (Netherlands Fellowships Program -NFP- i The Netherlands University Fellowships Program -UFP-).

Convocante: Netherlands Organization for International Cooperation in Higher Education (NUFFIC). Solicitud: NUFFIC Kortenaerkade, 11-2502 LT The Hague. Holanda. Tel. 31.70.4260260 Fax 31.70.4260399.

Tema: todas las áreas de conocimiento. Plazo: es necesario contactar con las sedes diplomáticas holandesas en el país de origen del candidato para conocer con exactitud los plazos.

Observaciones: esta convocatoria es para ciudadanos de América Latina, África y Asia (excepto Japón). Dirección electrónica: <http://www.nufficcs.nl>

Becas de periodismo científico CSIC-EFE

Convocante: Consejo Superior de Investigaciones Científicas. Agencia EFE. CSIC-EFE Solicitud: C/ Serrano, 113. 28006. Madrid.

Dotación: 110.000 Pta/mes brutas. Tema: impulsar un programa de promoción del periodismo científico que tiene como finalidad satisfacer la demanda creciente de información científica y técnica por parte de la sociedad española.

Requisitos: poseer nacionalidad española o extranjera con permiso de residencia en España; ser licenciado en Ciencias de la Información, especialidad periodismo, en el momento de finalizar el plazo de solicitud.

Becas de investigación Alexander von Humboldt.

Convocante: Servicio Alemán de Intercambio Académico. Solicitud: Fundación von Humboldt, c/ Fortuny 8, 28010 Madrid. Telf. Fax 91.5579001.

Dotación: entre 3.000 DM/mes y 3.800 DM/mes, más gastos familiares y bolsa de viaje.

Tema: becas de investigación para jóvenes científicos altamente cualificados que se hayan doctorado y no sean mayores de 40 años para desarrollar proyectos de investigación en una universidad o centro de investigación alemán. Observaciones: la documentación se tiene que presentar a través de la embajada o consulado local, seis meses antes de iniciar la actividad. Son becas de carácter anual cuya convocatoria se decide tres veces al año.

Para más información, es necesario contactar con la Alexander von Humboldt Fun-

dation (AVH), Jean-Paul Strasse, 12 D-53173 Bonn.

Página web: <http://www.daad.org>. E-mail: centserv@alex.avh.uni-bonn.de

Becas para especialización y maestría en Tecnología Educativa

La Especialización tiene una duración de 15 meses y la Maestría de 27 meses. Los postulantes deben tener un promedio mínimo de 9 en una escala del 1 al 10 en la licenciatura. Lic. Crisóforo Peralta Casares. Coordinador de Investigación y Desarrollo del ILCE. Calle del Puente N°45, Colonia Ejidos de Huipulco, Delegación Tlalpan C.P. 14380, México D.F.

Tel. 728-6515 /00 ext. 2316 y 2386. Fax 728-6969.

E-mail: peralta@ilce.edu.mx

Internet:

www.sre.gob.mx / www.ilce.edu.mx



Sociedad de la Información: convergencias, diversidades

IBERCOM 2000

«VI Encuentro Iberoamericano de Ciencias de la Comunicación»

24 al 26 de abril del 2000

ALAIC 2000

«V Congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación»

26 al 29 de abril del 2000

Organiza: Facultad de Ciencias de la Comunicación e Información de la Universidad Diego Portales, Santiago, Chile.

Convocatoria VI IBERCOM

VI Encuentro Iberoamericano de Ciencias de la Comunicación

«Convergencia mediática: los desafíos de la diversidad global»

La formación de profesionales, el funcionamiento de los mercados, la industria de las comunicaciones, la sinergia ilimitada de las tecnologías electrónicas, son los temas del

próximo milenio. La demanda es satisfacer los requerimientos de la Academia y de las Industrias mediáticas Iberoamericanas que necesitan, con urgencia, de nuevas propuestas que respondan al concepto de convergencia.

Escenarios

-Desafíos para la formación de los profesionales de la comunicación frente a las nuevas tendencias de convergencia en la Sociedad de la Información.

-Estos nuevos escenarios nos impulsan a una convergencia tecnológica en la formación de equipos multidisciplinarios y por tanto a nuevas identidades profesionales en el campo de la comunicación.

-La tecnología mediática plantea nuevos modos de percibir, de sentir y relacionarse con el tiempo y el espacio.

-De ahí que los medios de comunicación y las tecnologías de la información desafíen hoy especialmente a la universidad planteándole un gran reto.

Comité Académico

José Marques de Melo (Brasil), Lucía Castellón (Chile), Enrique García Fernández (Chile), Luis Humberto Marcos (Portugal) y Enrique Bustamante (España).

Información

Facultad de Ciencias de la Comunicación e Información, Universidad Diego Portales. Vergara 240. Fax: 6762302.

E-mail:paulina.marin@com.udp.cl

Convocatoria V ALAIC

V Congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación «Sociedad de la Información: convergencias, diversidades»

El nuevo contexto sociopolítico, cultural y

económico, los procesos comunicacionales e informativos involucran a organizaciones, grupos y personas que se replantean permanentemente su vida cotidiana a partir de cambios macrosociales. La interrogante nos llama a reflexionar en torno a mejorar la calidad de vida del ser humano en los desafíos no resueltos del nuevo sistema y al rol de los medios de comunicación en este nuevo escenario.

Organiza

Facultad de Ciencias de la Comunicación e Información de la Universidad Diego Portales, Santiago de Chile.

Escenarios

-Tendencias actuales de las industrias mediáticas y su impacto sociocultural y político

-Los procesos y los medios de comunicación: la formación de profesionales e investigadores

-Retos en los nuevos modos de sentir, habitar y comunicarse en nuestras ciudades.

-Tecnología mediática como dimensión estratégica de la cultura masiva.

Comité Académico.

Margarita Krohling Kunsch (Brasil), José Joaquín Brunner (Chile), Carlos Catalán (Chile), José Marques de Melo (Brasil), Luis Peirano (Perú), Migdalia Pineda de Alcazar (Venezuela), Erick Torrico (Bolivia), Cecilia Rodríguez (México), María Inmacolata Vassalo (Brasil), Daniel Cohen (Argentina), Jesús María Aguirre (Venezuela), Lucía Castellón (Chile).

Inscripción de trabajos

Directamente con los Grupos de Trabajo-GT.

Información

Facultad de Ciencias de la Comunicación e Información, Universidad Diego Portales. Vergara 240. Fax: 6762302.

E-mail:paulina.marin@com.udp.cl

Las inscripciones para presentación de trabajos se recibirán hasta el 30 de diciembre de 1999.

Enviar un breve resumen de 20 líneas (400 palabras) al coordinador del GT correspondiente, así como una copia para el coordinador general del V Congreso de ALAIC, en Santiago, Paulina Marín.

E-mail: paulina.marin@com.udp.cl

Los trabajos presentados deben estar fundamentados en resultados de investigaciones, y serán seleccionados por el coordinador del Grupo de Trabajo (GT).

1 de noviembre de 1999. Envío de resumen a coordinadores de GT y coordinación general.

10 de enero del 2000. Envíos de carta de aceptación de los trabajos por los coordinadores a los participantes. Entrega de lista de participantes de cada GT a la coordinación general.

30 de enero del 2000. Entrega de «papers» y disquette a la coordinación general de acuerdo a la siguiente estructura: título del trabajo, nombre, institución, cargo y título de grado universitario del autor. Resumen de 5 líneas. Texto de mínimo 10 páginas y máximo 20 incluyendo bibliografía.

Informaciones e inscripciones:

Valor de la inscripción:

U\$S 50 hasta el 30 de diciembre

U\$S 80 hasta el 31 de enero del 2000

U\$S 100 hasta el 1 de marzo del 2000

U\$S 120 fecha posterior

Se informará oportunamente el número de cuenta y Banco para efectuar los depósitos.

Red Iberoamericana de revistas de comunicación y cultura

MEDIOS EDUCACION COMUNICACION

Casilla de correo 3277.1000 Bs.As. Argentina

OFICIOS TERRESTRES

Facultad de Periodismo Y Comunicación Social.

Universidad Nacional de La Plata. Av. 44 Nro. 676 La Plata. C.P. 1900. Telefax (0221)482-9920/483-7288.

Email: oficiost@perio.unlp.edu.ar

REVISTA BOLIVIANA DE COMUNICACION

Casilla 5946 La Paz, Bolivia.

INTERCOM

REVISTA BRASILEIRA DE COMUNICAÇÃO

Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares de Comunicação.

Av. Prof. Lúcio Martins Rrodrigues, 443; bloco A, Sala 1, Cidade Universitaria. 05508-900 Sao Paulo, Brasil. Fax: 8184088.

REVISTA DE COMUNICAÇÕES E ARTES

Escola de Comunicações e Artes- Universidade de Sao Paulo. Caixa postal 8191- 05508-900 Sao Paulo, SP, Brasil. Fax: 8130596.

REVISTA COMUNICARTE

Instituto de Artes e Comunicações e turismo Pontificia Universidade Católica de Campinas. Caixa postal 317-CEP 13100. Campinas, SP, Brasil.

COMUNICAÇÃO E SOCIEDADE

Instituto Metodista de Ensino Superior Rua do Sacramento 230 Rudge Ramos 09735-460 Sao Bernardo do Campo, SP, Brasil. Fax: 4553349

Email: metodpgp@eu.ansp.br

UCBC INFORMA

Uniao Crista Brasileira de Comunicação Social. Av. Jabaquara 2400, Loja 03, CEP 04046 Sao Paulo, SP, Brasil.

REVISTA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Departamento de Comunicação Social. Univerisdade Federal de Ceara Av. da Universidade 2762, campus do Benfica, 60.020-180 Fortaleza, CE, Brasil.

COMUNICAÇÃO & EDUCAÇÃO

Universidade de Sao Paulo Escola de Comunicações e Artes Departamento de Comunicações e Artes- ECA/USP Av. Prof. Lúcio Martins Rrodrigues, 443 Predio Central, 2do. andar, Sala B-17 Cidade Universitaria 055508-900 Sao Paulo, SP, Brasil. Fax: (5511) 8184326.

Email: comueduc@usp.br

BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO

Facultade de Biblioteconomia e Comunicação Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Rua Ramiro Barcelos, 2705. 90035.007- Porto Alegre, RS, Brasil. Fax: 3306635.

Email: bibf@vortex.ufrgs.br

SIGNO Y PENSAMIENTO

Facultad de Comunicación y Lenguaje Pontificia Universidad Javeriana. Carrera 7 Nro 43-82- Edificio Angel Valtierra, Piso 7 Santa Fé de Bogotá, Colombia. Fax: 2871775.

Email: alalinde@javercol.javeriana.edu.co

COMUNICACION U.P.B.

Facultad de Comunicación Social. Universidad Pontificia Bolivariana. Apartado Aéreo56006- Medellín, Colombia. Fax: 4118656.

COMUNICACION Y MEDIOS

Escuela de Periodismo. Universidad de

Chile. Belgrado 10, Santiago de Chile. Fax: 2229616.

ARANDU

Revista Cuatrimestral de las Organizaciones Católicas de Comunicación (OCIC-AL, UCLAP y Unda-AL) Alpallana 581 y Whimper, Apartado Aéreo 17-21-178. Quito, Ecuador. Fax: (5932) 501658. Email: scc@seccom.ec

CHASQUI

CIESPAL- Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina. Av. Diego de Almagro 2155 y Andrade Marín. Casilla 17.01-584, Quito, Ecuador. Fax: 5022487.

Email: chasqui@ciespal.org.ec

TELOS-CUADERNOS DE COMUNICACION, TECNOLOGIA Y SOCIEDAD

FUNDESCO-Fundación para el Desarrollo de la Función Social de las Comunicaciones. Plaza de la Independencia, 6.28001 Madrid, España. Fax: 3300675. Email: revitelos@fundesco.es

COMUNICAR

Grupo Comunicar
Apartado 527.21080 Huelva, España. Fax: 260757
Email: aguaded@uhu.esa

ESTUDIOS SOBRE LAS CULTURAS CONTEMPORANEAS

Programa Cultura-Universidad de Colima, Col. México
Fax: 27581
Email: pcultura@volcan.ucol.mx

TECNOLOGIA Y COMUNICACION EDUCATIVAS

Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa.
Calle del Puente Nro. 45, Col. Ejidos de Huipolco, Deleg. Tlalpan. C.P. 14380, México DF. Fax: 7286554

VERSION

ESTUDIOS DE COMUNICACION Y POLITICA

Departamento de Educación y Comunicación. División de Ciencias Sociales y Humanidades. Universidad Autónoma Metropolitana- Xochimilco, Col. Villa Quietud, Deleg. Coyoacán, México DF México.

Fax: 8237505/8237631

REVISTA MEXICANA DE COMUNICACION

Fundación Manuel Buendía, AC
Guaymas 8-408, Col. Roma. 06700 México DF, México.
Fax: 2084261

Email: fbuendia@cmapus.cem.itesm.mx

CONTRATEXTO

Facultad de Ciencias de la Comunicación. Universidad de Lima. Apartado 852, Lima 100 Perú.
Fax: 4379066

DIA-LOGOS DE LA COMUNICACION

FELAFACS- Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social. Apartado Postal 180097, Lima 18-Perú. Telefax: 4754487
Email: wneira@felafacs.org.pe

CANDELA

Santiago de Chile 1180, esc 301. 11200 Montevideo, Uruguay.
Fax: 962219

ANUARIO ININCO

Instituto de Investigaciones de la Comunicación.
Facultad de Humanidades y Educación. Universidad Central de Venezuela. Av. Neverí, Centro Comercial Los Chaguamos, Piso 13, Los Charaguamos. Apartado de correo 47339, Caracas 1041, Venezuela.
Fax: 6622761. Email: ininco@conicit.ve

COMUNICACION. ESTUDIOS VENEZOLANOS DE COMUNICACION

Centro Gumilla Edificio Centro de Valores, local 2, Esquina Luneta Altigracia. Apartado 4838, Caracas 1010-A-Venezuela.
Fax: 5647557.

*Pautas de presentación para colaboradores de Oficios Terrestres**

*Las pautas de presentación han sido elaboradas por la redacción de Oficios Terrestres con el fin de unificar criterios en lo respecta al uso de citas, notas y bibliografía. De los modelos posibles hemos elegido el que a nuestro criterio facilita la forma en que el lector puede consultar tanto citas y notas como así también orientarse en la posterior búsqueda de bibliografía, si el tema le ha despertado interés. Consideramos necesario el cumplimiento de las pautas a los efectos de contribuir en la corrección y armado de la publicación.

Los trabajos con pedido de publicación deberán ser remitidos al Director de la revista Oficios Terrestres, Facultad de Periodismo y Comunicación Social (UNLP), Av. 44 Nro. 676, La Plata, Pcia. de Buenos Aires, Argentina. Teléfonos y fax: 54-221-4829920/4837288/4823611/4224090.

Los trabajos deberán ser presentados en disquete 3 ^{1/2} en versión Word para Windows o cualquier versión compatible con Macintosh; con una extensión no superior a los 40.000 caracteres, consignando un breve curriculum del autor.

Una vez recibidos los trabajos, serán sometidos a la evaluación del Comité Editorial y de árbitros anónimos. La revista no asumirá el compromiso de devolver originales como tampoco de dar respuesta a los articulistas de las consideraciones del Comité Editorial.

Citas

Deberán colocarse al final de los trabajos y consignar en el siguiente orden: apellido y nombre del autor, título completo de la obra, lugar y fecha de edición del material consultado y los números de las páginas citadas.

En el caso de volúmenes colectivos, las citas deberán tener entrada por separado -en caso de contener la obra artículos que hicieran referencia al mismo

tema- identificando los autores.

En ambos casos la referencia al autor y a la obra deberá ser clara. De citar un autor más de una vez, se utilizará: apellido y nombre del autor «op.cit;p». El término *Ibídem* se utilizará sólo cuando se quiera repetir punto por punto la cita precedente.

Ejemplo de uso de citas:

Estamos de acuerdo con Vazquez cuando sostiene que «el problema que examinamos está lejos de ser resuelto»⁽³⁾ y, a pesar de la conocida opinión de Braun, para quien «las cosas han quedado definitivamente claras en lo que respecta al viejo problema»,⁽⁴⁾ estamos de acuerdo con nuestro autor en que queda mucho camino por recorrer antes de alcanzar el nivel de conocimiento suficiente».⁽⁵⁾

⁽³⁾ Vazquez, Roberto Fuzzy Concepts, Londres, Faber, 1976, pág. 160.

⁽⁴⁾ Braun, Richard Logik and Erkenntnis, Munich, Fink, 1968, pág. 230.

⁽⁵⁾ Vazquez, op.cit., pág. 161.

En el caso de citar diarios y/o revistas, se deberá consignar el nombre de la publicación, número -si se trata de una revista- fecha y número de las páginas citadas.

De tratarse de comunicaciones personales, cartas, manuscritos, declaraciones, etc. deberá especificarse la condición, como así también la fecha.

Ejemplo: Comunicación personal del autor (6 de junio de 1975).

Declaraciones registradas el 6 de junio de 1975.

Notas

Se entiende por nota a las reflexiones, conceptualizaciones, ampliaciones, ejemplificaciones tanto del autor del trabajo como de referentes en la materia. No irán entrecomilladas.

Bibliografía final

Se entiende por bibliografía final, el material consultado en el proceso de elaboración de los trabajos.

En el caso de haber utilizado citas en el desarrollo del trabajo, se volverán a consignar en este apartado, si se agregara información considerada importante por el autor, para ubicar al lector en la búsqueda de bibliografía, como puede ser el caso de la fecha de la primera edición, la editorial, o los títulos en su idioma original.



Horario: 9 a 14 hs.
Calle 44 n° 676. Tel: (0221) 4829920 - 4837288 - Int. 42
e-mail: ciceop@perio.unlp.edu.ar

“La diferencia entre una decisión y una conjetura suele estar en la información”

Jack Trout

- Sondeos de opinión pública
- Issue Management
- Estudios de posicionamiento
- Capacitación en RRHH
- Identidad e imagen corporativa
- House Organ
- MKT Electoral
- Media training
- Comunicación en situaciones de crisis
- Gestión de prensa

Centro de Investigación y Capacitación en Estudios de Opinión Pública
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Universidad Nacional de La Plata



Últimos títulos publicados

Nº 12:
Documento Curricular
y Plan de Estudios 1998.

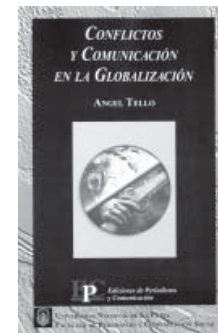
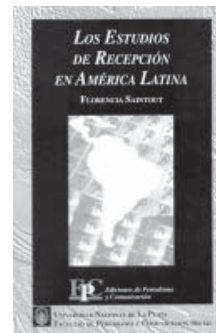
Nº 13:
Los Estudios de Recepción
en América Latina.
Florencia Saintout

Nº 14:
Conflictos y Comunicación
en la Globalización.
Ángel Tello.

Nº 15:
El Periodismo de Denuncia
y de Investigación en Argentina.
De La Gazeta a Operación Masacre.
Martín Malharro
y *Diana López Gijsberts*

Buenos Aires:
Hernández - Gandhi - Liber/arte
La Crujía y otras librerías del centro
La Plata: en todas las librerías

Ediciones de Periodismo y Comunicación es una colección dirigida a canalizar producciones e investigaciones de la *Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata*. Se trata de construir un espacio de intercambio académico con la intención de vincular la práctica y la teoría, el hacer y la reflexión, el pensamiento y la acción en el campo de las comunicaciones. Entendemos que la Universidad Pública tiene el compromiso y la responsabilidad de responder desde la docencia, la investigación, la producción y la integración con la comunidad a las problemáticas que los procesos comunicacionales plantean a las sociedades contemporáneas. Hacia allí apuntan nuestros esfuerzos y aportes.



Revistas

causas
y azarés

BUENOS AIRES - ARGENTINA

Comunicación
Cultura
Política
Medios

Suscripciones: La Crujía - Tucumán 1999 - CP1050 - Buenos Aires - Argentina - E-Mail: lacrujia@wamani.org.ar

Oficios
Terrestres

Buenos Aires: Gandhi - Liber/arte - La Crujía
La Plata: en todas las librerías

LIBRERIA DE LA COMUNICACION

**LAS NOVEDADES - LOS CLASICOS
SUSCRIPCIONES A REVISTAS ESPECIALIZADAS**

SOLICITE EL CATALOGO TEMATICO EN DISKETTE

Tucumán 1999 (1050)
Tel/Fax: 4375-0376/0664
Lunes a viernes de 10 a 20 hs.
E-mail: lacrujia@wamani.org.ar

La Crujía
CENTRO DE
COMUNICACION
EDUCATIVA

Solicitud de Suscripción

Nombre y apellido: _____

Domicilio: _____

Localidad: _____

El valor de la publicación es de \$15.

Indique con una X los números que desea recibir y envíe el cupón a la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP, o al Centro de Comunicación Educativa «La Crujía».

Número 1
octubre de 1995

Número 2
junio de 1996

Número 3
noviembre de 1996

Número 4
septiembre de 1997

Número 5
septiembre de 1998

Oficios
Terrestres

Suscripción

Esta publicación
se terminó en La Plata,
en el mes de diciembre de 1999

