Carátula: Juan L. Gargurevich

No sería difícil imaginar una historia común de la democracia y de los medios de comunicación. Sería sin duda una historia cargada de contradicciones. En América Latina, sin embargo, no se ha destacado siempre de manera explícita el carácter complejo y contradictorio de los fenómenos de comunicación, limitándose muchas veces el problema al manejo y la manipulación de los medios por los sectores dominantes de las sociedades locales o los países centrales en el espacio internacional. Los últimos años han visto aparecer un cada vez más intenso estudio de las expresiones populares y de su incontenible presión por la redefinición democrática del espacio, recursos y formas de la comunicación.

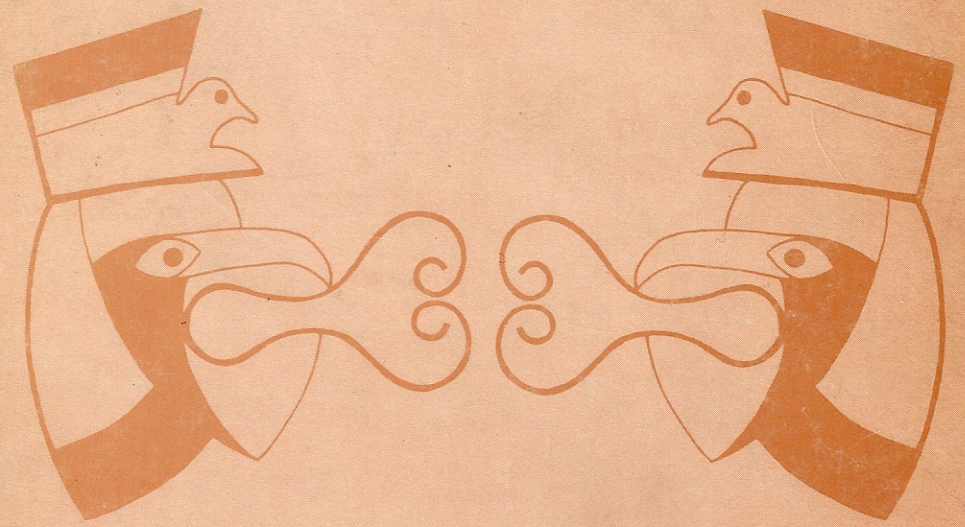
La construcción de la democracia está inseparablemente unida al derecho a la voz propia de los pueblos, a la capacidad de comunicación entre sectores e individuos. No es casual, por lo tanto, que la reunión constitutiva del grupo sobre comunicación del Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO) eligiera el tema "Comunicación y democracia" para iniciar sus debates. De ello da cuenta este libro.

CLACSO

COMUNICACION y DEMOCRACIA en América Latina

desco

COMUNICACION y DEMOCRACIA en América Latina



FOX • SCHMUCLER • TERRERO • MUNIZAGA • GONZAGA MOTTA
PEIRANO • CAPRILES • F. FERNANDEZ • H. MARTINEZ
BORROMEU • RONCAGLIOLO • JANUS • PORTALES
NETHOL • REYES MATTA • ARGUMEDO
COLOMINA DE RIVERA • VILLASMIL

desco 1982 CLACSO

COMUNICACION y DEMOCRACIA en América Latina

FOX ● SCHMUCLER ● TERRERO ● MUNIZAGA ● GONZAGA MOTTA
PEIRANO ● CAPRILES ● F. FERNANDEZ ● H. MARTINEZ
BORROMEU ● RONCAGLIOLO ● JANUS ● PORTALES
NETHOL ● REYES MATTA ● ARGUMEDO
COLOMINA DE RIVERA ● VILLASMIL

desco 1982 CIACSO

Publicación apoyada por CLACSO, PNUD, UNESCO.

Centro de Estudios y Promoción del Desarrollo
Av. Salaverry 1945 — Lima 14 — Teléf. 724712
Noviembre 1982.

INDICE

INTRODUCCION

Elizabeth Fox
Héctor Schmucler

No sería difícil imaginar una historia común de la democracia y de los medios de comunicación. Historia sin duda cargada de contradicciones, avances y retrocesos, efectos imprevistos: el diseño de las rutas que aseguraban el control y el rápido encaminamiento de informaciones en los imperios de la antigüedad; las disposiciones de la Metrópoli española que mediante la imposición de vías de acceso aseguraban el monopolio de la Corona sobre el comercio de sus posesiones americanas o la prohibición de intercambio entre las colonias; la admiración de Charles-Alexis de Tocqueville, cuando en 1833 señalaba en su Democracia en América *la influencia irresistible de los numerosos y pequeños periódicos locales sobre la opinión pública como forma destacada de poder, son hitos de un itinerario que en nuestra época se expresa en la lucha de las grandes potencias por el manejo de la información y en el lugar privilegiado que ocupa la comunicación en las reivindicaciones populares.*

La construcción de la democracia está inseparablemente unida al derecho a la voz propia de los pueblos, a la capacidad de comunicación entre sectores e individuos. No es casual, por lo tanto, que la reunión constitutiva del grupo sobre comunicación del Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO) eligiera para debatir el tema "Comunicación y democracia". Entre los días 17 y 20 de marzo de 1981, en Santa Marta, Colombia, se realizó un seminario donde se reunieron comunicadores, científicos sociales, juristas y educadores, para tratar el tema desde las distintas perspectivas que sus especialidades podían ofrecer al debate. Este libro, que presenta la mayor parte de las ponencias consideradas, es uno de los frutos de ese encuentro. Sin embargo, lo más fecundo en ideas y formulaciones surgió de las discusiones, amplias y rigurosas, en las que participaron los asistentes al seminario a partir de los documentos presentados. La interacción entre puntos de vista y experiencias opuestas o compartidas, permitió confirmar o rectificar algunas apreciaciones, multiplicar enseñanzas del mismo signo, contraponer la significación otorgada a

determinadas acciones o pensamientos y, por fin, elaborar comunes interrogantes que quedaron señalados como líneas de reflexión productivas a fin de perfeccionar el conocimiento de los fenómenos de la comunicación y de sus nexos con los procesos democráticos. Resulta imposible reproducir en extenso estos debates que a veces se muestran fragmentarios. Con todo, en estas notas introductorias hemos tratado de recoger los elementos sustantivos que estuvieron presentes a lo largo de las sesiones de trabajo. Como es previsible, no siempre se extrajeron conclusiones. No era ese, por otra parte, el espíritu con que se organizó el evento. La riqueza de la reunión fue justamente su carácter exploratorio, de búsqueda de preguntas motivadoras y no de respuestas clausurantes. Una lectura atenta de los trabajos permitirá al lector deducir las diferencias de los conceptos que se expusieron, los presupuestos sobre los que se ordenaron los comentarios. Esta presentación no sólo da cuenta de la pluralidad de voces escuchadas sino que incluye los matices con que interpretaron los resultados de la reunión los propios autores de la introducción.

I

En América Latina, tanto la expansión de los medios de comunicación como los estudios que tienen por objeto analizar su impacto sobre la sociedad y los individuos, han encontrado un campo propicio en la tensión generada por la presencia o ausencia de formas democráticas institucionales. Sin embargo, no siempre se destacó con suficiente fuerza el carácter contradictorio de los fenómenos de comunicación. Se repitieron muchas veces las historias de los medios de comunicación, y se los interpretó, teniendo en cuenta el manejo que de los mismos realizan los sectores dominantes de las sociedades locales o los países centrales en el espacio internacional. Pocos entusiasmos se volcaron al análisis del otro polo: el de los dominados. En la consagrada dicotomía emisor-receptor, la preocupación de los estudiosos se dirigió generalmente hacia el primer término. El receptor, salvo raras excepciones, fue considerado como un mero objeto pasivo. Un dejo cibernético condicionó el análisis de la comunicación y aún sigue en buena medida vigente; incluso en estudios que aspiran a un enfoque auténticamente democratizante.

Es justo destacar, no obstante, que en América Latina existe una historia de estudios sobre la comunicación que, nacidos al calor de procesos políticos concretos, abrieron el cauce de una corriente que se esforzó en señalar el papel de los sectores populares en prácticas tendientes a democratizar los procesos comunicativos; sería inmerecido no tener en cuenta este camino ya trazado. Con todo, también es preciso reconocer que recién en los últimos tiempos ha comenzado a generalizarse una preocupación más sistemática por el papel sustantivo que cumplen los

movimientos populares en la conquista de una comunicación democrática en el continente y, más aun, la organicidad de la relación entre los movimientos populares y las prácticas efectivas de formas democráticas de comunicación. Uno de los aspectos más productivos del seminario lo constituyó la extensa reflexión que mereció este tema.

La discusión sobre la democracia ha resurgido en nuestra época con renovado impulso. Fuerzas que tradicionalmente la reinvindicaron como forma de existencia, hoy se encargan de teorizar sobre la necesidad de limitarla para que el sistema en su conjunto pueda subsistir. Las grandes potencias del mundo capitalista han señalado la conveniencia de reformular la democracia para que la sociedad vuelva a ser gobernable. La Comisión Trilateral, cuyos lúcidos análisis políticos desde la perspectiva y los intereses del mundo industrializado perdurarán por largo tiempo, lo señala a través de uno de sus grupos de trabajo: "Mientras que hay, entonces, mucho que elogiar en el desempeño del gobierno democrático en las sociedades Trilaterales, hay también áreas de crítica debilidad y de ruptura potencial. El corazón del problema radica en las contradicciones inherentes relacionadas a la misma frase de 'lo gobernable de la democracia'. Porque, en cierta medida, gobernable y democracia son conceptos en conflicto". En el mismo documento (1) se habla luego de los problemas de la comunicación: "Este es, entonces, un campo en el cual debe hacerse una fuerte inversión de investigación y nuevos pensamientos en el plano internacional y en una base comparativa. Las tres regiones enfrentarán muy pronto alternativas similares. La calidad de cada respuesta influirá fuertemente en el futuro de lo gobernable de cada país. Estos recientes cambios en la relación prensa-gobierno están quizá más marcados en Estados Unidos. El aumento del poder de los medios de comunicación en dicho país es similar al ascenso del poder nacional de las corporaciones industriales, al final del siglo XIX. De la misma manera en que las corporaciones se envolvieron en la protección constitucional de la claúsula de proceso legítimo, los medios de comunicación se defienden ahora en términos de la Primera Enmienda. En ambos casos, hay obviamente importantes derechos que proteger, pero también están en juego intereses más amplios del gobierno y de la sociedad. Con el debido tiempo, comenzando con el Acta de Comercio Interestatal y el Acta Sherman Antitrust, hubo que tomar medidas para regular los nuevos centros de poder industrial y para definir sus relaciones con el resto de la sociedad. Algo parecido parece necesitarse ahora con los medios de comunicación".

(1) "La gobernabilidad de la democracia", Informe del grupo trilateral al comité ejecutivo de la Comisión Trilateral, redactado por Michael Crozier (Francia), Samuel P. Huntington (Estados Unidos) y Joji Watanki (Japón). Publicado en *Estados Unidos Perspectiva latinoamericana*, No. 2-3, México, 1977-78.

El viejo liberalismo reordena sus ideas y sus acciones a la luz de la historia contemporánea. Desde la perspectiva tradicionalmente opuesta, es decir, desde aquellos movimientos que preconizaban el fin de la democracia liberal para establecer otra favorable a las grandes masas a partir de la destrucción de las bases materiales en las que se sustenta el modelo elaborado por la burguesía, se han verificado los límites infranqueables de sus realizaciones históricas. Pocos símbolos resultan tan ilustrativos con el hecho de que los trabajadores polacos del movimiento Solidaridad agitaran como una de sus primeras y básicas reivindicaciones el derecho al uso de los medios masivos de comunicación y el de comunicarse libremente entre sí. Pero más significativo aún es que, a pesar de la violencia ejercida desde el poder, los trabajadores polacos –al igual que los movimientos populares de todas partes del mundo– hayan encontrado formas propias de comunicación que difícilmente pueden ser eliminadas por la coerción oficial.

La construcción de la democracia, hoy ya lo sabemos, no es un camino lineal. No es un modelo definido de antemano hacia el cual se marcha inevitablemente. Al mismo tiempo que se intenta elaborar la democracia, otros ensayan construir el autoritarismo. Los caminos de la historia no son uniformes ni marchan necesariamente en un único sentido. Cuando se habla de procesos de construcción no es que se presuma la infalibilidad del triunfo final. Las posibilidades del éxito deben ser evaluadas en el proceso mismo de esta construcción: el desplazamiento de determinados mitos no significa que otros no los reemplacen o que aquellos eliminados no reaparezcan. En la larga marcha hacia la democracia toda complacencia es riesgosa. Más aún, podríamos atrevernos a afirmar que no hay puntos de llegada en la formulación de la democracia: cada logro o cada derrota es un punto de partida, puesto que la democracia se perfecciona y se define en cada coyuntura, en cada situación específica.

Lo democrático no debería concebirse como un agregado a la estructura social, sino que habría que pensarlo como una variable que atraviesa y le da sentido a cada etapa del proceso histórico. Dicho de otra manera, lo democrático es un objetivo estratégico, fundacional, y no meramente táctico. Los análisis mecanicistas del funcionamiento de la sociedad no sólo dejan escapar la realidad, sino que han determinado resultados indeseables no siempre previstos. Con frecuencia, ciertos reduccionismos economicistas han dado por tierra con las esperanzas populares de un cambio sustantivo en las formas de vida. No se trata de mermar importancia o subestimar el papel real de los procesos económicos. Sugiere, sí, la posibilidad de pensar los ejes de fuerza que movilizan la historia en términos de voluntades políticas y no exclusivamente de determinantes económicos. Si algo quedó claro en el curso del seminario, es que toda simplificación atenta contra la posibilidad de un conocimiento verdadero de los fenómenos sociales en los

que se incluyen los actos de comunicación. De los trabajos no surgió ningún sistema unívoco de interpretación, ningún eje metodológico de valor universal. Quedó precisada, en cambio, la utilidad de múltiples abordajes para el estudio de la interacción comunicación-democracia.

La voluntad de búsqueda y de acción que ayuden a crear condiciones de participación popular que, a su vez, aseguren la expresión de sus propias culturas y que faciliten la participación de las mayorías en la decisión de sus historias colectivas e individuales, fue señalada como motor que debería movilizar a los investigadores de la comunicación. Esta búsqueda de la capacidad de decidir se vuelve dramática en una etapa como la actual, cuando la estructura global de la sociedad se pone en crisis. Parece evidente que lo que está en cuestión en el mundo contemporáneo son todos los mecanismos de dominación. La irrupción social de nuevas reivindaciones que dan cuenta de zonas antes no expuestas o de aspectos vinculados a la vida cotidiana de los seres humanos, constituye un rasgo ineludible para considerar el futuro de nuestro continente. Son datos de otra forma, integral y abarcadora, de concebir la democracia.

Las nuevas preguntas que han surgido requieren respuestas igualmente originales. Los éxitos y fracasos que ha mostrado la historia exigen el afinamiento, y muchas veces el reemplazo, de los conceptos desde donde se piensa la manera de rediseñar la sociedad. Hemos ido aprendiendo en los últimos años –y el seminario dio cuenta de ello– que resulta poco provechoso pensar en teorías sobre la comunicación sin aludir a las prácticas sociales que condicionan las formas comunicativas. Igualmente claro ha quedado el hecho de que la democracia en la comunicación no tiene solución de continuidad con la democracia en el seno de la sociedad. Democracia que no sólo es una aspiración para las relaciones institucionales, sino que debería sostenerse en el interior de los movimientos populares que postulan transformaciones sociales.

Desde otra perspectiva, el tema de la democracia se identifica con el problema del poder. ¿Dónde se manifiesta y cómo se ejerce el poder? Algunas ideas sobre el poder como núcleo monolítico y único que establece su dominio sobre el conjunto de la sociedad, hoy tienden a ser reemplazadas por otras más fecundas que postulan que el poder se disemina en múltiples zonas del cuerpo social y que en cada una de esas particulares regiones se disputan fragmentos del mismo. Los frentes de acción para la conquista de la democracia, por lo tanto, se multiplican y surgen interrogantes no frecuentes sobre el concepto de hegemonía. ¿Cómo construir otra hegemonía que sustituya la actual y que haga posible la democracia? ¿Qué significa la hegemonía de los sectores populares cuando se comprueba que carecemos de fórmulas acabadas para su materialización y que

a veces se la ha confundido con la hegemonía de grupos u organizaciones que actúan en nombre de esos sectores y de hecho los sustituyen?

La idea de que los cambios de las estructuras económicas traen como consecuencia necesaria modificaciones democráticas en el esquema comunicativo, no ha soportado la confrontación de los hechos. En consecuencia, surge la necesidad de reflexionar sobre la especificidad de la comunicación y de otras zonas en las que se resuelven los cambios sociales en su totalidad. Este tópico indica también la conveniencia de repensar algunas nociones circulantes sobre la relación estructura-superestructura. Más aún, pareciera adecuado poner en cuestión la legitimidad de una tal diferenciación en la medida que lo estructural se revela como una suma de elementos de valor comparable y no una función única –lo económico– que establece dependencia jerárquica con otros recortes de la realidad. En el mismo camino, han aparecido nuevas consideraciones sobre el papel del estado en los países capitalistas de occidente. La creciente interacción entre lo privado y lo estatal problematiza algunas fórmulas sobre la significación de los medios de comunicación en poder de uno u otro.

La valoración de la libertad de prensa y expresión como conquistas democráticas, otorga particular relieve a estas consignas. Es verdad que tales conceptos fueron utilizados más de una vez para consagrar el derecho exclusivo de los poderosos a controlar los medios de comunicación y que, a partir de esa circunstancia, los sectores críticos denunciaron esas banderas como una falacia al servicio de la dominación. En la lucha contra los regímenes autoritarios que controlan algunos países de América Latina, se resemantiza también el concepto de objetividad que hasta ayer muchos consideraban como una trampa de las grandes agencias transnacionales para ejercer su influencia ideológica. Frente a la acción concertada de los aparatos de propaganda oficial empeñados en una "guerra psicológica" contra el "enemigo interno", la demada de objetividad, es decir, de estar informados, ha unificado sectores que en otras oportunidades permanecieron enfrentados ante cuestiones como las políticas nacionales de comunicación o el nuevo orden internacional de la información.

II

Se vuelve necesario escribir una historia de los medios de comunicación en América Latina, que tenga en cuenta las circunstancias sociopolíticas en que aparecen y se desarrollan. Se precisará entonces, por ejemplo, cómo las formas de comunicación que surgieron en la dinámica de la lucha por la independencia constituyeron marcas relevantes en la gesta liberadora de los pueblos del continente. De la misma manera, se verificará que América Latina no escapó al proceso de expansión acelerada de los medios de comunicación que tuvo lugar después de la segunda guerra mundial. Los estudios sobre comunicación en la época, recibieron la impronta de las tendencias surgidas, principalmente en los Estados Unidos, en plena guerra. La manipulación de los medios por parte de los países totalitarios desencadenó una ola de trabajos en los que se trataba de analizar el fenómeno y buscar formas de contrarrestarlo. La teoría del "libre flujo de la información" encuentra sustento en este combate: la expresión se volvió sinónimo de democracia, mientras la guerra fría y la consolidación de bloques hegemónicos replanteó el uso de los medios como instrumentos de propaganda en la disputa internacional.

En América Latina las conmociones sociales que sacudieron la sociedad, especialmente en los años sesenta, replantearon las estrategias comunicativas de los centros de poder. Ya no se trataba de libre flujo para que las ideas se opusieran en un clima de creciente democracia. Los medios de comunicación deberían cumplir un papel destacado en la aplicación de modelos socio-económicos que disminuyeron las posibilidades de nuevas explosiones de insurgencia. Hablar de comunicación, en adelante, implicaba aludir al desarrollo auspiciado por la Alianza para el Progreso. En gran parte de las escuelas de América Latina, la enseñanza de la comunicación se adecuó a estos planes y las investigaciones que se estimularon respondieron, en buena medida, a aquellos objetivos. Producción agrícola y control demográfico se desplegaron como temas prioritarios para el estudio, a fin de que los medios de comunicación se integraran al esfuerzo de "modernización" que resolvería los problemas de nuestros países.

El optimismo desarrollista no tuvo un destino demasiado propicio. La brecha entre la pobreza de los pueblos latinoamericanos y la opulencia de las naciones desarrolladas continuó ampliándose. El papel asignado a los medios como estimulantes de "aspiraciones" materiales que fueran acicate a la generación de riquezas, se hizo añicos ante la dura realidad de estructuras incambiadas. También es cierto que tampoco prosperó la violencia ni produjo las transformaciones sociales con las que soñaban quienes la propiciaban. Pero esto merece otra reflexión: la violencia combatida no fue aplastada por el éxito de los proyectos desarrollistas, sino por las carencias básicas con que ella fue generada como solución para América Latina.

Una de las características de la propuesta de poner la comunicación al servicio del desarrollo, cuya vigencia no ha concluido, fue la de otorgarle papel educativo. Nacieron así múltiples formas de comunicación para la enseñanza. La oposición entre medios como educadores y como simples

órganos de entretenimiento produjo nuevos enfoques para su estudio. Hacia comienzos de los años setenta, la discusión sobre los medios de comunicación emprende distintos rumbos. Por una parte la crítica a la función de los medios se hizo evidente desde los sectores dominantes de la sociedad: ellos, se afirmó, tenían buena porción de culpa en la falta de éxito de los esfuerzos modernizantes. Pero, por otra, y a partir de experiencias históricas concretas, se gesta una corriente crítica que cuestiona al conjunto del sistema de comunicación vigente dentro de las sociedades marcadas por antagonismos de clases. De nuevas coyunturas sociales, de nuevas experiencias políticas, surgieron enfoques renovadores y a veces originales sobre el papel de los medios de comunicación.

Los medios fueron señalados como reproductores del esquema ideológico dominante y como instrumentos al servicio de la burguesía para el control social en cada país, así como elementos que propiciaban la invasión cultural de las potencias imperialistas. Chile, cuyo proceso político antes y durante el gobierno de la Unidad Popular se constituyó en un verdadero laboratorio de experimentación social, fue escenario de los mayores aportes de esta corriente crítica. Algunas de las formulaciones elaboradas en el territorio andino se expandieron rápidamente hacia otros países del continente. Muchas veces, preciso es reconocerlo, algunos de los análisis efectuados en coyunturas recortadas como la chilena y que encuentran su racionalidad en el momento que se atravesaba, fueron extrapolados miméticamente a otras realidades. El resultado fue que se repitieran sin más trámite algunos modelos de análisis y en lugar de aportar nuevos conocimientos surgidos de realidades particulares, se conformaron con reproducir casi tautológicamente los hallazgos efectuados en el lugar de origen. El reconocimiento de los verdaderos actores que estaban en juego más de una vez quedó postergado.

En este período algunas tendencias de interpretación de la realidad social influyeron y a veces simplificaron los análisis sobre la comunicación efectuados desde una perspectiva crítica. Una comprensión estrecha de las causas de la sujeción de los países latinoamericanos a las potencias imperialistas, dio lugar a apreciaciones un tanto esquemáticas que produjeron conclusiones a veces alejadas de la realidad. La teoría de la dependencia —que aportó datos hasta entonces poco considerados— se volvió un esquema rígido y definitorio para encontrar las causas de los problemas que padece América Latina. La responsabilidad absoluta adjudicada al enemigo exterior, eclipsó reiteradamente el análisis de las fuerzas que jugaban en el espacio interior y disimuló con pertinacia los límites y errores de los propios movimientos populares. Una consecuencia indirecta de esta atonía teórica en el campo de la comunicación fue que las especulaciones se centraron en el polo dominante, el cual a veces adquiría figura de omnipotencia. La potencialidades y las fronteras del polo dominado quedaron repetidamente olvidadas o, al menos, opacadas.

La década de los años setenta registra una aproximación inédita al problema de las comunicaciones. El desbalance informativo entre los países desarrollados y subdesarrollados emergió como uno de los obstáculos centrales para la democratización de las comunicaciones en la arena internacional. En el mismo proceso de discusión aparecieron en América Latina vigorosas corrientes que propiciaban la elaboración de políticas nacionales de comunicación como forma de que el estado asumiera responsabilidades ante el conjunto de la población en esta materia, de la misma manera que casi un siglo atrás lo había hecho con la educación. La comunicación como bien público redefinía su papel en la sociedad y justificaba el retiro de su manejo de manos exclusivamente privadas. La reunión organizada por la UNESCO en San José de Costa Rica, en 1976, marcó el momento culminante, pero solitario, de esta tendencia.

Mientras tanto, gobiernos autoritarios y dictaduras militares fueron avanzando sobre el mapa de América Latina. A partir de nuevas realidades políticas se ensayaron reflexiones más sutiles sobre la significación, la conveniencia y las probabilidades de las políticas nacionales de comunicación. La reivindicación democrática apareció como una lucha global por el derecho a la expresión.

III

El complejo mundo de ideas que hemos anotado se expresó, directa o indirectamente, en el seminario de Santa Marta. A veces las formulaciones fueron explícitas y sistemáticas, otras veces aparecieron como grávidos interrogantes que se desplegarán en el futuro. Las ponencias, con el marco de referencia otorgado por los debates que las enriquecieron, hablan por sí mismas. Evitaremos la redundancia de su comentario.

Hemos optado por agrupar los trabajos, por puras razones de ordenamiento, en cinco partes. Las tres primeras incluyen documentos que parten de situaciones nacionales para sus análisis. Los regímenes autoritarios de Argentina, Chile y Brasil, considerados en la primera parte, ofrecen la oportunidad de observar comportamientos similares o diferenciados sobre los medios de comunicación. Diversos intentos de cambios en los marcos de las instituciones son evocados en la segunda parte, en la que las experiencias de Perú, Venezuela y México destacan realidades polimorfas. En la tercera se describen las características de dos países, Colombia y Brasil, pero desde otra perspectiva donde el papel protagónico lo tienen los sectores

populares. La cuarta parte agrupa cinco trabajos que examinan problemas específicos pero de interés general para el análisis de los medios. Por último, en la parte quinta se intenta una aproximación al problemático horizonte que ofrecen las nuevas tecnologías para el manejo de la información.

I. LOS REGIMENES AUTORITARIOS

COMUNICACION E INFORMACION POR LOS GOBIERNOS AUTORITARIOS: EL CASO DE ARGENTINA

Patricia Terrero

El análisis de los medios de comunicación y de la información en la Argentina actual exige, en primer término, señalar algunas de las líneas más significativas del modelo político y económico impuesto después del golpe militar de 1976; modelo que, aunque con características propias, excede el ámbito nacional y se relaciona con procesos similares del Cono Sur y con el marco más amplio del capitalismo mundial.

La doctrina de la Seguridad Nacional que permite eliminar toda disidencia interna (1), términos como democracia "restringida" o "gobernable" y el concepto de "interdependencia" (apertura económica y nueva división internacional del trabajo) dan cuenta de redefiniciones políticas y económicas globales dentro del sistema.

Los informes de la Comisión Trilateral hablan de la necesidad de restringir los "excesos" de la democracia liberal y hablan de una democracia "gobernable" para lo cual se requiere un cierto grado de apatía y no participación política "por parte de algunos individuos o grupos" y el control por parte del gobierno de la información mediante "la posibilidad de retener la información en la fuente" o mediante la autocensura del periodismo responsable. Samuel P. Huntington dice, refiriéndose a este último punto: "Los periodistas deben disciplinarse, desarrollar y reforzar sus patrones propios de profesionalismo, de lo contrario, enfrentarán la posibilidad de una reglamentación por parte del gobierno... Editores responsables reconocen el deseo de tales mecanismos (consejos de autocensura) y la creación de estos consejos independientes podría ser un largo paso a fin de asegurar una prensa libre y responsable" (2).

(1) Ver A. Mattelart, "Ideología, información y Estado militar", en *Comunicación e ideología de la seguridad*, Editorial Anagrama, Barcelona, 1978.

(2) Michel Crozier, Samuel Huntington, Joji Watanuki, "The Crisis of Democracy. Report on the Democracies to the Trilateral Commission", citado en H. Assman, T. dos Santos, N. Chomsky, y otros, *A Trilateral nova fase del capitalismo mundial*, Ed. Vozes, Petrópolis, 1979, p. 105.

El economista ultraliberal Von Hayek ha declarado que las dictaduras pueden ser necesarias si éstas mantienen el liberalismo económico: "...es posible que un dictador gobierne de manera liberal y también es posible que una democracia gobierne con una falta total de liberalismo. Yo personalmente prefiero a un dictador liberal y no a un gobierno democrático carente de liberalismo" (3). Esta definición señala la prioridad absoluta de la libertad económica (economía de mercado a escala mundial) frente a todas las libertades cívicas y políticas.

Dentro de ese marco ideológico se da el golpe militar de 1976 en la Argentina. El manejo de los medios, la política cultural en general y el discurso ideológico que se difunde desde el poder estarán en relación directa con el modelo político y económico impuesto.

Si por comunicación se entiende no sólo el discurso que se difunde desde los medios, sino también el que se gesta y circula en el conjunto de las relaciones sociales y en el seno de las organizaciones populares, el poder militar impone por decreto la ruptura de toda forma de diálogo: se suspenden las actividades gremiales de trabajadores, empresarios y profesionales, se interviene militarmente a la Confederación General del Trabajo y a la Confederación General Económica, se congelan sus fondos, se suspende el fuero sindical, se suspende el derecho de huelga, se suspende toda actividad política, se ordena la disolución de las agrupaciones políticas de tendencia marxista, se recuerda a la población la vigencia del Estado de Sitio y se prohibe realizar reuniones en la vía pública o propalar noticias alarmantes (4).

Específicamente en el campo de los medios, el Comunicado No. 19 advierte que será "reprimido con la pena de reclusión por tiempo indeterminado el que por cualquier medio difundiere, divulgara o propagara comunicados o imágenes provenientes o atribuidas a asociaciones ilícitas o a personas o grupos notoriamente dedicados a actividades subversivas o de terrorismo" y se reprime "con reclusión de hasta diez años al que por cualquier medio difundiere, divulgara o propagara noticias, comunicados o imágenes con el propósito de perturbar, perjudicar o desprestigiar la actividad de las fuerzas armadas de seguridad o policiales". Estos decretos señalan el comienzo de una etapa de aislamiento, incomunicación, silencio de las mayorías, al mismo tiempo que inican el largo monólogo de la AUTORIDAD, en el que se difunde desde el aparato de propaganda oficial o desde los sectores (nacionales o multinacionales) propulsores del golpe, la ideología del nuevo régimen.

"En el Brasil –decía Paulo Freire refiriéndose al golpe militar de su país– la transición que marca el golpe de estado, representa un retorno a la ideología del desarrollo basada en el abandono de la economía nacional a intereses extranjeros (...) Una de las exigencias de base de tal ideología es necesariamente reducir al silencio a los sectores populares y en consecuencia hacerlos salir de la esfera de decisión" (5).

ESTADO AUTORITARIO: TACTICA REPRESIVA Y OFENSIVA IDEOLOGICA EN EL MANEJO DE LA INFORMACION

1. Censura y monopolio de la información en los medios estatales

El manejo de la información no es uniforme en todos los medios y esto está relacionado con la situación en que estaba el sistema de comunicación en el momento del golpe.

La estructura de propiedad de los medios gráficos era privada, hecho que implica el manejo de la información por parte de los grupos que detentan el poder económico, premisa general que no se contradice con las diferencias que existen entre los mismos o con las alternativas que pueden producir medios de sectores políticos, sindicales, intelectuales, etc. En lo que respecta a la radio y televisión, una parte importante de empresas privadas (emisoras y productoras) había sido estatizada en 1974, al vencer sus licencias de explotación. Con esta medida se eliminó del sistema a sectores tradicionalmente relacionados con los intereses monopólicos, pero no se prescindió de la publicidad como principal fuente de financiación. Se dejaba así una cuota importante de poder en manos del capital monopólico nacional o transnacional que era el principal inversionista publicitario, además de no eliminar el efecto de la publicidad como factor de mantenimiento del sistema. "Es probable –anticipaba Heriberto Muraro antes de la estatización– que las empresas monopólicas (...) dirijan sus inversiones a otros medios privados, saboteando así, de hecho, la T.V. estatal"; y agregaba después, en ese mismo artículo, que el resultado de la estatización dependería de la clase de estado que se hiciera cargo del sistema (6).

(3) "Reportaje a Von Hayek", *Gente*, Buenos Aires, 5 de enero de 1981, Año 16, No. 811.

(4) Comunicados Nos. 67, 5, 43, 2, de la Junta de Comandantes Generales, *La Nación*, 24 de marzo de 1976.

(5) Paulo Freire, *Cultural action for freedom*. Harvard Education Review, Cambridge (Mass.), 1970.

(6) Heriberto Muraro, "Poner el caballo delante del carro. La estatización de la T.V. argentina", *Crisis*, No. 16, Buenos Aires, 1973.

Analizando las inversiones publicitarias en televisión con respecto a la inversión publicitaria total, se advierte que del 27,4% de inversión obtenida en 1973, pasa en 1974 y 1975 al 19,8% y 18,6%, respectivamente, desplazándose la diferencia a los medios gráficos.

El año del golpe, con el fuerte impulso de la propaganda oficial y la adhesión de los intereses monopólicos al mismo, la inversión publicitaria en televisión pasa al 32,6%, cifra sólo superada en 1963 tomando en cuenta los últimos veinte años (7).

PONDERACION ANUAL OBTENIDA POR CADA MEDIO CON RESPECTO A LA INVERSION PUBLICITARIA TOTAL
(En porcentajes)

Medios/Años	1969	1970	1971	1972	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979
Diarios y revistas	33.3	37.4	38.5	33.0	34.3	43.5	42.9	39.9	39.5	42.3	42.8
Televisión	25.1	22.4	21.7	25.2	27.4	19.8	18.6	32.6	26.6	24.6	26.3
Publicidad directa y varios	18.4	18.4	18.6	17.9	15.7	13.6	16.4	13.7	14.5	15.7	15.1
Vía pública	10.7	10.5	9.7	7.9	7.5	7.3	6.5	3.6	5.1	6.1	4.7
Cine	2.0	2.1	1.9	2.3	1.9	2.2	1.7	1.3	1.2	1.4	1.3
Estudio de mercado	0.5	0.5	0.3	0.3	0.3	0.6	0.9	1.2	2.2	0.9	0.9

Al margen de este previsible boicot a la televisión, la estatización tampoco significó una real socialización y democratización mediante la participación o transferencia de los medios a los sectores organizados de la población, ni logró la descentralización del sistema de producción concentrado en Buenos Aires, ni pudo romper con el monopolio comercial de las distribuidoras norteamericanas, medidas que algunos sectores habían planteado como necesarias (8).

(7) *Estudio de la inversión publicitaria en la República Argentina 1960-1972*, Cámara Argentina de Anunciantes, Buenos Aires, 1973. "Inversiones en Publicidad y Promoción realizadas en el país en los años 1973, 1974, 1975, 1976, 1977, 1978, 1979". Cámara Argentina de Anunciantes.

(8) *Pautas para una política nacional*, Sindicato de Luz y Fuerza. Capital Federal, Buenos Aires, 1972. "Los medios de comunicación masiva en el Proceso de Reconstrucción Nacional" - Centro de Investigaciones en Comunicación Masiva, Arte y Tecnología (CICMAT), Secretaría de Cultura de la Municipalidad de Buenos Aires, 1974.

La propiedad estatal sobre la mayor parte del sistema de radiodifusión y la importancia atribuida a los medios audiovisuales, contribuyó a que el gobierno militar estableciera sobre el mismo un sistema de control mediante el Comité Federal de Radiodifusión (CONFER) y la Secretaría de Información Pública de la Nación (SIP), diferente al aplicado sobre los medios gráficos privados.

El CONFER fue creado durante el gobierno militar del General Lanusse, por la ley Nacional de Telecomunicación 19.798 como un organismo que debía "supervisar, vigilar e inspeccionar los servicios de radiodifusión en sus aspectos culturales, artísticos, comerciales, administrativos y técnicos", y en el ejercicio de esas funciones debía "calificar semanalmente a las emisoras comerciales y no comerciales debiendo tomar en cuenta la conducta ética y moral en el comportamiento y uso de la respectiva licencia" (9).

Con el golpe de 1976, el CONFER es intervenido y pasa a depender de la Secretaría de Información Pública que cumple en esta etapa la función de central de la censura y la difusión oficial de propaganda. El CONFER, dentro de este esquema, tiene la función de controlar el cumplimiento de las normas y pautas que fija dicha Secretaría. "El control sobre las emisiones —explicaba en un reportaje el interventor militar del CONFER— se efectúa por medio de lo que nosotros llamamos Centros de Control de Emisiones. Uno de ellos está situado en la Capital Federal y otros 21 se encuentran diseminados en las capitales provinciales, o en algunos casos en ciudades donde existe un gran número de medios de radiodifusión (...). En el CONFER trabajan alrededor de 250 personas en todo el país, y parte de ese personal tiene la misión de controlar las emisiones de radio y televisión durante las veinticuatro horas. Para facilitar la tarea hemos incorporado multigrabadores de audio de 18 canales en los centros del interior y de 36 canales en la Capital, en los que se almacenan durante un mes las veinticuatro horas de emisión de cada una de las radios con licencia. En el caso de las televisoras, se emplean equipos de grabación de video, pero estos no se activan en forma constante, sino cuando el fiscalizador cree apreciar que un programa se aparta de las normas establecidas por la ley. Claro que en forma periódica se graban los programas de todo el día de determinado canal, para hacer una evaluación general (...). En todos los centros los operadores rotan diariamente para evitar que una misma persona fiscalice siempre a un programa determinado, e incluso se turnan para controlar las emisiones de radio y televisión. Cuando un operador detecta una irregularidad produce un parte, al que debe agregar la cinta grabada o el tape correspondiente y el artículo que presuntamente ha infrin-

(9) Ley Nacional de Telecomunicaciones No. 19.798, Art. 92, e).

gido. Ese parte pasa a la dirección de Política y Planes, donde un cuerpo de evaluadores, integrado por profesionales especializados en distintas disciplinas relacionadas con las comunicaciones masivas lo estudian detenidamente para determinar si efectivamente se ha producido una infracción (...). Vale la pena subrayar –termina diciendo el coronel– que el CONFER no hace ningún tipo de censura previa. Controla las producciones ya emitidas y no los pasos previos que hacen a su creación" (10).

El proceso de censura previa no se realiza en el CONFER pero sí en los canales o radioemisoras, en las que empleados de las mismas leen los guiones de todos los programas antes de que se graben y realizan, en esa instancia, un primer tamiz de censura.

Las normas y pautas de comunicación dictadas por la Secretaría de Información Pública constituyen un detallado compendio al que sólo acceden los directamente implicados en el trabajo de control, pero que el resto de la gente que trabaja en los medios conoce. Ellas fijan los criterios de defensa de las Instituciones, las buenas costumbres, la familia, la propiedad privada, el sistema tradicional de vida. Ellas determinan los temas que están vedados y las personas, actores, autores, periodistas, etc., que tienen prohibido el acceso a los medios. Ellos determinan, después de un riguroso control de los discos que aparecen en el mercado, las canciones y los intérpretes "inconvenientes" (11). Ellas determinan cuáles son los autores nacionales que no pueden trabajar en televisión y en los teatros estatales (12), y cuál es el cine nacional o extranjero que conviene al público argentino (13).

En uno de los primeros artículos que hicieron referencia al tema de la censura, María Elena Walsh decía al respecto: "Un productor-consumidor de cultura necesita saber qué pasa en el mundo, pero accede a libros extranjeros preseleccionados, a un cine mutilado, a noticias veladas, a dramatizaciones mojigatas. Un autor tiene derecho a comunicarse por los medios

(10) "Televisión: la palabra del Gobierno" Reportaje al coronel (R) E.J. Barbieri. En *Mercado,* Buenos Aires., Agosto 21, 1980, Año XII, No. 568, pp. 57-62.

(11) Las listas del CONFER y los interventores de las emisoras han eliminado de su programación a intérpretes como Mercedes Sosa, Horacio Guaraní, Leonardo Favio, Hugo del Carril, Nacha Guevara, Joan Manuel Serrat y a los principales intérpretes del rock nacional. - *TV semana,* junio, 1980.

(12) No pueden trabajar en los canales de televisión y en los teatros estatales: Griselda Gambaro, Cuzzani, Cossa, Halac, Adelach, Monti, Gené... o sea la mayor parte de los autores nacionales.

(13) En 1980 se estrenaron 27 películas argentinas, de las cuales sólo cuatro, con las limitaciones del caso, pueden rescatarse dentro de una amplia mayoría de comedias pasatistas en las que abunda el sexo y la violencia.

de difusión, pero antes de ser convocado se lo busca en una lista como las que consultan en las Aduanas, con delincuentes o "desaconsejables". Si tiene la suerte de no figurar entre los réprobos hablará ante un micrófono tan rodeado de testigos temerosos que se sentirá como una nena lumpen a la mesa de Martínez de Hoz (...). El público ha respondido a este escamoteo apagando los televisores. En este caso el que calla –apaga– no otorga. En otros tampoco: el que calla es porque está muerto, generalmente de miedo" (14).

Comparando la información que emiten los programas informativos de radio y televisión (se incluyen dentro de esta categoría las entrevistas y mesas redondas conducidas por periodistas) con las que se publican en los diarios (15), se puede observar los mecanismos de manipulación y control que sobre aquella se ejercen.

En primer término se advierte una táctica de *bloqueo de la información,* mediante la cual se omite, como si no existiera, una amplia franja temática referida a la realidad nacional. "Lo que no se nombre no existe" es el lema que corresponde a este procedimiento, y así no se mencionan las organizaciones sindicales y los partidos políticos, las movilizaciones obreras ante el cierre de fábricas, los presos políticos y los desaparecidos, el monto de la deuda externa, las quiebras de bancos, financieras, empresas nacionales, el proceso de desnacionalización de la economía, el nivel de deserción escolar, el cierre de facultades y centros universitarios, etc. Se suprime de este modo cualquier posibilidad de disidencia o foco de conflicto con el modelo político y económico establecido. Paralelo a este mecanismo se articula una *estrategia de despliegue* y *consolidación de la ideología del régimen.* "Ningún gobierno puede apoyarse –decía Muraro refiriéndose a este tema– exclusivamente en la fuerza física o en la coacción económica permanente: necesita contar con un mínimo de colaboración por parte de su población y que ésta acepte o al menos no ataque de manera sistemática y organizada los valores defendidos por el Estado" (16). La difusión de estos valores se realizará por medio de la propaganda estatal directa, tema que se verá luego en detalle, y también de manera más sutil por medio del periodismo televisivo y radial.

(14) María Elena Walsh: "Desventuras en el país Jardín de Infantes. La censura y sus prejuicios en nuestra cultura". *Clarín Cultura y Nación,* Buenos Aires, 16 de agosto de 1979.

(15) El mencionado análisis se realizó durante el mes de octubre de 1980.

(16) Heriberto Muraro, *El poder de los medios de comunicación de masas.* Enciclopedia de los grandes fenómenos de nuestro tiempo. Tomo 1, p. 7, CEDAL, Buenos Aires, 1975.

En este campo se debaten con criterio unívoco los valores, las pautas culturales, el marco ideológico del modelo social, político y económico de la clase dirigente. Los ideólogos del liberalismo económico, de la nueva división internacional del trabajo, de las democracias "restringidas", nacionales y extranjeros, tendrán el monopolio de los medios de comunicación estatales. "Fueron harto frecuentes en estos últimos años —decía un editorial del diario Clarín— las clases magistrales dictadas por hombres vinculados directa o indirectamente a las corporaciones o a los centros de poder de los países industriales y que escudados en sus distinciones académicas o revestidos de un aura "científica" hicieron la apología del subdesarrollo y el atraso, promoviendo los modelos que convienen a los sectores que representan" (17). Se refería a las visitas de Rockefeller, Kissinger, Herman Kahn, el alemán Hermán Abs, el premio Nobel Von Hayek entre los extranjeros, y a los tecnócratas argentinos propulsores del eficientismo y la modernización.

2. Autocensura, adhesión o crítica en los medios privados

Con respecto al funcionamiento de los medios privados en este período, hay que tener en cuenta tres factores:

1. El accionar represivo de los gobiernos autoritarios y sus efectos sobre la libertad de opinión, expresión e información.
2. El hecho de que los medios, como empresas de propiedad privada con intereses comerciales, responden a grupos de poder económico dentro de la estructura social, esquema general que no se contradice con las diferencias coyunturales que existen entre los mismos.
3. El hecho de que los regímenes autoritarios pasan de una etapa de cohesión del bloque dominante liderado por las fuerzas armadas y de represión a cualquier forma de disidencia, a una paulatina "apertura seudodemocrática", cuando se comienzan a vislumbrar síntomas de crisis económica y de reorganización social.

En los medios privados no existió control directo como en los estatales, pero una estricta legislación que prohibía cualquier información sobre las organizaciones políticas y sindicales o de crítica acerca del accionar del gobierno (18), acompañada por la represión contra periodistas, empresas

(17) "Publicista del subdesarrollo" - Diario *Clarín*, 1 de febrero de 1981.

(18) Leyes del Código Penal: 21.322 y 21.325 de junio de 1976; Ley 21.459 del 18 de noviembre de 1976 que modifica la Ley 20.840 del 30 de septiembre de 1974; Ley 21.400 y artículo 212.

periodísticas, sindicatos de prensa y publicaciones, estableció un mecanismo de autocontrol tanto o más riguroso.

El informe de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos, refiriéndose a la actitud de los medios en este período, dice: "Como consecuencia de la conducta referida los medios de comunicación social adoptaron una actitud de extremada prudencia en el juzgamiento de la política y los actos de gobierno, que por lo general se abstuvieron de comentar, siendo muy pocos aquellos órganos de difusión que hicieron labor de crítica de la política y los actos gubernamentales" (19).

En realidad, durante la etapa de mayor represión los medios acataron las reglas establecidas y limitaron casi absolutamente cualquier vestigio de pluralismo, esquema general al que no se atuvieron el *Buenos Aires Herald*, de tirada muy reducida, y *La Prensa* cuya actitud es posible que haya respondido a la política de Derechos Humanos seguida por el Departamento de Estado durante el gobierno de Carter.

Los restantes medios se pueden dividir en dos sectores según representen los intereses de la oligarquía ligada al capital monopólico o hayan estado controlados por las fuerzas armadas, y según respondan a un sector amplio de la burguesía o a sectores del agro y la pequeña y mediana industria nacionales. Entre los diarios de Capital Federal, *La Nación* y *La Razón* (que están entre los tres diarios de mayor circulación), *Crónica*, *La Opinión* (controlada por los militares), *Convicción* y la editorial Atlántida entre las editoras de revistas, fueron promotores del golpe y abiertos colaboradores del régimen. *Clarín*, en cambio, funcionó durante los dos últimos años como discurso crítico, en especial de la política económica del gobierno. Dentro de estas dos grandes líneas de acción y tal vez en una tercera más cautelosa en la adhesión y la crítica, se puede caracterizar el funcionamiento de la prensa en este período.

En realidad, el accionar de los medios varía en la medida en que los gobiernos autoritarios después de una primera etapa de represión política y económica en la que se adapta al país a las exigencias del capitalismo monopólico y transnacional, pasan a una etapa de lenta apertura como resultado de la crisis económica, de fisuras dentro del grupo dominante y de la paulatina reorganización de los sectores populares. De la etapa de autoritarismo monologuista se pasa a la etapa dialoguista en la que se intenta llegar a acuerdos con ciertos sectores políticos y sindicales para ampliar la base de sustentación del régimen.

(19) "Derecho a la libertad de opinión, expresión e información" en *Informe sobre la situación de los Derechos Humanos en la Argentina*, O.E.A. Washington, 11 de abril de 1980, p. 261.

"En los medios de comunicación ese pasaje se manifiesta en una cierta tolerancia a la crítica, siempre que ésta no atente contra la legitimidad del régimen, y en la vuelta a ciertos principios de la democracia liberal en el campo de las comunicaciones como el que dice que la libertad de empresa asegura la libertad de información. En realidad, lo único que hace este mecanismo, que se establece siempre dentro de ciertos límites, es volver al funcionamiento natural del sistema y devolver a la empresa privada los resortes de su mantenimiento.

Consecuente con esta concepción, después de cinco años de manejo autoritario, el sistema de Radio y Televisión será privatizado de acuerdo a la nueva ley de Radiodifusión (Ley 22.285, 16 de septiembre de 1980). La privatización no significará un cambio sustancial en la estructura autoritaria. Refiriéndose a la ley, uno de los integrantes de la Junta Militar decía: "Donde impera la democracia en su verdadera esencia, la libertad de los medios de comunicación se encuentra en relación directa con la libertad económica por cuanto una es indispensable para el sostenimiento de la otra (...). Llegó el momento de revertir la situación existente creando recaudos legales para que tales medios se integren al esquema libre empresario (...). La transferencia al sector privado será plena, en un sentido material, técnico y operativo, pero implica, necesariamente, el acatamiento a expresas normas rectoras, inspiradas en los principios de nuestra racionalidad, nuestra tradicional forma de vida y los objetivos del Proceso (...). En ese ámbito la inteligencia tiene un espacio inagotable para crear, acrecentando el bien, la verdad, la belleza y también para censurar disminuyendo el mal, la mentira y la fealdad. Pero si se sale de él, sólo le quedará una triste alternativa: lo que no esté prohibido será obligatorio" (20).

3. *La propaganda oficial*

Otro mecanismo, complementario al de difusión ideológica instrumentado por medio del periodismo, es la utilización de la publicidad como medio preponderante de difusión y consolidación de los objetivos del proceso y de sus realizaciones.

En 1974 Mattelart explicaba cómo en la fabricación del mito del "milagro brasileño" se había empleado con éxito la técnica de los "mensajes contra-revolucionarios planificados": "Para responder a las prácticas de las clases dominadas y recuperar sus luchas por lograr cambios —decía en ese trabajo— el imperialismo y las burguesías locales ya no se contentan con una respuesta metabólica del sistema que se autogenera asimilando los

(20) Discurso del brigadier general Omar Graffigna a la Cámara de Anunciantes de Santa Fe, *Clarín*, 23 de junio de 1979, p. 5.

anticuerpos subversivos. Ahora planifican explícitamente las áreas cada vez más numerosas, de su política de oposición a los procesos revolucionarios (...). Hasta hace poco, sus agencias de publicidad podían limitarse a transmitir la ideología difusa de la sociedad de consumo para exportar los modelos de desarrollo y de vida de la metrópoli. Ahora, cada vez más estas agencias de publicidad, al igual que los departamentos de relaciones públicas de las corporaciones multinacionales, se ponen al servicio de una causa política definida" (21).

En el caso argentino, la publicidad oficial fue desarrollada desde diversos organismos. La Secretaría de Información Pública creó el Departamento de Acción Sicológica en el que sociólogos, sicólogos, especialistas en comunicación y publicidad, produjeron gran parte del material gráfico y audiovisual de propaganda. El gobierno, por otra parte, contó con el asesoramiento y la colaboración de cinco empresas publicitarias nacionales o asociadas a agencias norteamericanas: Ricardo De Luca Publicidad, Yuste Publicidad S.A., Solanas S.A., Ortiz-Scopesi y Cía. (asociada a Ogilvi & Mather) y Casares, Grey y Asociados (asociada a Grey Advertising Inc.). El Ministerio de Economía realizó sus propias campañas por intermedio de Lowe, una de las más importantes productoras de noticiosos y cortos publicitarios y la propietaria de la mayor parte del medio cine-publicidad. Las empresas y organismos del Estado y los gobiernos provinciales también hicieron campañas con criterios comunes a los del gobierno central.

Aunque no hay datos sobre el monto de la inversión publicitaria oficial en este período, el análisis de la inversión publicitaria total en los diez últimos años muestra que en 1970 comienza una caída que se acentúa en 1973, 1974 y 1975, para recuperarse en forma notoria desde el año 1976. La variación en la inversión publicitaria a precios constantes entre 1975 y 1976 indica para este año un incremento del 60.2%, incremento que no está en relación con la actividad económica sino con la situación política y con el fuerte impulso de la publicidad oficial.

El aumento de la inversión publicitaria (en 1979 fue de 1.398.630 millones de pesos, que llevados a dólares dan la cifra de 1.060 millones de dólares) coloca a la Argentina entre los países occidentales de alta inversión publicitaria. Consecuente con esto y con el modelo económico favorable a los intereses transnacionales, algunas agencias publicitarias norteamericanas ya se han instalado en el país en este período y otras estudian la posibilidad de hacerlo en un futuro próximo. Young & Rubican, primera agencia en 1979 por sus ventas en los Estados Unidos, se instaló ese año sin asociarse a ninguna agencia nacional, cosa que no ocurría desde la ins-

(21) Armand Mattelart, *La Cultura como empresa multinacional*. Editorial Galerma, Buenos Aires, 1974.

talación de J. Walter Thompson y Mac Cann Erickson. En 1980, Ted Bates & Co. se asocia a Cícero Publicidad y otro tanto ocurre con Leo Burnett Co., aunque no ha trascendido oficialmente. Han visitado el país con similares intenciones Batten, Barton, Durstine & Osborn, Foote, Cone & Belding y Dance, Fitzgerald, Sample (22).

INVERSION PUBLICITARIA ARGENTINA

Valores a precios constantes. Millones de pesos de 1960

Año	Inversión	% de variación sobre el año ant.
1960	79,0	
1967	132,3	+ 11,2
1968	153,9	+ 16,3
1969	170,3	+ 10,7
1970	155,8	− 8,5
1971	142,7	− 8,4
1972	125,5	− 12,1
1973	99,1	− 21,1
1974	95,2	− 3,9
1975	70,6	− 25,8
1976	113,1	+ 60,2
1977	135,2	+ 19,5
1978	149,0	+ 10,2
1979	170,9	+ 14,7

Cálculos realizados sobre las estadísticas de la Cámara Argentina de Anunciantes.

En un balance de las campañas publicitarias del año 1978, la revista *Mercado* señalaba entre los datos más relevantes el auge de las llamadas "campañas de bien público". "Las más notorias —decía— fueron las de la solidaridad, la familia, el mundial de fútbol, la juventud, la soberanía y

(22) Mercado, Buenos Aires, diciembre 20 de 1980, Año XI, No. 534.

la serie "Tiempo y esfuerzo", pero son tantas que el riesgo de omisión es grande. Hay que tener en cuenta que la Secretaría de Información Pública intervino en más de un centenar de campañas en 1978; a ellas hay que agregar las del Consejo Publicitario Argentino y las de "Ganar la Paz", realizada por 24 agencias a pedido de *Mercado*". Por otra parte, en ese mismo balance se señalaba el entusiasmo de empresas y organismos del Estado por la publicidad: "En un año en que (...) algunas empresas bajaron los brazos en materia de comunicación, el Estado exhibió una pujanza llamativa. Basta mencionar los casos del Banco Hipotecario, Entel, la Dirección General Impositiva, Aerolíneas Argentinas, de una larga lista. Varias provincias, entre ellas Chaco, La Pampa y Corrientes, también se sumaron a los anunciantes" (23). Los centros de interés de las campañas de propaganda oficiales estuvieron básicamente en relación con los "objetivos del proceso" anunciados en marzo de 1976: 1. Reafirmación de los valores esenciales de la nacionalidad, fidelidad al estilo tradicional de vida y a la concepción occidental y cristiana del mundo y del hombre. 2. Lucha contra la subversión de ese orden en cualquiera de sus manifestaciones. 3. Primacía en la función pública de los principios de moralidad, idoneidad y eficiencia. 4. Desarrollo de la economía nacional centrado en la eficiencia y la modernización. El discurso oficial giraba sobre un número limitado de conceptos que estaban relacionados con la práctica social, económica y política del Estado militar. Por una parte afirmaba el sistema de vida occidental (pertenencia al sistema capitalista y defensa de sus instituciones) frente a la subversión. Por otra parte trataba de afirmar el poder militar connotado por los conceptos de moralidad, idoneidad, eficiencia, autoridad y orden, frente al poder civil (partidos políticos y organizaciones sindicales) connotados por los conceptos de corrupción, ineptitud, ineficiencia, demagogia y caos. Se luchaba en el campo discursivo por la limitación del poder civil pero sobre todo por la limitación del poder sindical, fuerza organizada (en la Argentina el 36% de la población económicamente activa está sindicalizada) que puede oponerse a la expansión capitalista. "Las ventajas económicas y laborales —decía un artículo sobre el poder sindical— destruyen la eficiencia y el trabajo responsable" (24). En la práctica, la suspensión del derecho a huelga y de la actividad sindical, y la Ley 22.105 tendiente a limitar el poder político, económico y el campo de acción de los sindicatos, crea condiciones óptimas para el nuevo modelo de acumulación del capital (bajos salarios, clima de orden y estabilidad política, limitación de la participación activa de amplios sectores sociales). Finalmente, si en la práctica económica se disminuían las vallas al comercio exterior (eliminación de las barreras aduane-

(23) Alberto Borrini, "Publicidad: un camino difícil", *Mercado*, Buenos Aires diciembre 21 de 1978, Año X, No. 483.

(24) "El Poder Sindical", *Somos*, Buenos Aires, 11 de febrero de 1977, Año 2, No. 21.

ras), se eliminaban restricciones para los pagos y transferencias de bienes al exterior, se creaban las normas legales favorables a la inversión extranjera y se aseguraba la estabilidad de esas normas; el discurso oficial señalaba la ineficiencia de la actividad productiva nacional, los errores del proteccionismo económico frente a la necesidad de competencia externa y apertura de la economía, y la necesidad de reducir el papel del Estado en la economía mediante la privatización y la defensa del mercado libre. Uno de los conceptos claves de este discurso fue el concepto de eficiencia, principio básico del modelo de desarrollo transnacional, que implica la reacomodación de la economía nacional al principio de especialización y su integración a la división internacional del trabajo.

Consideraciones finales

La comunicación expresa las modificaciones que se producen en la estructura social, política y económica. En las democracias liberales el sistema de propiedad privada de los medios implica el monopolio social de la comunicación y la mercantilización hace que el capital nacional o multinacional a través de la publicidad financie la comunicación; esta estructura permite un limitado margen de pluralismo resultante de divergencias en el sector dominante y de las alternativas que producen otros sectores sociales. Frente a este esquema, la estrategia autoritaria tiende a homogeneizar el discurso ideológico de los medios masivos, acentuando la verticalidad del sistema y silenciando cualquier posibilidad de disidencia mediante la marginación, de ese espectro comunicativo, de amplios sectores sociales, una legislación restrictiva de la libertad de información, la censura y el bloqueo de la información.

"Hemos visto —dice Raymond Williams— que en la política tradicional se consideraba como elementos centrales de la sociedad el poder y el gobierno. También, según los esquemas tradicionales de la economía, se consideraban como pilares básicos de la sociedad la propiedad, la producción y el comercio. (...) ahora se ha añadido un nuevo enfoque: que la sociedad es una especie de comunicación, a través de la cual se describe, se comparte, se modifica y se conserva la práctica social" (25). Esta definición alude a un campo más amplio que el referido a la política comunicativa oficial o a los medios masivos, se refiere a todas las prácticas comunicativas sociales. Queda por ver el tema de la efectividad del discurso autoritario frente a la práctica social real, frente a las transformaciones de la estructura social resultante del modelo político y económico (desocupación, subempleo, empobrecimiento popular), y frente a la resistencia y reorganización de los sectores marginados.

(25) Raymond Williams. *Communications*. Penguin Books, Third edition, 1976.

Esta resistencia y la crisis en que cíclicamente caen los procesos autoritarios permite que lentamente se rompa la incomunicación impuesta y se filtren en el esquema de dominación propuestas de comunicación alternativas.

POLITICAS DE COMUNICACION BAJO REGIMENES AUTORITARIOS: EL CASO DE CHILE

Giselle Munizaga

JUEGO POLITICO Y ESPACIOS DE COMUNICACION

En Chile, la existencia de un Estado que basaba su equilibrio en la negociación de intereses diversos y que permitía la participación sociopolítica de grupos emergentes, obligándola a redefinir constantemente un consenso dinámico y precario, garantizó durante largos años la participación y representación de diferentes sectores sociales en el sistema de comunicación masiva.

La explicación tiene que ver con los requisitos de funcionamiento de este tipo de Estado, que había surgido como consecuencia de la estructuración histórica de las clases. Ese Estado necesitaba de la constitución de un espacio de debate político, sobre temas políticos y sociales de interés general. Algunos de los mecanismos de construcción del consenso social se basaban en la existencia de un ámbito discursivo "abierto", en el cual se expresaran las demandas y reivindicaciones de los diferentes sectores y se dieran a conocer sus capacidades de apelación. El sistema comunicacional amplio y diversificado jugaba un papel en la reproducción social, operaba como un panel de señales que servía para leer la "temperatura social" y para descifrar el juego de fuerzas, permitiendo diagnosticar los ajustes necesarios.

Por ello, el sistema comunicacional permitía que tuvieran la oportunidad de expresarse diferentes grupos de opinión (1). Aunque el control directo de la emisión estaba restringida para importantes sectores de la

(1) En tiempo del gobierno de Frei se le otorgó por ley un espacio radial a los diferentes partidos, incluidos los de izquierda, para difundir sus opiniones durante las campañas electorales. La legislación televisiva, dictada a finales del gobierno demócrata-cristiano, también contemplaba disposiciones en ese sentido.

sociedad chilena y su control radicaba en las clases dominantes (2), el juego político que permitía el Estado determinaba, en gran medida, el contenido comunicativo: esos medios no podían ser la expresión directa de los intereses económicos y políticos de sus dueños y debían "abrirse", justamente para jugar los papeles de articulación que requería la construcción del consenso social.

Un ejemplo claro de la situación descrita lo ofrece la televisión, que por sus características comunicacionales es el medio con mayor capacidad de penetración social. Desde sus inicios en Chile, durante el gobierno derechista de Alessandri, le fue definida una función cultural, lo que hizo necesario reservar su manejo a las universidades. Se impidió el acceso del sector privado a la propiedad y al control de la televisión, con lo que este medio se convirtió en otra arena de lucha de las diferentes fuerzas políticas representadas en el Estado, las cuales pugnaban porque en su interior se diera una representación relativamente plural de tendencias y enfoques.

Desde el punto de vista normativo los medios de comunicación enfrentaban una situación dual. Gozaban de una amplia libertad formal, garantizada por la Constitución; por otra parte, estaban sometidos a un conjunto de disposiciones legales que le otorgaban al gobierno una gran capacidad potencial de control y restricción (3). Pero, en realidad, mucho más que a este orden normativo, los medios de comunicación están sometidos a un ordenamiento fáctico, originado por las dinámicas sociales generales. Los distintos grupos tenían mayor o menor libertad y amplitud de participación según fueran sus capacidades de organización y presión, y según los equilibrios políticos.

Destruido este Estado de compromiso se pierde el espacio que tenían los medios de comunicación. En Chile las transformaciones experimentadas en ese terreno han sido decisivas.

(2) Los principales diarios y radios han estado tradicionalmente en manos de grupos económicos. Aún antes de 1973 existían dos grandes empresas periodísticas nacionales (El Mercurio y Sopesur) que publicaban los diarios más importantes que se editaban a lo largo del país. Asimismo, las principales radios estaban controladas por consorcios mineros (la cadena de Radio Minería), agrícolas (la cadena de Radio Agricultura) y financieros (la cadena de Radio Cooperativa). La izquierda solamente tuvo acceso a la propiedad radial durante la Unidad Popular.

(3) Disposiciones contenidas en la Ley de Seguridad Interior del Estado, normas respecto a la concesión de ondas, disposiciones de control de espacios y contenidos radiales, etc.

EL REGIMEN AUTORITARIO Y EL ESTRECHAMIENTO DEL AMBITO COMUNICATIVO

Para captar las modificaciones que han ocurrido en el sistema de comunicación chileno en estos últimos años hay que señalar una doble dimensión: uno, las modificaciones que ha sufrido el aparato de comunicación; dos, los cambios operados en la sociedad global. Hay que observar cómo unos repercuten en los otros, transformando el ámbito discursivo general. Este ejercicio nos permite comprender el carácter revolucionario del nuevo régimen, por lo cual hay que ver conjuntamente los aspectos represivos y los aspectos "constructivos", normativos y factuales, de las políticas instrumentadas. Con esto se evita definir la situación en el terreno de las comunicaciones como un puro problema de castigo y silenciamiento.

¿Cuáles son los hechos que durante estos últimos siete años y medio han tenido la capacidad de modificar la operación del aparato de comunicación masivo?

1. La tarea de amordazamiento

En primer lugar se puede señalar un estrechamiento de la diversidad del sistema comunicativo. El amplio espectro de grupos sociales que operaban en él, haciéndolo durante el periodo de auge democratizador un efectivo espacio de expresión, se restringió drásticamente.

En 1973, al dictarse el decreto de disolución de los partidos marxistas, se disolvieron también todas las empresas o sociedades que directa o indirectamente pertenecían a estos partidos o eran dirigidas por militantes. Con esta disposición los medios de comunicación de izquierda pasaron a pertenecer, en su gran mayoría, al Estado (4).

No solamente un sector muy importante de la sociedad quedó privado del acceso a la propiedad o al control de medios de comunicación. Ese sector también quedó impedido de expresarse de cualquier forma en los medios que siguieron subsistiendo o se fueron creando (5). Se prohibió

(4) Se expropiaron 40 radioemisoras adquiridas la mayor parte entre 1970 y 1973 por partidos o simpatizantes de izquierda. En 1974 se creó con ellas la Radio Nacional, a cargo entonces del Director de Información del Gobierno, con un representante por rama de la defensa nacional. Por primera vez se crea una radio gubernamental, la cual posee una de las más extensas redes de emisión. También se expropiaron las empresas periodísticas pertenecientes a la izquierda, desapareciendo así diarios tan importantes como *El Siglo* (Partido Comunista), *La Ultima Hora* (Partido Socialista), *Clarín* o *Puro Chile*.

(5) Un ejemplo indicativo: en la televisión se confeccionan listas negras de actores, locutores, cantantes que habían estado involucrados con la UP. Se intenta hacer desaparecer todas las formas comunicativas que, aunque fuera tenuemente, podían ayudar a rescatar el pasado.

informar sobre la existencia de ese sector, el cual solamente aparecía señalado como enemigo de la patria o cáncer de la sociedad o como causante del caos y del aniquilamiento de los valores de la chilenidad. Durante la mayor parte de estos años ese sector fue silenciado absolutamente o significado como pura negatividad.

2. La tarea de vigilancia

En segundo lugar, el aparato de comunicaciones ha sido sometido a un control permanente, legalizado mediante la mantención arbitraria durante siete años y medio de normas de emergencia. Se opera un control férreo sobre la información, usando la antigua ley de Seguridad Interior del Estado, aplicada con gran amplitud, contando para ello con la complicidad de los jueces y utilizando el monopolio de la potestad legislativa para dictar nuevas disposiciones (6).

Esta ampliación del potencial represivo legalizado fue utilizado sistemáticamente para provocar un estrechamiento del sistema comunicacional. Señalaré los ejemplos más significativos de cómo el ojo vigilante del gobierno controla la información, evitando que se publique aquello que no quiere que se conozca o castigando a los medios que sobrepasan los límites de tolerancia que son —por otra parte— tácitos y cambiantes.

En 1975 fue clausurada por diez días la Radio Balmaceda y fue suspendida por tiempo indefinido la revista demócrata-cristiana *Política y Espíritu*.

En marzo de 1976 fue nuevamente clausurada por seis días la Radio Balmaceda y fue requisada una edición de la revista *Ercilla*. En junio de ese mismo año se prohibió, mediante bando del jefe de la zona en estado de emergencia, toda información respecto a la presentación de algunos abogados en la Asamblea General de la OEA celebrada por entonces en Santiago. En ella se discutía la situación de los derechos humanos en el país anfitrión. Ese mismo mes fue clausurado el diario *La Tercera*, el cual no salió a circulación dos días después de terminada la medida por encontrarse sometido a censura previa. En julio se dictó el bando No. 100 que prohibía publicar noticias o comentarios en relación con la expulsión de Chile de dos importantes abogados. Ese bando fue dejado sin efecto a los pocos días como consecuencia de la movilización de la Asociación de Radiodifusores (ARCHI) y del Colegio de Periodistas.

En enero de 1977 fue clausurada definitivamente la Radio Balmaceda, modificándose el Acta Constitucional No. 3 recientemente dictada para evitar que el medio recurriera al recurso de protección. En marzo de 1977 se dictó el bando No. 107, en el cual se dispone que la fundación, edición, circulación y comercialización o distribución en cualquier forma de nuevos diarios, revistas, periódicos, libros o impresos deberían contar con la autorización de la jefatura de la zona en estado de emergencia.

Esa disposición ha sido desde entonces el eje del sistema de control y vigilancia informativa, por cuanto sólo permite una ampliación selectiva del sistema comunicacional. En diciembre del mismo año se denegó el permiso de onda para ocho emisoras de la cadena de Cooperativa, con lo cual se afectó gravemente la audiencia nacional.

En los primeros meses de 1978 fue prohibida la difusión de noticias relacionadas con la relegación de algunos dirigentes políticos y sindicales. A mediados de año se prohibió la circulación por dos ediciones del periódico oficialista *La Segunda*.

En 1979 se suspendió por dos meses la revista opositora *Hoy* y se requisó una edición de la revista *Vea*. Asimismo, se impidió mediante el bando 122 (7) la circulación de varios libros y la publicación de noticias sobre algunos hechos que habían creado expectación pública, como el confuso secuestro de un niño o la falsificación de pasaportes de deportistas juveniles.

En mayo de 1980 se deniega el permiso de circulación para una nueva revista magazinesca que pretendía editar la sociedad propietaria de la revista *Hoy*. También se niega el permiso de circulación para una nueva revista femenina (8).

Además de las medidas directas de clausura, suspensión, requisición o censura, la represión informativa se reproduce por el desarrollo de un clima

(6) En 1972 se modificó la Ley de abusos de publicidad, confiriéndose a la fuerza pública en caso de delito flagrante la facultad de recoger sin más trámites la publicación que ha cometido ultraje contra las buenas costumbres. En 1976 se dictó un decreto-ley que facultaba al jefe militar encargado de la zona en estado de emergencia para suspender hasta por seis ediciones a cualquier medio de comunicación. Los motivos que pueden aducirse son desfigurar la verdad, crear alarma pública o disgusto generalizado, o contrariar la institucionalidad vigente. De esta manera una facultad que estaba radicada en los tribunales fue traspasada a la autoridad política.

(7) Después de su publicación, el bando 107 fue levemente modificado, sin cambiar las atribuciones esenciales y pasó a numerarse como bando 122.

(8) Se trata de *Cándida* que iba a ser publicada por Edmundo Pérez Y., empresario de la construcción, de filiación demócrata-cristiana.

que favorece la autocensura. Contribuyen a ese clima tanto los ejecutivos que no quieren exponerse a medidas de control directo como los trabajadores que no quieren poner en peligro su fuente de trabajo (9).

Los medios y los organismos gremiales o empresariales mantienen una actitud ambigua frente a la vigilancia gubernamental. Defienden en abstracto las libertades informativas, pero con una tolerancia que no le hubiera permitido a ningún gobierno (10). Por ejemplo, en 1975 el presidente del Colegio de Periodistas afirmaba que la autocensura había permitido la normalización de la libertad de prensa. En 1980 el presidente de la Asociación Nacional de Prensa decía, en el momento mismo en que protestaba por la vigencia del bando 122 y por la utilización del artículo 24 de la ley de Seguridad Interior, que esas medidas oscurecían una libertad de "expresión" que había ido "evolucionando positivamente en los años recientes de la vida nacional". Más adelante agregaba que las situaciones planteadas seguramente llegarían a un resultado positivo "para el bien de la prensa y del país en general".

En suma, la vigilancia del gobierno sobre el sistema comunicacional se apoya en el clima de amedrentamiento y temor creado, y también en la actitud tolerante, cuando no cómplice, de los medios existentes y de los organismos profesionales.

LAS TRANSFORMACIONES SOCIALES GLOBALES

Este trabajo se organiza en torno a la tesis según la cual no es el amordazamiento de un vasto sector de la sociedad chilena y la vigilancia de los medios que siguen operando en el sistema comunicacional lo que ha afectado con mayor profundidad la estructura del sistema informativo. Le concedemos más significación explicativa a situaciones que no están directamente conectadas con el carácter represivo del régimen autoritario.

En el marco de este trabajo no corresponde analizar con detenimiento las características del régimen dictatorial que se instaura, pero para entender muchos de los procesos que tienen lugar y, por supuesto, también las modificaciones del sistema y de los circuitos de la comunicación de

(9) Ejemplo de lo anterior son los conflictos ocurridos en Radio Balmaceda. Los trabajadores radiales veían con malos ojos a los periodistas del departamento de prensa, que con su actividad ponían en peligro la continuidad de la emisora.

(10) En el período 70-73 los medios de comunicación, la ARCHI, la Asociación de Prensa y el Colegio de Periodistas realizan una sostenida y sistemática campaña de defensa de la libertad de prensa, campaña que no podía aducir ninguna violación concreta. Su carácter era preventivo y estaba destinado a socializar la necesidad de la libertad informativa.

masas, es fundamental recalcar su carácter revolucionario (11). A través del gobierno militar se realiza el proyecto histórico que las clases dominantes no habían podido llevar a cabo. La profunda crisis del período 70-73 permite a la burguesía chilena, que es una nueva burguesía (12), corregir sus rumbos políticos y realizar una drástica reorientación del desarrollo capitalista, reemplazando el esquema de capitalismo de estado por una economía liberal de mercado con carácter transnacionalizante. Va surgiendo una sociedad en que las dinámicas de movilización y participación colectiva son desplazadas por formas privatizantes, que incentivan las estrategias de inserción individual y no los esfuerzos de cooperación y organización; una sociedad donde el Estado ve reducidas sus funciones, convertido más en un instrumento garante del orden social que en un espacio común de lucha, negociación y representación.

Estos aspectos fundacionales que introduce el nuevo régimen han supuesto transformaciones culturales profundas, como resultantes de los cambios del ámbito económico y del espacio político de la sociedad. La transformación del campo político tiene amplias repercusiones en los modos de funcionamiento de los aparatos de comunicación.

1. La desarticulación de la vertiente del discurso social

Al reestructurarse el ámbito político tradicionalmente existente e interrumpirse el diálogo entre Estado y sociedad realizado por los partidos y la vasta red de organizaciones que se expresaban por su intermedio, se interrumpe una de las vertientes de democratización del sistema comunicacional. La "apertura" y diversidad de ese sistema estaba profundamente conectada con el tipo de estado y con el hecho que en él se reflejara el juego de la negociación. Roto ese diálogo, los medios de comunicación ya no pueden alimentarse del discurso social que iba brotando de los complejos procesos de negociación interclases, discurso en el cual (de alguna manera) se expresaba el conjunto de la sociedad. De esa conflictiva y laboriosa búsqueda del consenso social se alimentaba la comunicación masiva, jugando papeles importantes en la integración y participación social.

(11) Aunque sigue siendo discutida, esta caracterización del régimen como revolución burguesa está relativamente divulgada entre los analistas. Ha sido usada por T. Moulián y P. Vergara, *Estado, ideología y evolución de las políticas económicas*, en Estudios CIEPLAN, 3, 1980; posteriormente por M.A. Garretón, *Procesos políticos en un régimen autoritario*, Documentos de Trabajo FLACSO, 1980. La disputa se centra en el éxito modernizador del proyecto. Algunos autores ponen de relieve el carácter defensivo de estos regímenes autoritarios.

(12) Debe hablarse de nueva burguesía porque ésta se reorganiza en el período 73-80. Ella no está preconstituída.

En el nuevo régimen autoritario los medios de comunicación solamente pueden recoger el monólogo que brota del Estado y que se ofrece a los chilenos como proyecto nacional indiscutible e inmodificable. La función de los medios oficialistas es explicar la racionalidad técnica de las medidas –lógica que las haría incontrovertibles– y mantener viva la memoria traumática del pasado, para en función de ella intentar legitimar el nuevo orden; así expresan el punto de consenso hacia el cual convergen las diferentes tendencias que apoyan al régimen. Los medios no oficialistas tratan de ofrecer una crítica, buscando las trampas al interior de la lógica ofrecida o deslegitimando las medidas del régimen en base a los criterios prevalecientes en el pasado.

Al dejar de ser la política una actividad de mediación de intereses sociales y al quebrarse la lógica de la representación también se desdibujan una serie de sujetos sociales que encontraban su definición social en la arena política. Esto tiene como consecuencia que el discurso de los medios de comunicación, aún de los no oficialistas, no puede construirse en base a un sujeto político ya constituido, como ocurría en el pasado. Ese discurso, en sus intentos de interpelación, se enfrenta a la inasible realidad de una sociedad políticamente amorfa.

2. *Los nuevos contenidos*

La inexistencia de un discurso político abierto, que convoque e interese a la comunidad nacional, crea un vacío de material comunicativo, puesto que los medios de comunicación se alimentan de las diferentes hablas que constituyen el ámbito cultural discursivo. En sentido estricto ellos no inventan el material, lo recogen para elaborarlo. La desarticulación de los sujetos políticos que constituían sujetos de representación social y, por lo tanto, el silenciamiento de muchas hablas que no encuentran sujetos parlantes que las creen, produce una transformación en el sistema de comunicación mucho más profunda que la provocada por las acciones directamente represivas.

La carencia de un material comunicativo producido por la práctica de sujetos sociales viene a ser llenada por otros contenidos que emanan del mercado, contenidos que son funcionales para el modelo económico. La economía que se organiza requiere de una acelerada y permanente dinamización del mercado, para lo cual es necesario incentivar a la población, despertando en una amplia gama de sectores el ansia del consumo. Se busca que la mayor cantidad de individuos definan sus estrategias de vida en función del consumo, buscando para ello integrarse al sistema, para poder satisfacer el deseo internalizado de nuevos productos.

En este esquema la publicidad se convierte en una herramienta cada vez más importante, puesto que no solamente opera como mecanismo de competencia entre diferentes empresas, también actúa como un elemento de integración social, en una sociedad que se estructura sobre la base de categorías sociales más que de sujetos sociales.

Es en la publicidad donde los medios de comunicación descubren una nueva fuente de discurso social, con el cual alimentar su caudal comunicativo, además de su financiamiento. A través de la publicidad se constituyen una gran cantidad de seudo sujetos sociales, definidos exclusivamente por sus modos de consumo; seudo sujetos que son susceptibles de ser interpelados y representados. Los modos de consumo (y las formas de vida que implican) constituyen ahora las formas privilegiadas de diferenciación social.

Para un receptor que se ve a sí mismo con escasa posibilidad de influencia pública, la comunicación política deja de tener la importancia que se le asignaba en el pasado. Al contrario, para un receptor que se ve a sí mismo como un consumidor real o potencial y que define el consumo como un acto de elección entre posibilidades y alternativas diversas, la información publicitaria se convierte en un dato indispensable.

Los contenidos publicitarios que se incorporan en la comunicación social están necesariamente acompañados del *divertimento*, puesto que es necesario atraer a los receptores, hacer que se expongan a la mayor cantidad de medios durante el mayor tiempo posible; es indispensable entretenerlos. El *divertimento* es uno de los recursos de seducción del receptor.

El análisis de los medios existentes hoy día revela el creciente desarrollo de los contenidos recreativos. En la prensa se multiplican los suplementos. La mayoría de los periódicos incluye uno cada día (13), lo que les otorga un tono magazinesco. Los radios cada vez se tornan más musicales y en la televisión predominan las teleseries envasadas (especialmente telenovelas) combinadas con los *shows* musicales. Este tipo de contenidos que cubren casi todas las horas de transmisión de la televisión son en su mayoría comprados a las industrias transnacionales de comunicación; cuando se producen en Chile se siguen modelos extranjeros. Por lo tanto, en el medio con mayor capacidad de penetración social no existe casi ninguna posibilidad de expresión de una cultura nacional.

(13) Por ejemplo "Sólo para hombres", "Femenino" o "Para el hogar", "Suplemento decorativo", "Información económica", suplementos educativos ("Icarito"), de *comics*, suplementos magazinescos ("Buen Domingo", y "Revista del Domingo").

La competencia entre los diferentes medios para atraer a los receptores se realiza al interior de este universo discursivo, el cual no surge ni se crea en el ámbito de la práctica productiva o social de los sujetos ni puede expresar –por lo tanto– los conflictos e intereses de los grupos organizados o amordazados de la sociedad. El discurso se construye preferentemente recogiendo el "habla" de ese ente abstracto que es el mercado, prácticamente el único sujeto parlante reconocido y escuchado. El mercado impone sus propias reglas y modalidades al proceso comunicacional. No solamente se busca ofrecer al individuo particular los contenidos más atractivos de la manera más económica, al mismo tiempo se ofrece a los chilenos un conjunto de nuevos signos y significados que proporcionan nuevos interpretantes, en base a los cuales dar sentido a la realidad y construir modelos de comportamiento cotidiano. Así se van codificando las formas de recrearse, de vestirse, de decorar el hogar; se estipulan los "saberes" (generalmente preferidos al mundo del deporte y de la moda) que es necesario dominar para integrarse a los estratos sociales más altos.

El discurso que brota del mercado se torna dominante en los contenidos de la comunicación masiva, porque ésta constituye un instrumento necesario de operación del mercado, una mediación indispensable para los intercambios. Realiza las funciones de la plaza o de la feria, donde la interconexión física es reemplazada por la interconexión discursiva. Los datos básicos (qué se ofrece, quién lo ofrece, a cuánto se ofrece) se tornan conocidos.

La información del mercado no solamente enseña a los individuos cómo comportarse en el juego de la oferta y la demanda, también constituye una forma de disciplinamiento. Interpela a los sujetos como individuos en competencia, trazándoles proyectos de vida donde los logros colectivos están ausentes; donde el "nosotros" se constituye por la adhesión a ciertas pautas pre-establecidas y no por la elaboración compartida de metas y medios. Los sujetos se reconocen en los logros individualmente conseguidos y no en la realización colectiva.

En síntesis, como consecuencia de la instauración de un Estado autoritario, los aparatos de comunicación masiva enfrentan un estrechamiento del ámbito comunicativo, el cual tiene una doble faz, represiva y factual. El estrechamiento represivo es la consecuencia de la exclusión de un sector de la sociedad y de la permanente vigilancia de la información. El estrechamiento factual es producido por transformaciones en el ámbito comunicativo de la sociedad, producto de la desarticulación del diálogo político y de un nuevo proyecto de desarrollo capitalista. En ese proyecto el mercado ocupa un papel central, no solamente en el plano económico sino también en el ordenamiento general de la sociedad.

3. Los cambios en la estructura de recepción

El nuevo modelo económico, junto con producir un cambio en los contenidos, ha producido transformaciones en la estructura de recepción del sistema de comunicación masivo. La política de comercio exterior, dentro de ella especialmente la drástica rebaja de los aranceles que protegían a la industria nacional, ha provocado un auge de las importaciones.

El mercado está siendo invadido por una enorme variedad de artículos electrónicos de las más diversas calidades y precios. Con esto la televisión y la radio-*cassette* se pusieron al alcance de una mayoría, incluso de los sectores más pobres. Esos sectores, aun a costa de grandes sacrificios, compran esos aparatos, estimulados por los créditos de consumo. Otro de los factores estimulantes es que la imagen y la música se han convertido en el recurso más barato para romper el cerco de sacrificio y desesperanza de la pobreza. A través de la entretención proporcionada por los medios de comunicación se accede al mundo "amable".

La compra masiva de aparatos televisivos, provocada por la baja de los precios y la oferta abundante de marcas muy variadas, proporciona a la televisión un abanico de recepción muy amplio, compuesto por personas de todos los estratos sociales. Nunca como ahora un conjunto tan importante de la población había estado al alcance de los contenidos comunicativos. Así, el modelo económico, al aumentar el número de aparatos, aumentando con ello la cantidad de receptores potenciales, modifica la estructura de recepción. A su vez, los cambios en esa estructura afectan las estructuras de emisión.

Esto es muy drástico en la radio y en la prensa, y un poco más opaco en la televisión. En esta última ha aumentado enormemente el contenido publicitario, lo que a su vez genera una gran dependencia del medio respecto de los avisadores. Pero los cambios en los contenidos han sido especialmente cuantitativos: mayor cantidad de programas musicales o de entretención, por ejemplo grandes *shows* de alto costo, reducción de los programas culturales o periodísticos. En el caso de la radio, los cambios han sido más importantes. La llegada de aparatos muy sofisticados ha aumentado la importancia de las estaciones FM, que transmiten casi únicamente programas de música popular. La tradicional emisora AM, con una programación muy variada, formada por programas periodísticos, culturales, radioteatros y programas musicales, corre el peligro de ser desplazada por las emisoras FM. Para evitar eso las radios AM han cambiado la estructura de su programación.

La política económica y los efectos de ella en la estructura de recepción, han tenido mayor influencia en el caso de los medios escritos. La recesión económica inicial, la alta cesantía y la pauperización de ciertos sectores produjeron una contracción de la demanda de diarios y especialmente de revistas. Aquellos que compraban varios medios escritos, hoy se han reducido a sólo uno; algunos que compraban todos los días han pasado a comprar una vez por semana y otros han dejado de comprar absolutamente.

Los diarios compiten por este mercado reducido ofreciendo una diversificación de los contenidos y tratando de atenuar la rápida perecibilidad de la información de actualidad. Para ello han aumentado el número de suplementos magazinescos. Ese sistema les permite "salvar" el cuerpo central del diario. En otros casos, como *Las Ultimas Noticias*, lo que se ha hecho es transformar el conjunto del diario, para adecuarlo a lo que se supone que es el gusto popular.

Como se observa, las transformaciones producidas por la política económica afectan los contenidos y la estructura de recepción, de formas muy profundas, diversas y entrelazadas.

LA POLITICA COMUNICACIONAL DEL REGIMEN AUTORITARIO

Constituye un error pensar que el régimen tiene frente al problema de las comunicaciones una política puramente defensiva, limitándose a actuar como un gendarme que prohíbe la circulación de ciertos contenidos o como ojo vigilante que castiga los excesos. Tampoco se limita a esperar pacientemente el efecto cultural de largo plazo que deberán tener las transformaciones llevadas a cabo en el Estado o la economía, las cuales a la larga deberían ir generando nuevas producciones comunicativas.

Al contrario, el régimen autoritario tiene una política comunicacional activa. Esta no se lleva a cabo en las formas tradicionales, a través de campañas de propaganda oficial abiertas y explícitas, generadas desde el gobierno. En ese sentido, las políticas comunicacionales del régimen autoritario chileno se diferencian de los ejemplos clásicos de Estado capitalista de excepción, el fascismo italiano o alemán. En éstos, el elemento central de la política de comunicaciones era la propaganda oficial. En el caso chileno opera un sistema más diversificado y complejo (14).

(14) Esto no significa que hoy día no se gaste una gran cantidad, mayor que en el pasado, en la propaganda gubernamental. Solamente significa que la política realizada no sigue el modelo de la propaganda estatal al estilo de Goebbels.

Analizaré tres aspectos: (i) la imagen que se busca divulgar; (ii) las políticas gubernamentales concretas; y (iii) las políticas comunicacionales del sector privado, considerando éste como parte del Estado, por cuanto se trata del sector dominante.

1. Una imagen liberal

Aun en los momentos en que ejercía el control más represivo de los medios de comunicación, lo que coincide con la fase inicial destinada a inaugurar políticas excluyentes y a socializar en el disciplinamiento informativo y en la autocensura, el gobierno intentaba ofrecer una imagen liberal de su política de comunicaciones.

Dos hechos explican la necesidad que tiene un gobierno autoritario de presentar como liberal su política frente a las comunicaciones. Uno de ellos es la necesidad de legitimar su acción en un campo crucial, el cual ha sido visto tradicionalmente como un punto neurálgico respecto a la calidad democrática de un Estado. Por diferentes razones el régimen autoritario acude a principios legitimadores negados por su práctica dictatorial, de modo que el discurso ideológico es una inversión de la práctica. Por lo mismo, crear una imagen liberal en relación a la política comunicativa es una preocupación constante del gobierno y también una empresa difícil, continuamente resentida por el estilo político gubernamental.

El segundo motivo se relaciona con los intereses que en el campo comunicativo tienen las propias clases dominantes, principal base de apoyo del régimen. Por ello, la política gubernamental debe buscar los difíciles puntos de equilibrio entre control estatal y libertad de comunicación para los sectores dominantes. En ese terreno han sido muy interesantes los conflictos producidos por la mantención del carácter estatal de la televisión. Muchos sectores, principalmente personeros de los grandes grupos económicos, han presionado por la privatización. Este es uno de los pocos terrenos en que se ha puesto oídos sordos a ese tipo de demandas. El gobierno ha preferido mantener el control directo sobre el medio de comunicación con mayor penetración social.

También es muy ilustrativo observar el diálogo, a veces bastante difícil o por lo menos sinuoso, entre el gobierno y los sectores privados que controlan los aparatos de comunicación. Este diálogo se ha ido deteriorando, pese a la buena voluntad del sector privado para justificar algunos excesos y tolerar las incongruencias entre un discurso liberal y una práctica autoritaria.

Las tensiones que produce la necesidad de proyectar una imagen liberal, que entra en constante contradicción con la política comunicacional autoritaria, se reflejan en las reacciones producidas en los medios de prensa por los discursos públicos del general Pinochet, referidos a los temas de la comunicación masiva, así como en la relación entre disposiciones constitucionales respecto a la libertad de información y práctica comunicacional.

Los discursos del General

Durante los primeros años de gobierno militar son numerosas las ocasiones que encuentra el general Pinochet para dirigirse a la prensa. En muchas de ellas alababa el papel jugado en la lucha contra la Unidad Popular por la "prensa verdadera", baluarte de la chilenidad y "defensora de la patria contra el marxismo"

En junio de 1974, con ocasión del aniversario de *El Mercurio*, definió este medio de comunicación como "una trinchera de la libertad de expresión que en un momento pasó a simbolizar la libertad de Chile". Los periodistas de *El Mercurio* fueron descritos como "merecedores del reconocimiento de la ciudadanía" por los esfuerzos realizados durante "el difícil periodo del que ha emergido nuestra querida Patria".

En febrero de 1975, invitado por el Colegio de Periodistas en el día de la prensa, expresó la preocupación del gobierno por fortalecer la libertad informativa. Definió las restricciones como un asunto del pasado: "También deseo dejar en claro que si hubo durante los primeros meses del actual gobierno algunas restricciones a las publicaciones de prensa hoy podemos indicar que existe completa libertad de expresión, sin otras limitaciones que las impuestas por la ética o el sentido común, evitando caer en el libertinaje u otro vicio" (15).

Sin embargo, pasado el tiempo esta especie de luna de miel entre el gobierno militar y los organismos de prensa se fue terminando, como consecuencia de la intensificación –durante 1976 y 1977– de las medidas represivas contra la libertad de información. La ARCHI y el Colegio de Periodistas debieron formular reclamos ante la Sociedad Interamericana de Prensa, referidos principalmente a la aprobación del bando que restringía la libertad de edición. Incluso *El Mercurio* editorializó señalando la necesidad que enfrentaba el gobierno de superar las resistencias originadas por la "forma de implementar su política".

(15) En esa misma ocasión el presidente del Consejo de Periodistas declaró que la autocensura había provocado la tendencia a la normalización de la libertad de prensa.

A pesar de ello, en febrero de 1976 el general Pinochet seguía hablando de la colaboración recibida de parte de lo que llamaba "la familia periodística chilena". Sin embargo, en esa ocasión ya agregaba que había algunos medios que no sabían comprender "la etapa histórica de reconstrucción nacional".

En los últimos años las fiestas conmemorativas de la prensa han transcurrido sin discursos especiales del general Pinochet. El diálogo entre el gobierno y los profesionales de las comunicaciones se ha hecho cada vez más problemático. A fines del año 80 y a comienzos del año 81 la tensión ha alcanzado un punto álgido como consecuencia de la disolución de los colegios profesionales, entre ellos el de periodistas, y la promulgación de la nueva ley de universidades, que elimina la obligatoriedad del título universitario para la carrera de periodista.

Los conflictos entre el gobierno y los órganos representativos de los periodistas o entre éstos y ciertos medios de prensa han aumentado los problemas para la divulgación de la imagen liberal que el gobierno militar está empeñado en crear.

Las disposiciones constitucionales

Otro de los medios a través de los cuales el régimen ha tratado de crear una imagen liberal en relación con su política de comunicaciones ha sido su discurso constitucional.

Las disposiciones constitucionales provisoras, dictadas a comienzos de 1977, aseguraban a todas las personas "la libertad de emitir sus opiniones y la de informar, sin censura previa, en cualquier forma y por cualquier medio, sin perjuicio de responder de los delitos y abusos que se cometieran en el ejercicio de esas mismas libertades" (16). Una de las cláusulas garantizaba así mismo que "toda persona natural o jurídica tendría el derecho de fundar, editar y mantener diarios, revistas y periódicos (17). También la norma constitucional señalaba que solamente por ley podría reformarse la propiedad y el funcionamiento de los medios de comunicación social. Sin embargo, la vigencia del estado de emergencia permitía negar en los hechos aquello que se establecía al nivel de derecho. Entonces, la contradicción entre la práctica y el discurso jurídico se salvaba por referencia al futuro de normalidad, en el cual serían superadas las vicisitudes del presente.

(16) Acta Constitucional, No. 3, Cap. 1, No. 12.

(17) Ibíd, No. 12, inciso 5.

En el primer anteproyecto constitucional, preparado por una comisión presidencial creada *ad hoc*, se establecían fuertes limitaciones a la libertad informativa, entre ellas la censura previa y la facultad judicial para prohibir la difusión de informaciones u opiniones que atentaran contra la moral, el orden público o la vida privada de las personas. El segundo anteproyecto, elaborado por el Consejo de Estado, reforzaba esa tendencia (18).

Es decir, los dos anteproyectos que fueron conocidos antes del plebiscito de 1980 significaban retrocesos respecto a las normas constitucionales provisorias. Sin embargo, en el proyecto sometido a la votación éstas y otras disposiciones restrictivas no aparecieron; será materia de una ley futura la reglamentación del ejercicio de la libertad de expresión. En suma, la preocupación por mantener una imagen liberal prima en la redacción del texto definitivo, pero la contradicción se solucionó postergando el problema para el futuro (19).

En todo caso las disposiciones relativas a la libertad de prensa contenidas en los dos anteproyectos fueron resistidas por diferentes organismos representativos de trabajadores o empresarios de las comunicaciones. En una conferencia organizada en 1980 por la Asociación Nacional de Prensa (20), el director de *El Mercurio* rechazaba las normas que obligarían a los periodistas a revelar las fuentes de su información y las facultades conferidas a los jueces para velar por la veracidad de las informaciones periodísticas. El conferencista indicaba que "es de esencia del opinar el incurrir en equivocaciones. Si sólo pueden aseverarse públicamente verdades dogmáticas o evidencias matemáticas no hay ya libertad de opinión y de información". Agregaba que si el anteproyecto del Consejo de Estado contenía ese tipo de disposiciones "no sólo restringiría la libertad de opinión sino que la habría hecho desaparecer". Esto significaría "suprimir un valor esencial para el proyecto de sociedad libre que está implementándose en Chile".

(18) Los procedimientos de elaboración del texto de la constitución comprendían tres etapas: (i) elaboración por una comisión presidencial de un anteproyecto (primer anteproyecto), (ii) discusión de ese texto por el Consejo de Estado y elaboración en caso de modificaciones de otro anteproyecto (segundo anteproyecto), (iii) redacción por parte de la Junta de Gobierno del proyecto definitivo.

(19) Ese texto fue aprobado por la Junta. Este organismo estaba compuesto hasta marzo de 1981 por los jefes máximos de las cuatro ramas de la defensa nacional (Ejército, Marina, Fuerza Aérea y Carabineros). A partir de marzo el general Pinochet solamente ostenta el cargo de Presidente, integrando la Junta otro representante del Ejército.

(20) La Asociación Nacional de Prensa reúne a los propietarios de diarios y revistas.

Tres organismos ligados a las comunicaciones (la Asociación Nacional de Prensa, la ARCHI y el Colegio de Periodistas) presentaron al Consejo de Estado un proyecto alternativo respecto a la libertad de opinión, que eliminaba las disposiciones restrictivas del primer anteproyecto. En él se rechazaba la censura previa, se establecía que la libertad de opinión era un complemento indispensable de la libertad de información, se estatuía el derecho a réplica y la inexpropiabilidad de los medios de comunicación.

En la práctica esta discusión ha quedado postergada hasta el momento en que se reglamente el ejercicio de la libertad de información y opinión. No sabemos si en ese momento permanecerá vigente la necesidad de proyectar una imagen liberal y si perdura no conocemos el cuadro concreto de tensiones y contradicciones entre imagen liberal y estilo autoritario. Por lo tanto, es difícil predecir las orientaciones que tendrá el futuro cuerpo legal sobre esta materia decisiva para el desarrollo de las comunicaciones en Chile.

2. *Las políticas gubernamentales*

Esta disparidad contradictoria entre imagen liberal y estilo autoritario ha regido desde 1973 la política de comunicaciones del régimen militar. La imagen liberal corresponde a las necesidades globales de legitimación y a la necesidad política de respetar el ámbito de las comunicaciones. Ese estilo autoritario, una de cuyas dimensiones es la concepción no representativa de la política, está estrechamente relacionado con las pretensiones de ser una dictadura revolucionaria.

En este caso esas dos exigencias se superponen como mundos separados. Uno es el universo del discurso ideal sobre el orden comunicativo el otro es el universo práctico de las políticas gubernamentales. Lo importante es que la política de intervención estatal de las comunicaciones está permanentemente revestida de este discurso liberal.

Respecto a las políticas gubernamentales se analizarán someramente los objetivos y lineamientos que las definen y la red de medios gubernamentales.

a. Objetivos y lineamientos

Para situar esta temática es necesario recordar las pretensiones revolucionarias que el gobierno esgrime como justificación del régimen de dictadura autoritaria. Permanentemente se legitiman las restricciones de la libertad como preparación del futuro, haciendo un contrapunto entre el

presente de emergencia política y el orden político permanente, que llegará cuando la revolución haya finalizado sus tareas primordiales. El objetivo explícito de ese proceso es la modernización capitalista, la cual sólo podrá conseguir un gobierno que actúe por encima de las presiones de los grupos sociales.

En función de ese marco global, los especialistas gubernamentales han definido los objetivos de la política de comunicaciones. Para precisar los objetivos se realiza unas periodización de la política, distinguiendo dos etapas nítidamente separadas. La primera corresponde a la estabilización del poder político y la segunda a la etapa de estabilidad (21). En la etapa de estabilización la política comunicacional tiene las características de una política de guerra cuya meta es la "acción psicológica en contra del adversario marxista-leninista". En la etapa de estabilidad la política comunicacional no puede limitarse a esta función negativa, suficiente en los momentos de guerra. Una política comunicacional acorde con los objetivos globales del régimen militar, debería poseer un carácter constructivo-positivo, orientándose a explicar y difundir los cambios sociales; un carácter impersonal y un carácter encubierto, de manera que actúe indirectamente y sin hacer explícitas sus pretensiones (22).

En esta etapa de estabilidad la política comunicacional tiene como objetivos la integración social y el control social, superando las metas puramente negativas de la etapa de estabilización. En ella la política comunicacional se integraba dentro de una lógica global de guerra, mientras que después se inserta en la lógica de "construcción revolucionaria".

El objetivo de integración social está claramente expresado. Por ejemplo: "podemos decir nítidamente que la comunicación social es un proceso mediante el cual se transmiten significados... del gobierno al pueblo para persuadirlo que no es espectador sino protagonista en el proceso de desarrollo de la comunidad". Con más nitidez aun se formula esa pretensión cuando se dice que el objetivo estratégico de la política comunicacional es "lograr la cohesión interna de todos los sectores o estratos socioeconómicos, es decir de todos los chilenos tras los principios del gobierno de Chile".

El objetivo de control social también está expresado con nitidez, por ejemplo, a través de la proposición de construir un sistema cibernético para detectar las probabilidades de respuestas comunicativas favorables al régimen.

(21) Documento interno de carácter confidencial elaborado en septiembre de 1975. Todas las citas corresponden a ese texto.

(22) En el documento señalado se dice: "es necesaria una comunicación impersonal que afecte positivamente a grandes mayorías y que sea encubierta".

Esta política comunicacional está dirigida especialmente a los jóvenes, considerados como "la continuidad de Chile" y a las mujeres, importantes por su "efecto multiplicador".

b. La red de medios gubernamentales

En el nivel de los macromedios el gobierno controla directamente la red de Televisión Nacional, la única que tiene acceso a casi todo el territorio; una extensa cadena radial, encabezadas por las emisoras Nacional y Colo Colo y el diario *La Nación*, con distribución por todo el país.

En una sociedad donde ha disminuido entre 1973 y 1980 el número de macromedios, tiene una importancia estratégica el control absoluto de una red tan importante. En ella el papel predominante lo juega la televisión, cuyas formas de dirección se modifican desde 1973. Hasta entonces funcionaba como organismo directivo superior, un cuerpo colegiado constituido por representantes gubernamentales, de los trabajadores y de otros órganos del Estado. Sus funciones eran definir los objetivos y las principales políticas, por ejemplo de programación, de implantación y de desarrollo tecnológico. Por lo tanto la dirección de la red nacional de televisión era una función estatal y no solamente gubernamental, como lo es hoy día.

La iniciativa más original que se ha desarrollado durante este período ha sido la constitución de una red gubernamental de micromedios. Casi todos los organismos de masas o encargados de políticas sociales cuentan con uno o varios de ellos (23). A diferencia de los micromedios tradicionales, los órganos creados por el gobierno militar están impresos en buen papel y con medios técnicos de calidad. Su objetivo es la divulgación a niveles sectoriales de las políticas gubernamentales. Eso también marca una diferencia con el micromedio tradicional, cuyo alcance sectorial le permitía recoger las expresiones de la base y representar sus intereses sentidos. Habitualmente la diferencia entre los órganos nacionales y el medio sectorial residía en el anonimato del primero versus la posibilidad de expresar intereses sectoriales e incluso un habla sectorial. En los micromedios creados por el gobierno desaparece esa función, puesto que su contenido está totalmente elaborado desde arriba.

(23) Algunos de los organismos que editan micromedios son la Secretaría Nacional de la Mujer, la Secretaría Nacional de la Juventud, la Dirección de Deportes y Recreación, la Federación de Estudiantes de la Universidad de Chile, algunas Municipalidades y los Ministerios.

3. *Las políticas comunicacionales del sector privado*

Ese otro componente del Estado que es el llamado "sector privado", eufemismo usado para designar a las diferentes fracciones capitalistas que constituyen el núlceo dominante, también perfila sus propias políticas comunicacionales. Esas políticas no son necesariamente idénticas ni homogéneas con las políticas gubernamentales, pero sí son congruentes. Ambas tienen como objetivo global la legitimación de un orden social en que el mercado reemplaza muchas de las funciones que desempeñaba el Estado.

Dentro del sector privado podemos distinguir tres categorías: los grupos económicos emergentes, los grupos políticos-ideológicos y los grupos especializados en las comunicaciones.

a. Los grupos económicos emergentes (24).

Una de las características de estos grupos económicos emergentes es la importancia que le asignan a la comunicación social, como una herramienta fundamental para alcanzar sus conquistas en el terreno económico y político.

Los dos principales grupos desarrollan una actividad en el terreno de las comunicaciones. El grupo Cruzat-Larraín se ha orientado hacia la vertiente más tradicional, el control de la propiedad de los medios. Así compró en 1975 la revista *Ercilla,* el más importante semanario existente hasta entonces en Chile, controlado por sectores demócrata-cristianos. Poco después adquirió la revista *Vea,* un *magazine* misceláneo dirigido a los sectores medios, bajos y populares. También es propietaria de radio Minería, una de las emisoras con más alta sintonía en AM y de radio Carolina, que transmite en FM. Pese a sus esfuerzos, este grupo no ha logrado consolidar sus publicaciones periodísticas.

El grupo Javier Vial desarrolla su política comunicacional en una perspectiva diferente. Su preocupación ha estado orientada hacia el sector cultural-artístico, a través del mecenazgo de pintores y escultores, y organizando eventos tales como exposiciones y concursos.

(24) Se habla de grupos económicos emergentes en el sentido que son simultáneamente productos y gestores del nuevo sistema de dominación. Entre 1973 y 1980 el proceso de centralización del capital ha alcanzado una magnitud desconocida. Según F. Dahse, *Mapa de la extrema riqueza,* Editorial Aconcagua, 1979, el grupo Cruzat-Larraín controlaba hasta 1977 alrededor de 80 empresas y el grupo Vial alrededor de 60 empresas. Esa centralización acelerada es una resultante de la política económica.

Ambos grupos han demostrado interés por la privatización de la televisión, pero se han estrellado con el gobierno, deseoso de mantener el control directo de ese medio. Sin embargo, todo hace presumir que los grandes grupos económicos tienen importante influencia en la programación televisiva, puesto que la eliminación de los subsidios estatales ha convertido a los grandes avisadores en el principal sostén financiero de la televisión.

b. Los grupos político-ideológicos

Entre los grupos organizados en torno a intereses más abiertamente político-ideológicos se destacan el grupo vinculado al Opus Dei, el grupo gremialista y el grupo denominado "duro".

El primero controla el semanario *Qué Pasa,* con un tiraje de 8,000 ejemplares, cuyos lectores se reclutan entre los sectores de más altos ingresos; el segundo edita la revista *Realidad,* de carácter ideológico-doctrinario. Ambos grupos han ido evolucionando ideológicamente desde el año 1973. Comenzaron como grupos adscritos al catolicismo tradicional. Con el correr del tiempo han ido articulando su antiguo discurso con el discurso liberal modernizante. Ambos grupos se han convertido en grandes sostenes de la política económica. La especificidad de estos grupos es su aperturismo político que se expresa en el esfuerzo de buscar un correlato político al modelo económico (25).

El tercer grupo ha irrumpido desde 1980 en el campo de las comunicaciones, mediante el progresivo control del importante diario *La Tercera* (26). Este grupo se caracteriza ideológicamente por el nacionalismo, el populismo de corte reaccionario y el antiliberalismo político. Este diario, caracterizado hasta entonces por su eclecticismo, ha eliminado en el último tiempo a aquellos colaboradores que representaban pensamientos diferentes y ha asumido una línea editorial muy agresiva contra los sectores opositores y aperturistas (27).

c. Los grupos especializados en las comunicaciones

El más importante de estos grupos es el de la familia Edwards, históricamente vinculado al campo de las comunicaciones. Este grupo constitu-

(25) Los principales portavoces de estos grupos son Gonzalo Vial, ex-director de *Qué Pasa* y Jaime Guzmán, dirigente gremialista.

(26) Pertenece al Consorcio Periodístico de Chile (familia Pico Cañas) y tiene un tiraje de 380,000 ejemplares, muy superior a *El Mercurio* de Santiago.

(27) Las columnas de opinión política son monopolizadas por los duros: Pablo Rodríguez –ex-jefe de Patria y Libertad–, Alvaro Puga, Ricardo Claro y Gastón Acuña. Casi todos ellos critican en sus columnas al equipo de Chicago.

ye, por lo menos en el campo de la prensa, el grupo con mayor gravitación (28). Este grupo controla a través de una serie de filiales, una importante red periodística y una de las principales empresas editoras del país (29).

Igual que en el pasado, este imperio comunicacional actúa como rector ideológico de la derecha chilena, a través del cual se procesa y se difunde la actualización de las concepciones del mundo de ese sector. Por su amplia influencia social juega el papel de un partido político, reflejo y punto de referencia ideológica de diferentes sectores burgueses. En el período actual se ha convertido en el portavoz de las concepciones del equipo económico, cada una de cuyas medidas aplaude y elabora al nivel del sentido común.

El grupo Edwards coordina sus diferentes medios, con el objeto de llegar a la más amplia gama de la población. En Santiago edita *El Mercurio* como diario "serio", de gran formato, el cual es complementado por *La Segunda* como tabloide de la tarde y por *Las Ultimas Noticias*, la cual ha ido adquiriendo progresivamente un tono populista y sensacionalista, en un intento por llegar a sectores medios y populares, desplazando a *La Tercera*.

CONCLUSION

En realidad, el control privado de los medios de comunicación masiva no es una novedad de este régimen. Tradicionalmente las clases dominantes han tenido en sus manos esta importante herramienta de reproducción social. Sin embargo, lo nuevo es el interés creciente y diversificado de los grupos económicos por controlar directamente un abanico de medios, la inhabilidad política que impide a muchos sectores de la población acceder al control de ellos y la congruencia entre las políticas comunicacionales del gobierno y de los medios del sector privado.

(28) El grupo Edwards es también un grupo económico con negocios fuera del campo de las comunicaciones (por ejemplo Banco Edwards). Pero a diferencia del grupo Vial o Cruzat-Larraín, no ha tenido un crecimiento espectacular desde 1973.

(29) Esas filiales son Empresa El Norte Sociedad Periodística Ltda., con seis diarios en las principales ciudades del Norte; la Sociedad de Publicaciones y Comercio S.A., con dos diarios en Valparaíso y la Empresa Periodística El Mercurio S.A., con tres diarios en Santiago, dos de los cuales tienen circulación nacional. La empresa editora es Lord Cockrane, que publica la revista femenina *Paula*; tiene además una empresa distribuidora de revistas.

LOS MEDIOS NO-OFICIALES

Frente a este enorme potencial comunicacional del gobierno y de los sectores sociales representados en él, los grupos disidentes ocupan un estrecho espacio en la comunicación masiva, en gran parte a causa de las restricciones imperantes. Este espacio es hoy día doblemente estrecho: los sectores disidentes no poseen medios de comunicación propios y sus opiniones y las informaciones que les interesan tienen un espacio muy restringido en los medios existentes o son tratadas de un modo distorsionado.

1. *Los macro-medios*

Los macro-medios no oficialistas pertenecen casi todos a sectores demócrata-cristianos y de Iglesia.

Los primeros poseían en el momento del golpe un diario en Santiago, el cual debieron cerrar por motivos financieros durante el año 1974. Actualmente controlan dos radios, Cooperativa y Santiago, y el semanario *Hoy* –el de mayor circulación en el país– fundado en 1977 en reemplazo de *Ercilla*. Los intentos de expandir esta red de macro-medios han sido impedidos por el gobierno, debiendo afrontar impotentes la reducción de la cadena de radio Cooperativa, también por disposiciones gubernamentales (30).

La Iglesia Católica controla radio Chilena, antes en manos del Arzobispado de Santiago, actualmente dirigida por la Congregación Salesiana. También, a través de la Academia de Humanismo Cristiano edita la revista *Análisis*, de corte interpretativo; a través de los jesuitas publica la revista mensual *Mensaje*, con amplia acogida entre profesionales y estudiantes.

Los sectores progresistas han logrado abrirse un hueco en medio de la tupida red de disposiciones restrictivas. En 1979 un grupo de periodistas logró transformar una publicación nacional, con distribución a través de kioskos *(Apsi)*. Esta publicación se encuentra hoy día en pleno proceso de desarrollo.

La red de radios constituye el pivote central de este conjunto de macro-medios; sin embargo, siguen una política de programación de acuerdo a las

(30) Debieron liquidar el diario *La Prensa*, fue clausurada la revista *Política y Espíritu*, reducida la cadena de radio Cooperativa, clausurada radio Balmaceda, prohibida la circulación de *Gente Actual* y de *Cándida*. Respecto al patrimonio comunicacional de la Democracia Cristiana existe una incógnita sobre la cadena de diarios Sopesur, con varias publicaciones en las provincias del Sur. La propiedad actual de esa empresa no es clara.

pautas fijadas por el mercado. Son radios fundamentalmente musicales, que solamente difieren de las oficialistas por el carácter de los espacios informativos. En ellos se da cabida a noticias silenciadas por otros medios, que denuncian el carácter represivo del régimen; también permiten la expresión de personeros públicos de la disidencia. Sobre todo en los primeros tiempos, el lenguaje de estos informativos debía adoptar, para referirse a aspectos delicados o prohibidos, un carácter metafórico.

Entre las revistas, *Hoy* es un semanario de tipo tradicional con amplia cobertura del acontecer nacional, pulseado con los modelos periodísticos establecidos. Los temas tratados por *Hoy* son muy semejantes a los que tratan *Ercilla* ó *Qué Pasa* y las secciones estables también lo son, incluyendo una de negocios y empresas. Las otras revistas tienen un carácter analítico e intelectual. Significan instancias de elaboración ideológica para sectores dirigentes más que medios de difusión masiva de contenidos informativos.

2. *Los micro-medios*

El sector no-oficialista también ha intentado romper el cerco comunicativo tendido alrededor de él, a través de la edición de micro-medios. Los más importantes son el boletín *Solidaridad* y la revista *La Bicicleta*.

El primero es editado por la Vicaría de la Solidaridad y se autodefine como "voz de los sin voz". Este boletín se reparte a través de los organismos de base eclesiásticos y se alimenta de la información recogida en esos sectores. En este órgano, junto con contenidos de denuncia, se trata de inculcar un mensaje pastoral que se alimenta del Concilio Vaticano y de la reunión de Medellín.

A partir de 1979 el sector artístico no-oficial ha desarrollado un esfuerzo importante de comunicación a través de la creación de micro-medios. Ese sector constituye una fuente potencial de comunicación alternativa por su capacidad de elaborar lenguajes distintos. En el año 1979 hay un auge de los micro-medios del sector artístico (31). Hoy día solamente subsiste la revista *La Bicicleta*, producto del esfuerzo titánico de gente muy joven, con escasos recursos económicos. Esa revista ha recogido y elaborado la importante experiencia cultural alternativa que se ha desarrollado en este periodo, transformándose en la tribuna de los jóvenes artistas.

(31) Ese año aparecieron la revista de cine *Ojo*, de la cual se editaron dos números; la revista de artes plásticas *Cal*, que logró sacar cuatro números; el *Boletín Informativo de la Unión de Escritores Jóvenes* que editó dos números.

En el sector universitario y sindical también han aparecido numerosos micro-medios. Desgraciadamente no han logrado estabilizarse y tienen muy poca perdurabilidad (32).

3. *El problema de la alternatividad*

Quiero terminar este trabajo con una reflexión acerca del problema de la comunicación alternativa.

He hablado de los medios de la oposición como medios no oficiales. Esta definición en torno al eje oficialismo o negación del oficialismo tiene su razón de ser. La hipótesis que sostengo es que los medios no-oficiales construyen su discurso dentro de los mismos parámetros del discurso oficial. Tratan de la misma manera los mismos temas aunque negativamente; representan la cara crítica y opositora respecto a las informaciones que proporciona la prensa del sector gubernamental. Escasamente amplían el ámbito informativo del oficialismo; son, en definitiva, el eco de una misma sociedad, aunque la analicen desde un punto de vista distinto.

Esto no quiere decir que estos medios no jueguen un papel sumamente importante. Para ciertos sectores opositores constituyen la principal fuente de información. Principalmente los sectores intelectuales, profesionales y estudiantiles, alimentan allí su discurso crítico.

Sin embargo, los medios opositores no constituyen, en rigor, medios de comunicación alternativa. Ese tipo de medios son aquellos que alimentan *a* y se alimentan *de* un discurso social alternativo, tanto en sus formas como contenidos, respecto al discurso del régimen. Ese discurso alternativo debe incluir gérmenes de visiones alternativas del mundo y ser el portador de ellas, aquél que las procesa para difundirlas como sentido común. Deberá surgir de prácticas concretas, en las cuales se elabora: un reconocimiento del nuevo Chile, modificado no sólo políticamente sino también en su estructura social y física; un proyecto de superación del desarrollo impuesto por la burguesía transnacionalizada.

La comunicación alternativa solamente podrá surgir de una cultura alternativa; ella no puede ser la majadera reiteración de "recetas" del pasado que van quedando ajenas; no puede tampoco ser un discurso abstracto que se alimenta de otro discurso abstracto.

(32) Existe todavía poca información sobre este aspecto. Recién se ha comenzado una investigación sobre el tema en Ceneca.

Encontramos gérmenes de esta comunicación alternativa en algunas tentativas artísticas, de grupos de músicos, literatos y plásticos que buscan nuevas fórmulas de creación y nuevas formas de inserción en una sociedad hostil, que no los valora ni los acoge como antes (33).

Algunos de estos grupos artísticos movilizan una amplia falange de seguidores, reclutados de preferencia entre los jóvenes (34). En torno a ellos se produce el interesante fenómeno de la formación de enclaves, constituidos por públicos que solamente se exponen a la comunicación que consideran contestataria (35).

Hay dos experimentos valiosos encaminados a la constitución de formas comunicativas alternativas: los trabajos realizados en *cassette* y *video-cassette* y los micro-medios de prensa. Los experimentos con micro-medios audiovisuales representan intentos por establecer redes comunicativas nuevas, usando los medios tecnológicos modernos y permitiendo a los receptores constituirse como un grupo que dialoga y asume críticamente los micro-medios de prensa. Son intentos de trabajo de grupos de recepción más pequeños y homogéneos, que por esas características pueden operar como órganos dialogantes y creativos. Quizás allí puedan ir surgiendo gérmenes de visiones del mundo distintas, que no solamente sean la negación de las formas culturales impuestas por el gobierno actual; quizás allí pueda ir creciendo una comunicación representativa que recoja los valores, intereses y las formas expresivas de diferentes sectores sociales.

(33) Tradicionalmente la actividad artística se había desarrollado al amparo de las universidades, esto es, financiada por el Estado. Actualmente se sostiene una política artística en que la obra se considera un producto transable en el mercado. Las manifestaciones artísticas de los sectores alternativos no encuentran espacio en los medios de comunicación por problemas de represión y censura, pero también porque no cumplen con las reglas técnicas y comerciales que permitan su difusión masiva. El caso más claro es el de muchos cantantes de la Nueva Canción.

(34) El público que en 1980 asistió a los festivales de Nuestro Canto estaba compuesto en un 43% por estudiantes, 29.5% profesionales y empleados, 7% obreros. El 46.6% estaba concentrado en el grupo de edad entre 18-34 años. Ver: Any Rivera, *El público del canto popular*, Ceneca, documento de trabajo, 1980.

(35) Según la investigación de Ceneca ya citada, el 61% del público encuestado no escuchaba música popular extranjera, el 75% no escuchaba más programas radiales que los de Nuestro Canto y el 76.3% no veía programación musical en la televisión.

CULTURA DE RESISTENCIA Y COMUNICACION ALTERNATIVA POPULAR EN EL BRASIL

Luiz Gonzaga Motta

INTRODUCCION

El objetivo de este trabajo es estimular la controvertida discusión, ya iniciada por otros autores, sobre la cuestión de la resistencia popular a la imposición ideológica dominante, especialmente aquella procesada a través de la industria cultural.

Como es una cuestión nueva, pues hasta ahora la mayoría de los estudios simplemente repite mecánicamente el axioma marxista de que las ideas de la clase dominante son, en cualquier época, las ideas dominantes, muchos conceptos y argumentos están precariamente formulados y poco desarrollados.

Sin embargo, esto no nos impide atrevernos a sugerir que la mera posesión de los medios de producción de ideología no da a las clases dominantes, *a priori*, el control cultural total de todos los segmentos sociales. Por el contrario, los grupos populares resisten, se organizan frente a la industria cultural y toman diferentes iniciativas en sus prácticas sociales de vida.

Aunque insuficientemente elaboradas, éstas son las cuestiones que pretendemos organizar en este texto. Luego de plantear los puntos principales de la cuestión, intentamos ilustrar los argumentos a través de ejemplos de manifestaciones populares ocurridas en Brasil, donde incluso durante y después de un largo período de campaña ideológica (consumista, civilista, y chauvinista) combinada con una fuerte represión político-militar, las clases oprimidas resisten y expresan su respuesta ideológica en el enfrentamiento con las fuerzas dominantes. Concluimos con premisas analíticas tentativas que podrán ayudar a sistematizar postulados para futuros estudios sobre la relación cultural dominante-dominado.

LA CUESTION

Los análisis de los medios de comunicación en las sociedades contemporáneas han adoptado, por lo general, una formulación extremadamente formal. Incluso los trabajos de orientación crítica se han limitado a la denuncia del control, de la imposición ideológica, de la manipulación cultural y de la formación de una mentalidad consumista. Partiendo de la constatación de la centralización de la producción cultural masiva y de la identificación de la propiedad de los medios de comunicación con la estructura de poder vigente, los análisis en general concluyen que el receptor de la comunicación en las sociedades contemporáneas es un individuo pasivo, alienado de su realidad histórica y fácilmente manipulable. Se podría citar centenares de estudios que buscan demostrar la imposición de los intereses de las clases dominantes sobre las clases dominadas. La conclusión general es que los medios de comunicación refuerzan y legitiman el orden establecido, contribuyendo a reproducir las relaciones sociales de producción (1).

Sin duda, estos planteamientos teóricos pesimistas, casi fatalistas, fueron profundamente influenciados por diferentes corrientes sociológicas, especialmente la sociología marxista. Posiblemente la mayor influencia se debe a la corriente frankfurtiana, según la cual el desarrollo tecnológico del capitalismo acaba por incorporar a la clase obrera y a sus organizaciones políticas dentro de la avasalladora cultura burguesa. La integración de las clases populares se da especialmente a través de la industria cultural que impone la ideología dominante a la masa. Aunque difieren en varios aspectos, otros cientistas políticos marxistas, como Miliband, Althusser

(1) Un seminario de investigadores latinoamericanos presentó esta síntesis: "entre otros aspectos ideológico-políticos, los medios de comunicación masivos tienden a producir lo siguiente: 1)imponer los intereses de grupos dominantes sobre los intereses de la sociedad civil y los intereses de los centros urbanos sobre los de las poblaciones rurales; 2) la internacionalización de modelos culturales y sistemas de valores ajenos a los intereses de los grupos mayoritarios de la información; 3) el consumismo, cuyos efectos más importantes son: anular en la población su capacidad de creación, disminuir las manifestaciones normales de su efectividad y, finalmente, neutralizar en la población las posibilidades de participación en aquellos movimientos organizados que harían viable su intervención en el trabajo social". Conclusiones del Primer Seminario Latinoamericano de Comunicación Participativa, Quito, 1978, pp. 1 - 2. Se argumenta que al nivel específico del individuo, la comunicación de masa por su propia naturaleza "busca constantemente sustituir la conciencia de los intereses objetivos del explotado por los contenidos de la conciencia del explotador... La comunicación social cumple un papel activo dentro de ese proceso ideológico: no es simplemente una estrategia de ocultación, sino que cumple un papel de anestésico. Gracias a ella la conciencia del explotado pierde su propio potencial crítico, transformándose en una conciencia masificada". Joao Bosco Pinto. "Comunicación Participatoria como Pedagogía del Cambio: Fundamentos Epistemológicos". Primer Seminario Latinoamericano de Comunicación Participatoria, Quito, 1978, p. 3.

y Poulantzas endosan puntos de vista similares (2). En resumen, el argumento dice que la ideología dominante, a través de la industria cultural, corrompe la conciencia de las clases populares, que adquieren una falsa conciencia, aspirando a falsas necesidades y desviándose de su papel histórico de clases revolucionarias.

Al citar sólo trozos de textos, corremos el riesgo de cometer injusticias con autores y corrientes teóricas complejas y elaboradas. Pero el objetivo de este trabajo no es discutir exhaustivamente esas formulaciones, sino llamar la atención hacia la influencia de esas corrientes y cierto formalismo que ha perjudicado una visión más dialéctica de las cuestiones relativas a la imposición cultural y a la "incorporación" política de las clases populares a la ideología burguesa. Muchas veces este formalismo termina por llevar a los análisis a perder la esencia de las contradicciones sociales, a simplificar los procesos subjetivos de producción y circulación del producto cultural. En muchos análisis, las fuerzas sociales en oposición permanente en el modo de producción capitalista (y agudizadas en el modo de producción capitalista dependiente) no son consideradas, perdiéndose así la riqueza analítica que presentan las situaciones de conflicto.

La crítica a este formalismo ya fue muy bien planteada por Swingewood: "Este enfoque no dialéctico es característico de todas las formas de la teoría de la 'incorporación' en la medida en que las contradicciones de la sociedad burguesa fueren eliminadas a favor de un modelo evolucionario de desarrollo social... el concepto de hegemonía burguesa no implica que la ideología burguesa haya penetrado en todas las esferas de la vida de la clase obrera y neutralizado toda forma de oposición... La formación de clase y la estructura de clase se desarrollan dialécticamente con algunos sectores más avanzados en organización e ideología que otros y,

(2) Como ejemplo, véase este texto de Althusser: "Todos los aparatos ideológicos del Estado, sean estos los que fueren, contribuyen a un mismo resultado: la reproducción de las relaciones de producción, es decir, de las relaciones de explotación capitalista. Cada uno de ellos concurre a este resultado único del modo que le es propio...El aparato de información embutiendo a todos los ciudadanos, a través de la prensa, la radio, la televisión, dosis cotidianas de nacionalismo, chauvinismo, liberalismo, moralismo. (Althusser, L. ,*Ideología e Aparelhos Ideológicos do Estado,* Ed. Presenca, Porto, 1974). O este texto de Adorno: "Desde arriba, la industria cultural es la integración deliberada de sus consumidores. Ella fuerza la unión de los dominios, separados desde hace miles de años, del arte superior y del arte inferior. Con perjuicio para ambos...En la medida en que en ese proceso la industria cultural innegablemente especula sobre el estado de conciencia e inconciencia de millones de personas hacia las cuales se dirige, entonces las masas no son el primer factor pero sí un elemento secundario, un elemento de cálculo. El consumidor no es rey, como quisiera hacerlo creer la industria cultural, él no es el sujeto de esa industria, pero sí su objetivo". (Adorno, T.W. "La Industria Cultural", en Gabriel Cohn, *Comunicacao e Industria Cultural,* Cia. Ed. Nacional/USP, Sao Paulo, 1971, pp. 287-288).

por tanto, capaces de oponerse a la total penetración de la ideología burguesa en la vida diaria y en la cultura de la clase obrera. Ciertamente este proceso es complejo y contradictorio, pero debemos recalcar que aunque la hegemonía y la ideología burguesa puedan bloquear el crecimiento de la conciencia revolucionaria y la organización partidaria, no se deriva que su impacto sobre todos los estratos del proletariado sea idéntico" (3).

Por consiguiente, lo que se pretende recalcar aquí es que a pesar de que la burguesía sea hegemónica y, al mismo tiempo, la propietaria de la llamada industria cultural, de ello no se desprende necesariamente que ella imponga pasivamente su ideología y neutralice en el acto todas las formas de defensa y reacción de las clases populares. Las instituciones ideológicas burguesas (aparatos ideológicos, en otro lenguaje) —la escuela, la industria de la cultura, los partidos políticos— luchan para asimilar a las clases populares. Pero este proceso no es sencillo o unidireccional. Esta lucha no cesa, es permanente. Ni las ideas se imponen indiscriminadamente; sufren influencias recíprocas de sus contrarios. Las acciones y reacciones de cada clase social están condicionadas, en cada momento, por las condiciones de vida de las otras clases y nada existe en estado "puro". Creer ciegamente en las ideas de Orwell es negar la propia dialéctica, aunque él no deje de tener razones históricas.

No existe una manipulación cultural integral y avasalladora, aun cuando (y ello casi siempre ocurre) se complete con otras formas de dominación política, legal y administrativa. El mismo paternalismo y la represión siempre chocan con las condiciones concretas de la vida de las clases populares que, en última instancia, están determinadas por las relaciones sociales existentes. Las clases populares viven también sus contradicciones al nivel de la experiencia cotidiana y responden dialécticamente a las tentativas de manipulación (4).

(3) Swingewood, Alan: *O mito da Cultura de Massa*, Ed. Interciencia, Rio de Janeiro, 1978, pp. 31-32. Criticando fuertemente la teoría de la "incorporación", Swingewood alega que esta teoría "supone o una falsa antítesis entre el capitalismo naciente y la conciencia revolucionaria o postula una cultura de la clase obrera totalmente dominada por la ideología capitalista. La integración es, entonces, un proceso engendrado desde arriba, con valores capitalistas penetrando en la cultura de la clase obrera, en su conciencia y organización, con una completa exclusión de otros valores alternativos. Pero trabajar dentro del cuadro de referencia del capitalismo no significa aceptar sus valores: la hegemonía es una forma de consentimiento conseguido de una clase subordinada precisamente porque la forma de sociedad civil le permite perseguir sus propios fines por medio de la creación de sus propias instituciones de clase independientes —sindicatos, partidos laboristas, y así sucesivamente. Por consiguiente, en el centro de la teoría de la incorporación hay un concepto de la sociedad de masa denominado desde arriba, conseguida por integración "forzada" de la clase obrera en el capitalismo moderno. El desarrollo del capitalismo necesita de la integración de la clase obrera en todos los niveles de la formación social, pues la esencia de la dominación burguesa es dirigir a través de las instituciones de la sociedad civil (hegemonía) y no del Estado (dominación directa), y su legitimación depende, por esto, cada vez más de la cooperación activa de la clase obrera, trabajando dentro de un sistema para unos fines últimos imposibles de ser alcanzados dentro de él". (p. 34).

Es lógico que, dependiendo del grado de desarrollo de las fuerzas productivas, estas resistencias vayan a aflorar a la superficie o vayan a estar sumergidas. Obviamente, generalmente predominan las formas y contenidos de imposición burguesa sobre las de resistencia popular, pues las clases dominantes son las propietarias de los medios de producción y circulación, o las que determinan su organización y funcionamiento. Estas clases están en posición superior en las relaciones sociales y, lógicamente, su producción de contenidos y formas ideológicas se expresará a través de los canales institucionalizados.

Sin embargo, ni por esta razón las formas y contenidos dominados dejan de tener su existencia y su curso entre las capas excluidas del poder. Al contrario, más proliferan y más se diseminan cuanto más se lo permitan las relaciones sociales. Existiendo en condiciones precarias, estas formas de resistencia popular son, la mayoría de las veces, efímeras y confusas en sus contenidos, pero siempre imaginativas en la voluntad de sobrevivir frente al enfrentamiento con las formas dominantes. A veces pueden cristalizarse en expresiones concretas, aunque transitorias en la mayoría de los casos. Las formas precarias de su existencia son la demostración de su fragilidad de dominada, pero expresan igualmente la fuerza ideológica de clases que luchan por sobrevivir política y materialmente.

Con esto no se quiere decir de modo idealista, que las formas de comunicación popular sean "superiores" o democráticas por naturaleza, senci-

(4) Esta cuestión está bien planteada por C.E. Lins da Silva. Dice: "Que el producto simbólico introducido por los medios de comunicación de masa presente una hegemonía ideológica burguesa, que esté constantemente distorsionando la realidad e intentando legitimar el orden vigente y la ideología dominante, esto no es discutible, puesto que es evidente. Lo que se argumenta es que la conciencia popular no es una estructura unitaria, sino compleja y contradictoria. Para que se puedan superar las contradicciones, se debe realzarlas y no escamotearlas. Entonces, la misión del estudioso no debe ser la de constatar la hegemonía y rendirse ante ella, como si fuera totalitaria e inescapable. Así como tampoco debe ser la de refugiarse en formas de manifestación cultural anteriores a este tipo de hegemonía (pero sujetas a otras formas de dominación ideológica correspondientes a las otras condiciones sociales y económicas vigentes), valorándolas románticamente y tratando de preservarlas de la contaminación de los medios actuales de legitimación ideológica, como si externamente el mundo actual no hubiera cambiado. No obstante, mucho menos debe ser el de vivir cobrándoles a los artefactos culturales populares una homogeneidad y coherencia ideológica que ellos no pueden ofrecer por estar infiltrados de los valores de la ideología dominante" Lins da Silva, C.E., en *Comunicacao e Clases Subalternas*, Cortez Editora, SP, 1980, pág. 45.

llamente porque fluyen espontáneamente de las masas. La práctica de la vida cultural popular se da al interior del sistema de referencia capitalista, en donde las clases subalternas están en posición inferior. Esta condición real deja a estas clases en situación desprivilegiada. Aun resistiendo, lo hacen dentro de los marcos de referencia y de influencia del capitalismo. Por tanto, sus formas pueden ser, muchas veces, simples copias de las formas dominantes y sus contenidos pueden estar impregnados de intereses burgueses. Deificar una posible cultura popular "pura" (como también ha sucedido) es caer en el error opuesto, o sea, también vaciar el análisis de las contradicciones sociales más significativas.

Por lo tanto, es necesario analizar las clases populares en sus movimientos concretos, en sus reacciones a los intentos de dominación burguesa para conocer mejor la dialéctica cultural. A menudo, estas reacciones son espontáneas y se generan de manera natural a través de las prácticas concretas de las clases populares en su rutina de vida. En un primer momento, las reacciones no son aún una conciencia crítica, pues se producen de modo disperso y episódico, para enfrentamientos específicos. Pero no dejan de ser ya expresiones de resistencia popular a las imposiciones burguesas que llegan a través de la industria de la cultura. En la medida en que existe la posibilidad concreta de organización, estas resistencias van asumiendo formas de acción colectiva, consciente y dirigida.

Revisando sus posturas anteriores, Armand Mattelart argumenta ahora que en la jerarquía de las luchas existen formas de *"resistencia defensiva"* que garantizan, preparan y apoyan otras respuestas a la cultura hegemónica, las *"resistencias ofensivas"*. A través de estas resistencias, el movimiento popular, basado en varios niveles de conciencia, genera sus propios aparatos de comunicación para defender sus intereses (5). El argumento no fue desarrollado por el autor. De cualquier manera, según este raciocinio, parece haber en un primer momento una denegación al consumo pasivo de los elementos de la industria cultural, que son extraños a las clases populares. Es decir, habría un rechazo, una reinterpretación o una lectura propia de los mensajes de masa por los componentes de las clases populares. Esta sería una resistencia defensiva. En un segundo momento, podría darse (aunque esta segunda etapa dependa mucho de las posibilidades concretas de avance del movimiento popular) la creación de formas y contenidos propios (medios y mensajes), que organicen y movilicen las clases populares en la defensa de sus intereses.

Es probable que existan algunas simplificaciones en los argumentos desarrollados hasta aquí en este trabajo. El deseo de demostrar que los

(5) Mattelart, A. y S. Siegelaub. *Communication and Class Struggle*, IG/IMMRC, London, 1979, p. 28.

análisis de la comunicación en la sociedad moderna han descuidado aspectos importantes de las contradicciones sociales y simplificado la cuestión de la hegemonía de clase, puede haber llevado a una reducción de cuestiones complejas que merecerían un tratamiento más elaborado. Sin embargo, el objetivo es demostrar que, en general, el tratamiento del comportamiento de las clases populares ha sido en el sentido de subestimar su papel y disminuir su capacidad de acción y autodefensa.

Por consiguiente, es necesario rescatar los aspectos más dinámicos de la lucha de clases y examinar la cuestión de la imposición y de la resistencia cultural como partes de un todo, en el cual la situación concreta de cada una de las partes tiene —necesariamente— influencia recíproca sobre la otra, modificando las fuerzas en conflicto. Como lo argumenta C.E. Lins da Silva, es necesario comprender lo que las clases subalternas hacen del mensaje hegemónico burgués que se les transmite por los medios de comunicación de masa, cómo reaccionan a los contenidos, cómo los interpretan y utilizan, hasta qué punto consiguen distinguir los trozos de ideología dominada que pasan por las brechas de la industria cultural, cuál es la forma de apropiación de esos contenidos en su incorporación a la vida cotidiana, cómo la cultura de esas clases subalternas influye en el contenido de la cultura de masa (6).

Por lo tanto, la aprehensión de la dinámica cultural en su totalidad contradictoria debe considerar las fuerzas opuestas en confrontación permanente. Al estudiar las acciones de un determinado grupo social *es necesario considerarlas como reacciones a las acciones de otros grupos*. Así, los movimientos de las clases populares se dan siempre a través de un enfrentamiento con las fuerzas dominantes (no sólo al nivel de la producción, como siempre se explica a partir de Marx, sino también al nivel de la vida cotidiana, al nivel de la circulación de los bienes materiales y culturales) (7).

Es obvio que esta aprehensión es difícil, pues los límites de autonomía en la acción de un grupo social son difusos. Al nivel cultural es una tarea ardua determinar el punto de ruptura, el momento en el que los indivi-

(6) Lins da Silva, *op. cit.*, p. 48.

(7) Según J. A. Moisés y V. Martinez-Alier, en el análisis de movimientos populares es necesario tomar situaciones específicas, constitutivas de las clases populares urbanas, como una síntesis de una serie de contradicciones que se definen no sólo por condiciones históricas generales ya dadas, sino también por algún grado de intervención de esas propias clases en su relación con las demás, como factor constitutivo de esas contradicciones. A veces, esas intervenciones profundizan más aún o modifican el sentido de esas contradicciones. J. A. Moisés y V. Martinez-Alier, "A Revolta dos Suburbanos", en *Contradicoes Urbanas e Movimentos Sociais*, CEDEC/Paze Terra, Rio, 1978.

duos de las clases dominadas dejan de actuar dependientemente (a no ser que haya una ruptura abierta y franca). Es más difícil todavía determinar el momento en que este comportamiento deja de ser puramente espontáneo para asumir el carácter de manifestación consciente de resistencia y oposición (8).

En un primer momento, parece haber (como ya se dijo) una "filtración defensiva" o una lectura propia de los contenidos de la industria cultural, aunque pueda predominar la absorción de valores burgueses. Esta "filtración" (todavía cercana a lo espontáneo) se daría en la medida en que hubiera un conflicto entre la apelación del mensaje y la realidad concreta del individuo, entre las propuestas de los mensajes y las posibilidades de convertirse en realidades (9).

(8) Para C. C. Macedo: "Hay una ambigüedad de las formas culturales a través de las cuales se expresa la condición proletaria. La investigación científica de la práctica actual del proletariado debe tratar de reconstruir aquellos aspectos donde la lucha contra la uniformidad representa en términos culturales y simbólicos un rechazo, aunque parcial, de la dominación de una clase sobre la otra. La ambigüedad que caracteriza la existencia del proletariado revela, en términos concretos, las posibilidades de aprehensión por la conciencia, de la explotación y de la opresión", en *A Cultura do Povo,* Sao Paulo, Cortez & Moraes/ EDUC, 1979, pág. 39.

(9) Como lo afirma C.C. Macedo, "Si la incorporación de un conjunto de valores que representa una reafirmación del poder del capital (siendo la industria cultural uno entre varios mecanismos) es un requisito para la reproducción del orden capitalista, esto no significa que las clases proletarias dejen de producir y manipular conjuntos culturales que expresen un rechazo de la situación a la que están sujetos, en la medida en la cual no consiguen visualizar posibilidades concretas de movilidad social". (Macedo, op. cit., p. 39).
A pesar de estar limitada por su naturaleza psicologista (donde no se tienen en cuenta las clases sociales) y por su carácter instrumental, es paradojal (pero comprensible) que el enfoque funcionalista haya hecho muchos progresos en el estudio sobre la reacción de los individuos a la industria cultural. Los estudios (tanto los primeros análisis que revelaron el "flujo de comunicación en dos etapas", como los análisis contemporáneos sobre co-orientación y utilización y gratificación) se preocupan por las posibilidades de persuasión. La resistencia, en general, es concebida como un obstáculo a vencer. Casi siempre los funcionalistas se preocuparon de la comunicación persuasiva, de los cambios de opiniones, a través de análisis de la presentación, comprensión y retención de los mensajes, de la credibilidad y atracción de los medios, de las diferencias individuales de personalidad y de afiliaciones grupales. El número de estudios y sus resultados –desde Paul Lazarsfeld, pasando por Joseph Klapper hasta Steven Chaffee– es muy grande y complejo para ser analizado aquí. La validez de los resultados para las cuestiones aquí planteadas está disminuida por la diferencia de perspectiva epistemólogica. Sin embargo, sólo para hacer referencias en el rumbo de las cuestiones presentadas en este trabajo, mencionamos un resumen de Sears y Whitney sobre el resultado de las investigaciones sobre la resistencia a la persuasión política por los medios de comunicación. Ellos dicen que: 1) Pocas personas adquieren gran parte de la información disponible; parece que seleccionan las informaciones más o menos aleatoriamente entre aquellas que están disponibles. 2) Las personas evalúan la información que les llega de una manera extremadamente selectiva; las variables clave en la determinación de la evaluación son: discrepancia de la comunicación, credibilidad

En un segundo momento se daría la elaboración de contenidos propios, impulsados a través de medios de comunicación precarios –comunicación interpersonal, reuniones, asambleas, cartas, boletines, panfletos, pequeños periódicos, etc. Este tipo de acción ofensiva se procesa paralela e independientemente de la industria cultural y sirve para suplir las necesidades de comunicación no satisfechas por los medios formales, porque éstos no disponen de la agilidad para tal, porque no lo quieren hacer, o porque su carácter industrial no lo permite. Estas acciones ya no son tan espontáneas, sino mucho más conscientes y dirigidas a la resolución de problemas individuales, de pequeños grupos, o colectivos.

Las reacciones defensivas u ofensivas no ocurren necesariamente en una secuencia. Puede haber una sin la otra. Pero ocurren siempre en situaciones sociales específicas, donde las fuerzas opresivas (materiales y culturales) están presentes de alguna forma.

En el segundo caso, la acción sólo se realiza si las condiciones sociales favorecen la movilización. Por lo tanto, parece ser que en los momentos de movilización social, estos procesos –y en especial las acciones ofensivas– se pueden observar con más precisión. Las movilizaciones populares ocurren en diferentes situaciones y para enfrentar cuestiones diversas: pueden ocurrir al nivel de la producción, en un paro de protesta, en una huelga reivindicativa, etc.; pueden ocurrir a nivel de consumo de bienes y servicios, en un motín, en un movimiento de barrio, etc.; y pueden ocurrir a un nivel más general de lucha política, cristalizándose, por ejemplo, en un partido político (10).

del comunicador y la involucración de la persona con el ítem del caso. 3) En consecuencia, según ellos, la comunicación de masa lleva a la resistencia y no a un cambio sustancial de opinión cuando defiende una posición discrepante o el individuo está prioritariamente comprometido con la posición. Desde un punto de vista menos comprometido con el funcionalismo, pero todavía dentro de ese marco, Bauer dice que los estudios sobre el comportamiento de la audiencia en los Estados Unidos están cambiando y que el individuo, al contrario de lo que suponían los primeros análisis, actúa como un filtro, mostrando percepción selectiva, retención selectiva y recuerdo selectivo. Resumiendo algunos estudios sobre la audiencia, afirma que los análisis mostraron que el receptor puede rechazar o reinterpretar opiniones que se desvían demasiado de su punto de vista. Bauer dice que, lejos de ser pasivas, las personas buscan informaciones que refuercen o consoliden sus opiniones. Además, las personas son miembros de grupos que condicionan la respuesta a los medios, sirviendo como grupos de referencia. Para él, la audiencia es un sistema con dinámica propia, de manera que el *input* de la comunicación no puede en principio producir determinado *output.* Ver: D. O. Sears y R. E. Whitney, y R. A. Bauer en I. S. Pool y W. Schramm, *Handbook of Communication,* Chicago, Rand McNally, 1973.

(10) El "Documento de Sao Bernardo", suscrito por más de cincuenta líderes sindicales y de movimientos de barrio (es decir, por los mismos actores de los movimientos sociales) define así un movimiento popular: "Por movimiento popu-

MOVIMIENTOS SOCIALES Y RESISTENCIA CULTURAL EN EL BRASIL

En los últimos años la situación social y política del Brasil parece ofrecer condiciones interesantes para observar cómo estas cuestiones se procesan en la práctica. Después de varios años de un gobierno militar centralizado y represivo, a partir de 1974 empezaron a formarse movimientos sociales en diferentes puntos del país, en distintos grupos sociales y reivindicando diversos beneficios. Después de un largo período de inmovilismo político impuesto por la fuerza, se empieza a manifestar un descontento civil generalizado, a partir de una crisis de hegemonía y una crisis económica que afectan a todos (y especialmente a los sectores populares). Este descontento se manifiesta dispersado y aleatoriamente a través de huelgas en el campo, en las fábricas, en el sector de la enseñanza, a través de la organización o reorganización de sociedades vecinales de barrio, de nuevas asociaciones profesionales y sindicales, de manifestaciones pacíficas o violentas, de partidos políticos populares, en fin, de distintos movimientos sociales. Aunque no se pueda decir que estos movimientos tengan un peso político definitivo en el conflicto político hasta el punto de modificar la correlación de fuerzas, ya son suficientemente fuertes como para imponer nuevos actores en la escena política e influir en la coyuntura nacional.

Dentro de los límites de este trabajo, no cabe un análisis sobre el significado de estos movimientos populares en el crecimiento de la organización de oposición en el Brasil. Sin embargo, se desea argumentar que observar la evolución de los movimientos populares puede ser la forma adecuada para la comprensión del proceso de la re-lectura o "filtración" (reacción defensiva) y de los procesos de elaboración de contenidos y medios de movilización (reacción ofensiva). Aquí sólo pretendemos hacer algunas observaciones sobre los movimientos populares en el Brasil en relación al crecimiento de la oposición, buscando identificar momentos en que la acción de los grupos populares aparece como una reacción a la industria cultural o momentos en que estos grupos crean sus propios mecanismos de interacción y movilización, como respuestas al proceso general de legitimación de las fuerzas dominantes.

---

lar entendemos todas las formas de movilización y organización de personas de las clases populares directa o indirectamente vinculadas al proceso productivo, tanto en la ciudad como en el campo. Son movimientos populares las asociaciones de barrio de la periferia, los clubes de madres, las asociaciones de los barrios marginados, los grupos organizados en función de la lucha por la tierra. Y otras formas de lucha y organizaciones populares. Y también hace parte del movimiento sindical, que por su propia naturaleza tiene un carácter de clase definido por las categorías profesionales que de él hacen parte.

Sin embargo, es necesario remontarnos a algunos años atrás y verificar lo que ocurrió a partir de 1964, y especialmente después de 1968. Simplificando en exceso la cuestión, es necesario decir que el proceso de acumulación fue extremadamente cruel para las clases populares (11). A través de la intervención del Estado en las fábricas, se registró un proceso de reducción salarial real y de represión de los canales de organización (asambleas, negociación directa, sindicatos libres). Se buscó maximizar las ganancias y elevar la productividad, causando perjuicios directos al bienestar de los trabajadores (aumento de horas extras, una seguridad precaria en el trabajo, etc.). En las ciudades y en los barrios, donde se da la reproducción de la fuerza de trabajo, el mismo proceso de acumulación va a perjudicar también a las clases populares, pues los recursos públicos se destinan prioritariamente a la creación de una infra-estructura necesaria para la expansión industrial y de mercado, y no para obras sociales básicas tales como la higiene, la salud pública, el abastecimiento, la vivienda, el transporte colectivo, etc., que son relegados a segundo plano.

Tanto a nivel de la producción como a nivel del consumo se cierran los canales de manifestación y reivindicación, bloqueando así la participación política y social popular. El Estado prohibió las huelgas y asumió por la fuerza la tutela de los sindicatos, transformándolos en entidades asistenciales y determinando tecnocráticamente los índices de remuneración de los empleados. Por otro lado, hay una pérdida de la autonomía de los municipios y una disminución del poder deliberativo de los órganos de representación popular en las ciudades, en la misma medida que crece el poder ejecutivo. Todo el poder de decisión se concentra en el ejecutivo, transformando al ciudadano en un simple espectador, pues las formas organizadas de inconformismo son bloqueadas y sólo se manifiestan simbólicamente en elecciones minoritarias.

Además, el aparato ideológico crece increíblemente, y especialmente la industria cultural. La producción de aparatos de TV pasa de 408,000 unidades en 1966 a 1'711,000 en 1975 y a 2'686,000 unidades en 1980. Igualmente crece el número de emisoras y repetidoras de TV y radio, pero la producción cultural no se diversifica. Al contrario, se concentra marca-

---

(11) Es necesario explicar aquí lo que se entiende por clases populares: tomando prestado el raciocinio de J.A. Moisés, se entiende que los movimientos sociales ocurren vía "un colectivo socialmente heterogéneo", propio del capitalismo de los países dependientes latinoamericanos, que alcanzan su unidad no en el plano orgánico de la producción, sino en el plano político, donde ocurre una gran alianza, una unidad popular más que una identidad obrera. El concepto no ha sido suficientemente elaborado, pero el término incluye no sólo al obrero industrial sino también a los asalariados del sector de servicios, subempleados y otros grupos socialmente explotados. Ver: J.A. Moisés, "Contradicoes Urbana e Movimentos Sociais", en *Revista de Cultura & Política*, CEDEC, Año 1, No. 1, agosto, 1979, pp. 27-34.

damente. Desaparecen las pequeñas empresas familiares de comunicación, mientras otras se modernizan tanto en la parte técnica como en la empresarial, transformándose en grandes conglomerados que se expanden más allá del sector de comunicación social. Se forman grandes redes nacionales y se expanden las audiencias facilitadas por la urbanización, por la semi-alfabetización de las masas y por el crédito directo al consumidor. En 1966 existían en Brasil, 2'400,000 hogares con TV (el 15% de los hogares del país). Este número creció a 8'800,000 en 1975 (el 41%) y a 18'116,000 en 1980 (el 70%) (12).

Esta industria de la cultura centralizada y sofisticada ayuda a crear y a expandir los mercados para los bienes industriales, contribuyendo a implantar un clima de seudo-modernismo en el país mientras dirige asiduamente, sin costo alguno, mensajes oficiales del poder ejecutivo, con el objeto de legitimar a toda costa el régimen político a través de la divulgación de una euforia civilista y nacionalista. Mientras tanto, la centralización de la producción cultural impide cualquier tipo de participación popular directa. La comunicación se hace cada vez más verticalizada, distanciando cada vez más al emisor del receptor.

Es bajo este ambiente de doble sacrificio económico, de intensa represión política y de inducción ideológica desde arriba hacia abajo, que las clases populares brasileñas sobreviven. Durante algunos años —precisamente cuando la represión política fue más fuerte— ocurrieron pocas manifestaciones, ya fueran urbanas o sindicales. Sin embargo, esto no quiere decir que durante este período no haya existido resistencia popular a las imposiciones sociales y culturales. J.A. Moisés observa que aún en los años más duros de la represión (1970-73) los trabajadores buscaban conquistar el derecho de la clase —sostenido por una práctica de resistencia— de defenderse económicamente frente al intenso proceso de acumulación de capitales (13). Es posible que durante el mismo período, al interior de las clases populares, algunos sectores hayan vivido un proceso semejante de resistencia cultural (resistencia que puede ocurrir igualmente en cualquier otro período).

Un estudio realizado en Sao Paulo llama la atención sobre el hecho de que los análisis en general subrayan el carácter alienado y apático de las

(12) *Panorama de Midia no Brasil*, Alcántara Machado, Pericinoto Comunicacoes Ltda., Sao Paulo, 1980. Las inversiones en la publicidad dirigida por la industria cultural pasan de 1.840 millones de cruzeiros en 1970 (0.74% del PNB) a 6.000 millones en 1974 (0.80% del PNB) y a 33.800 millones de cruzeiros en 1978 (0.98% del PNB).

(13) Moisés J. Alvaro. "Problemas Atuais do Movimento Operario no Brazil", en *Revista de Cultura Contemporánea*, Año 1, No. 1, Julio de 1978, pp. 49-61.

masas populares sometidas a la coerción política y a la ideología del consumismo. El estudio dice que "sería un error pensar que la sociedad de la seudo-abundancia, creada más por la propaganda que por el consumo de masa, tiene la virtud de volver conformista a cada pobre que ve, entre perplejo y fascinado, la propaganda sobre el segundo automóvil familiar. No hay por qué pensar que en las grandes ciudades los trabajadores y las clases populares dejen de reelaborar los mensajes que reciben. Reelaboran y rechazan las imágenes, los modismos, los valores y las creencias que hieren profundamente sus propios usos, costumbres, valores y posibilidades de realización. ¿Por qué admitir que la eficacia de la técnica y de la manipulación esté asegurada de antemano? Si esto fuera cierto, toda cultura sería tan sólo la reproducción de la cultura dominante, y como quien dice cultura dice también intereses enraizados, no habría entonces una rendija por donde fuese posible buscar el gesto y la palabra capaces de negar el engaño y de proponer un orden alternativo a las cosas" (14).

E. Bosi, citando a Hoggart, afirma en las conclusiones de su estudio sobre lecturas obreras, que la industria cultural no puede alterar completamente el tejido de las relaciones concretas de que está hecha la vida cotidiana. Aunque existan, los daños de esa industria cultural no pueden ser sobreestimados pues son compensados por la compleja red de eventos y de relaciones que afectan sin cesar al obrero: el mundo del trabajo, las relaciones con los compañeros, la solidaridad, la administración del salario. Según el argumento, este tejido familiar filtra la comunicación de masa que choca con la situación vivida en el receptor. En suma, concluye el texto, la receptividad depende más de la situación del sujeto que de una alta técnica de persuasión (aunque en el texto no está claro si ésta es la conclusión del estudio o es sólo una cita) (15).

Siguiendo el argumento, parece importante considerar especialmente la cuestión de las relaciones personales, relaciones de parentesco, de amistad, de vecindad, que según el raciocinio mencionado filtran el mensaje de la industria cultural. El argumento gana fuerza si consideramos, como ya lo vimos, que los canales institucionales están bloqueados o comprometidos con el poder. En este caso, se reforzarían las redes informales de comunicación en la solución de problemas diarios, creándose canales alternativos de contactos, aunque esos canales apenas sirvan para la solución de problemas individuales aislados y no para los de carácter colectivo y permanente.

(14) Varios. *Sao Paulo 1975*. Sao Paulo 1975, p. 146.

(15) Bosi, Eclea. *Leituras Operárias*. Petrópolis, Vozes, 1972.

Un estudio sobre grupos populares en situación de adaptación en una metrópoli (donde es urgente la necesidad de información y de ayuda para la sobrevivencia y re-socialización) mostró que estos grupos no perciben los medios de comunicación como instrumentos de información, pero sí como distracción y pasatiempo; y, más todavía, que los procesos de urbanización e industrialización no destruyen la extensa estructura de parentesco. El autor del estudio observa que en la ciudad de Sao Paulo, la más grande de Brasil, por más paradojal que parezca, estos grupos presentan una estructura de parentesco tan o más extensa que la que se encuentra en comunidades rurales. Más todavía, él observa que uno de los motivos posibles para que la unidad de parentesco continuase extensa en ese medio urbano sería el intercambio de informaciones que tales grupos proporcionan a sus miembros. El estudio demuestra que aunque todas las clases recurrieran a parientes y amigos como fuentes de información para el problema de vivienda, las clases más bajas tienden *a restringirse solamente a estas fuentes alternativas.* Dice el estudio que "no se puede suponer que los pobres estén marginados. Al contrario, ellos poseen acceso a canales informales de comunicación —parientes, vecinos, amigos y coterráneos— que les garantizan informaciones acerca de problemas como la vivienda y el trabajo, que facilitan su adaptación" (16).

Hay, por lo tanto, algunas indicaciones de que hasta en los períodos de mayor represión política e intensa campaña ideológica, las clases populares no se someten dócilmente a la manipulación. A pesar de una cierta inducción cultural en el interior de los grupos dominados, parece haber algunos reprocesamientos de las informaciones que llegan por la industria cultural frente a la situación concreta vivida por el trabajador. Hay indicaciones también de que la industria cultural se utiliza más como un pasatiempo, pues ella no está dirigiendo los mensajes relevantes hacia los individuos que de hecho se dirigen hacia otros canales en busca de las informaciones necesarias, creando así medios alternativos. Los canales informales, especialmente las relaciones personales, adquieren entonces relevancia en el proceso de socialización o resocialización. Es en ese proceso de reacción (con niveles de conciencia diferentes en cada caso) que se procesa la "defensa" de los grupos dominados frente a la avalancha de la cultura consumista.

En cuanto a la resistencia ofensiva, aquella donde las clases populares toman la iniciativa de acción y se movilizan para protestar o reivindicar, la cuestión se presenta de una manera relativamente diferente. El encerramiento estructural y coyuntural que se produjo en Brasil desde 1964 y

(16) Berlinck, Manoel T. *Marginalidade Social e Relacoes de Classes em Sao Paulo.* Petrópolis, Vozes, 1975, pp. 135-145.

especialmente a partir de 1968, impidió durante algunos años el florecimiento de movimientos populares reivindicatorios. Sin embargo, cuando las clases dominantes no están suficientemente unidas para mantener el control político, encontrando dificultades para dirigir el todo social y extendiendo sus crisis sobre el Estado, las presiones que vienen de abajo acaban por descubrir espacios donde los intereses populares se proyectan.

Citando a Gramsci, J.A. Moisés dice que en las situaciones de crisis de hegemonía, "los movimientos sociales oriundos de las clases populares encuentran espacio político e institucional para expresarse. La crisis por encima amplía el espacio de libertad por debajo..." (17). Científicos sociales que realizan un estudio para la Arquidiócesis de Sao Paulo respaldan este punto de vista, agregando que la reacción popular ocurre más fácilmente cuando existe la protección de una institución reconocida (iglesia, partido, etc.) que asegure garantías mínimas. De acuerdo con estos científicos sociales, el "conformismo de las masas se da a través de la combinación entre la "cultura de la ilusión" y la represión". Pero "cuando creen que pueden manifestarse sin riesgo de una reacción avasalladora, al revés de quemar incienso en el altar de la propaganda y del consumo (las masas), expresan su rotundo *no* al estilo predominante de expoliación" (18).

En estos casos vivimos una situación donde los grupos subalternos pasan de una "reacción defensiva" a una "respuesta ofensiva". Ellos dejan de actuar apenas a través del rechazo de las "propuestas que vienen de arriba" y asumen su propio destino en la búsqueda de soluciones para los problemas que los sofocan (19). En el proceso, desprecian los mecanismos institucionales en la búsqueda de medios que respondan más rápidamente a sus necesidades. Crean nuevos canales y formulan contenidos propios (aunque estos canales sean efímeros y estos contenidos ambiguos), que surjen como alternativas a los canales formales, en la misma práctica de la acción popular. Surgen como respuestas movilizadoras (por tanto, ofensivas) de estos grupos frente al bloqueo de otros canales institucionales de representación (sindicatos, partidos, etc.).

(17) Moisés, J. A.: "Contradicoes...", op. cit., p. 33.

(18) Varios, Sao Paulo 1975, op. cit., 148 - 149.

(19) Según Paulo Freire, en un primer momento de aproximación ingenua y espontánea, la realidad no se da a los hombres como objeto conocible por su conciencia crítica. La concientización, explica Freire, implica que sobrepasemos la esfera espontánea de aprehensión de la realidad para llegar a una esfera crítica en la cual el hombre asume una posición epistemológica. Así, la concientización es también una conciencia histórica: es la inserción crítica en la história, que implica que los hombres asuman el papel de sujetos que hacen y rehacen el mundo. Freire, Paulo, *Concientizacao;* Corez & Moraes, S.M. 1980, p.26.

En el caso de la crisis política actual del régimen brasileño, esto parece ser exactamente lo que sucede. Siguiendo todavía el raciocinio de J. A. Moisés en otro trabajo, la profundidad de la crisis paga tributo a la incapacidad de los grupos en el poder de instaurar mecanismos de consentimiento por parte del conjunto de clases sociales, en forma especial de las clases populares. Frente a la crisis de hegemonía crónica, el autoritarismo brasileño no consiguió ofrecer ninguna solución estable capaz de dar legitimidad al poder. Desde nuestro punto de vista, la explicación de la compleja transformación por la que pasa el país de ninguna forma se agota en este argumento. Pero para nuestro interés aquí, "el cuadro puede estar definido como marcado por la crisis de legitimidad del régimen". Según la explicación, "frente a un régimen políticamente débil, pero de ninguna forma débil para ejercer sus funciones de coerción y control directo, carente de representatividad frente a la Nación, y por eso mismo represivo, las consecuencias de esa situación de crisis sin fin, los pasos tímidos de la sociedad civil en proceso de articulación política terminan por ganar una repercusión mayor de lo que se esperaría a partir de su organicidad, aún bastante pequeña. La crisis permanente de legitimidad se profundiza y empieza a poner en tela de juicio los propios mecanismos del ejercicio del mando. Sectores cada vez más amplios se integran en el proceso de discusión de los fundamentos de la propia autoridad del régimen. Lo que era una simple crisis de legitimidad empieza a evolucionar para transformarse en el comienzo de una crisis de autoridad". (20) La interpretación de esta reorganización de la oposición en el Brasil necesita mayor elaboración. Aquí, sólo nos interesa como la fuerza externa que actúa sobre la dinámica interna de los movimientos sociales, una cuestión que necesitamos conocer detalladamente para identificar los procesos comunicativos alternativos en las fases de la movilización.

En el caso de los movimientos obreros en el Brasil, los medios de organización y movilización inicial parecen ser las comisiones de fábrica que canalizan las acciones espontáneas para la confrontación clasista con los empresarios. Un liderazgo sindical comprometido con las bases unió a las reivindicaciones salariales las cuestiones relacionadas con la misma organización obrera, tales como la autonomía y la libertad sindical y el derecho de huelga (todavía prácticamente prohibida en el Brasil). En este proceso de reorganización y movilización trabajadora surgen nuevas formas de expresión que sirven para motivar, organizar las demandas, y llevar a la clase, colectivamente, a la acción. Son, por tanto, medios que aparecen y desaparecen en una práctica política cuando son necesarios (carteles, boletines, folletos, impresos obreros, etc.).

(20) Moisés, J.A., "Problemas...", op.cit., p. 52.

En el caso de los movimientos urbanos, la cuestión se presenta de manera diferente. En la mayoría de los casos, estos movimientos surgen para reclamar de manera inmediata contra la precariedad de los servicios sociales urbanos. La urbanización e industrialización del país crearon nuevas necesidades para la sobrevivencia de la población, necesidades que no podían ser resueltas individualmente sino únicamente a través de macro-soluciones que sólo el Estado podía tomar. Pero el Estado, como ya lo dijimos, concentró sus recursos en la infraestructura necesaria para la expansión industrial (carreteras, telecomunicaciones, etc.). La pobreza de los servicios urbanos (higiene, transporte colectivo, salud pública, etc.) acaba transformando la relación de clases populares / Estado en una relación política antagónica. El Estado pasa entonces a ser el blanco de las manifestaciones colectivas, de las revueltas, de las asociaciones de barrio.

Estas manifestaciones urbanas no tienen el grado de organización de los movimientos sindicales. Casi siempre son aún más espontáneos e inconstantes. A excepción de algunas sociedades de barrio que permanecen, no resultan en organizaciones de carácter permanente. Pero pueden llevar a conquistas efectivas y provocar efectos duraderos. Incluso cuando irrumpen espontáneamente, como lo demuestran J. A. Moisés y Martínez-Alier, y presentan un carácter de aparente irracionalidad, la acción de las masas tiene una lógica y una eficacia política: movilizar al Estado para que responda a la acción y afirmar a los grupos participantes frente a ellos mismos, a su propia potencialidad de intervenir de alguna forma en la sociedad. En la medida en que concretizan alguna forma de acción, las masas experimentan sus propias potencialidades como fuerza social, haciéndose presente con algún grado de voluntad propia (21).

Poco hablamos, en esta última parte, de los aspectos propiamente culturales o de comunicación en los movimientos sociales a que nos hemos referido. Sin embargo, esto se debe a la misma naturaleza de esos movimientos. Para las clases populares no hay posibilidades –en una sociedad autoritaria y centralizada– de expresarse de otra manera. Son los movimientos mismos formas de expresión popular, con mensajes explícitos, persiguiendo receptores específicos. Estos movimientos llevan en su propio interior un mensaje de insatisfacción popular, una solicitud a las autoridades (al Estado, en la mayoría de las veces) y una forma alternativa de decir *no*, en ausencia de otras oportunidades institucionales. Los movimientos sobrepasan el sentido de reivindicación económica inmediata para ganar luego una perspectiva política. Los movimientos cuestionan la legitimidad del poder institucionalizado, que se dice capaz pero no consigue responder a las aspiraciones populares. Por otro lado, en la medida en que el poder público

(21) Moisés, J.A. y Martínez-Alier, "Contradicoes...", op. cit., p. 22.

reprime policialmente tales movimientos (y esto ocurre con frecuencia), se deslegitima a los ojos del pueblo. El medio de expresión popular está vivo en el mismo acto.

CONCLUSIONES Y PREMISAS

Es siempre una tarea pretenciosa dudar de las proposiciones relativamente sedimentadas en la literatura, y más pretensioso todavía es intentar contradecir formulaciones que poseen un aparente correspondiente real, como es la teoría de la incorporación popular al "proyecto dominante". Esta réplica tiene muchos riesgos, especialmente cuando entramos en el terreno abstracto de la alienación popular y de su oponente, la conciencia popular.

Existen muchas dificultades para establecer premisas sobre el grado de sumisión, de reacción espontánea o de acción consciente de los grupos sociales. ¿Dónde, cómo y cuándo se da el salto entre el comportamiento comprometido y el comportamiento autónomo, auto-dirigido? ¿En qué momento se procesa la ruptura con el "proyecto dominante" (aunque esta ruptura sea apenas parcial)? ¿Dónde están los límites de sumisión y de autonomía en lo popular?

Aunque todavía no tenemos respuestas a estas cuestiones tan complejas, existen indicaciones de que los grupos sociales procesan sus propios mecanismos de autodefensa. Aunque (lógicamente) prevalezcan los valores, las normas y las prácticas culturales dominantes, a través del funcionamiento del todo social, parece haber resistencia incluso en las situaciones donde hay una combinación entre la intensa censura ideológica y la vigorosa represión política como es el caso en la mayoría de los países latinoamericanos.

Cuando este es el caso, es decir, cuando se concentra por la fuerza el proceso de decisión política y se bloquean los canales de participación y de manifestación del inconformismo, la resistencia parece asumir un carácter defensivo. La autodefensa parece manifestarse más a nivel individual, a través de una "filtración" y una selección de las apelaciones que llegan por la industria cultural y por otros medios. Pueden aparecer redes de comunicación y ocurrir intercambios de información a través del contacto con los parientes, vecinos, colegas de trabajo, para resolver los problemas de la vida cotidiana. Esta relación parece reflejar una necesidad de información que no es satisfecha por los medios de comunicación institucionales. Pero son todavía redes precarias, para la solución de problemas individuales inmediatos, donde el grado de conciencia es limitado.

Cuando hay una crisis de hegemonía del poder, los conflictos de arriba abren espacio para la organización y la manifestación desde abajo, surgiendo entonces una resistencia ofensiva. Los inconformismos, antes dispersos y episódicos, se amplían, se intensifican los contactos individuales y se consolidan los grupos, en varios niveles. La organización proporciona la fuerza necesaria para las manifestaciones abiertas y el proceso de movilización avanza. En la dinámica del movimiento, se crean nuevos canales de información alternativos a la industria cultural, canales que van a servir tanto a la movilización como a la organización colectiva. Por otro lado, la misma organización y las manifestaciones pueden adquirir también un carácter de medios de expresión popular, medios que son la única alternativa, en ciertas situaciones, de la manifestación de inconformismo y de revuelta. La respuesta popular es el mismo acto de actuar colectivamente. Estas manifestaciones, sin embargo, ocurren sólo cuando se crean o se conquistan nuevos espacios políticos, y generalmente cuando surge una protección institucional de tipo iglesia, partido político, etc. Estas son premisas generales sobre diferentes momentos de la ruptura popular con el sistema político-cultural dominante.

Pero es necesario hacer algunas aclaraciones. Primero, estos momentos no ocurren necesariamente en una secuencia, pueden coexistir de manera superpuesta, contemporáneamente. Es decir, algunas manifestaciones colectivas conscientes pueden ocurrir en determinado nivel (en el sistema de producción, por ejemplo), entretanto en otro nivel (en la reproducción de la fuerza de trabajo) el mismo grupo de individuos puede, contradictoriamente, someterse y vivir la cultura dominante, rechazarla apenas parcialmente, o enfrentarla de una manera todavía individualista. Es decir, las condiciones para el desarrollo de la organización autónoma se dieron en una instancia pero no en otras.

Segundo, dada la complejidad de las relaciones sociales contemporáneas y relacionado con el ítem anterior, las manifestaciones populares difícilmente presentan un grado de autonomía integral, ni sus presiones están exentas de valores y de formas de la cultura que les son antagónicas. Los integrantes de los grupos populares están, en todo momento, en relación con otros grupos y les es imposible crear una cultura política enteramente independiente, una cultura que no sea ambigua en su naturaleza. Buscar manifestaciones populares "puras" es perder de vista la dialéctica social. El enfrentamiento de las clases y de las fracciones de clases se da en todo momento, permanentemente. En este enfrentamiento, lo alternativo puede ser parcial o momentáneo, dejando de serlo en una etapa posterior. Lo alternativo es coyuntural, para hacer frente a cuestiones específicas, es alternativo a alguna otra cosa.

Ya planteadas estas premisas generales y las observaciones pertinentes, se pretende sistematizar a un nivel más concreto algunas ideas que son, ante todo, premisas menores, todavía carentes de mejores formulaciones y, especialmente, de fundamentos empíricos. Estas premisas pueden, sin embargo, servir de guía para investigaciones futuras sobre la cuestión de la relación entre las ideologías dominantes que impregnan a la industria cultural y su absorción o rechazo por los segmentos populares. O sea, el enfrentamiento político-ideológico, sobre la sumisión o resistencia popular, sobre la alienación y la conciencia autónoma, y sobre las contradicciones inherentes a estos mismos procesos. Estas premisas son las siguientes:

1. Frente a la discrepancia entre lo que ofrece la industria cultural y la situación real, los grupos populares hacen su propia lectura de los mensajes de masa que les llegan: a) sacando informaciones que les son necesarias para la resolución de problemas sociales cotidianos (cuestiones sobre empleos, salarios, precios, transporte, seguridad, etc); b) rechazando (por desprecio, no retención, etc.) las informaciones cuyas apelaciones entran en conflicto con las posibilidades concretas de realización en su vida cotidiana, en su ambiente de trabajo o de vivienda; c) dando a las apelaciones conflictivas con sus realidades un carácter de diversión cuya funcionalidad estaría en el uso catártico y no en su utilidad para la resolución de problemas concretos.

2. A pesar de la naturaleza atomizadora de la industria cultural, los grupos populares interactúan cotidianamente y se reúnen a través de: a) la creación de mecanismos paralelos (alternativos) de contactos interpersonales para el intercambio de informaciones necesarias de todos los días; b) mecanismos estos que serán más numerosos y extensos cuanto mayor sea el bloqueo de los canales institucionales de comunicación e información.

3. Donde y cuando los canales institucionales (la industria cultural, inclusive) están bloqueados a la participación, los grupos populares expresan su inconformismo a través de movimientos dispersos y esporádicos que: a) son la única forma de manifestación popular posible frente al encerramiento político-institucional; b) poseen un mensaje claro de inconformismo popular a pesar de su carácter espontáneo; c) tienen un destinatario (un receptor para sus mensajes) bien definido (las autoridades constituidas, o sea, el Estado en sus varios niveles de representación).

4. Donde y cuando la correlación de las fuerzas políticas lo permita, los grupos populares, para expresar sus inconformismos y demandas, crean sus propios canales de comunicación alternativos a la industria cultural que, dependiendo de las condiciones reales: a) asumen la misma forma de medios institucionalizados (dominantes), tales como manifiestos, boletines, pequeños diarios, publicaciones periódicas; o b) asumen la forma de organizaciones precarias y efímeras, tales como asambleas, manifestaciones (*passeatas*), actos públicos; c) utilizan diversos otros pequeños medios para establecer redes de solidaridad y llevar a la movilización, tales como conversaciones , solicitudes, notas, reuniones, panfletos.

Este conjunto de premisas provisionales no agota las situaciones de resistencia popular frente al "proyecto dominante". Ni pretende ser un inventario de las diferentes situaciones de ruptura, que van a variar según el nivel de enfrentamiento social en cuestión. Las premisas son, ante todo, una tentativa analítica por sistematizar algunas reglas que puedan desdoblarse posteriormente en proyecto de observación empírica de la relación cultural dominante-dominado. Lo que se pretendió demostrar aquí es que, aunque se manifiesten de manera precaria, ambigua y efímera, las clases populares resisten a las tentativas de dominación. Ellas reafirman la fuerza de clases que, incluso en condiciones políticamente desfavorables, resisten a un modelo de organización social que no las beneficia.

Es posible que se haya cometido el error de sobrevalorar lo popular en este trabajo. Es natural que ocurra esto. En la ansiedad de contestar a la llamada teoría de la incorporación, repetida mecánicamente en muchos estudios sobre la industria cultural, puede que se haya puesto mucho énfasis en la otra cara de la moneda, la resistencia popular. La verdad es que todavía no se han contestado las cuestiones sobre hasta dónde va el grado de autonomía de esa resistencia popular y en qué sentido los movimientos representan de hecho un rompimiento con el autoritarismo represor y el populismo tutelar. Más complejo todavía es saber si estos movimientos se generalizarán hasta el punto de dar una organicidad a las reivindicaciones y de proponer una organización social alternativa. A pesar de los progresos, en las condiciones represivas actuales será muy difícil pasar de la autodefensa y de la espontaneidad a una participación consciente en el aparato de decisión política. En el momento actual del desarrollo político brasileño, este proyecto está lejos de realizarse. Pero la relativa autonomía frente al Estado y la negación del paternalismo es lo que hay de nuevo en esos movimientos y lo que les otorga, desde ya, una gran importancia en el cuadro político nacional.

II. LOS CAMBIOS INSTITUCIONALES

RELEVANCIA DE LO POPULAR EN LA DEMOCRATIZACION DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION: APUNTES PARA EL ANALISIS DE LA REFORMA DE LA PRENSA EN EL PERU

Luis Peirano Falconí

Hay en el Perú, como en otras partes de Latinoamérica, algunos órganos de expresión masiva que responden a una calificación más o menos gruesa, pero a la vez unánime, de "populares". El diario vespertino *Ultima Hora* y la emisora radial "Radio Mar", por ejemplo, han respondido así, desde su creación en muy distintos momentos de nuestra historia, a una destemplada autocalificación de populares, la misma que ha llevado a una rápida actitud del público a reconocerlas como tales. Cualquiera que pregunte sobre este punto habrá de obtener, con matices, una respuesta confirmativa de estos medios como directamente vinculados al gusto popular y, en menor o mayor medida, a las diferentes formas del lenguaje y el pensamiento popular.

Nada más cierto, y a la vez más falso, que todo esto.

Nuestra realidad cultural nos permite hacer afirmaciones en sentido contrapuesto sobre ella misma, en la medida en la que, muchas veces, en una forma expresiva de la misma conviven elementos contradictorios, supeditados a una lógica que los trasciende y finalmente los ordena en su relevancia.

Desde fines de la década de los sesenta se intensificaron en el Perú los ensayos de interpretación sobre la pluralidad de nuestra cultura, así como sobre la búsqueda del sentido auténtico de la misma. A los planteamientos teóricos originales sobrevino la polémica e, inmediatamente, la lucha ideológica y política al presentarse, en la coyuntura propiciada por el gobierno del general Velasco, la oportunidad de hacer propuestas concretas de acción sobre este campo hasta entonces no tocado. Los últimos veinte años han dado, pues, material teórico y experiencias políticas suficientes para intentar una reflexión y un balance que nos permitan reubicarnos frente al problema de la cultura en el Perú en relación a su tratamiento en los medios de comunicación de masa.

Si bien en estos años se ha avanzado notablemente en la percepción y ubicación más o menos centrada del problema de la cultura –principalmente a través de los aportes sobre lo que se denominó la cultura de la dominación– es claro también que no es suficiente, para entender las contradicciones a que da lugar el sentido y presencia de lo popular en la cultura y los medios de comunicación, referirla a una suerte de pesimismo que ve agonizar una cultura autóctona en manos de agentes extranjeros (1).

En el presente trabajo tomaremos sólo una parte pequeña de esta tarea, bosquejando el análisis de lo que ha sido, a partir de la experiencia concreta del intento de reforma de la prensa, el tratamiento de la participación popular en los medios de comunicación y las posibilidades de la presencia de lo popular en dichos medios.

Partimos para esto de una distinción entre los medios de comunicación institucionalizados, es decir, aquellos necesariamente referidos a un sistema más o menos complejo que les permite funcionar y tener validez acreditada públicamente, y aquellos medios usualmente no institucionalizados referidos al funcionamiento espontáneo en comunidades locales o experiencias programadas de modelos de comunicación alternativa.

El intento de reforma de la prensa se ubica en el primer rubro, el mismo que siendo de indudable trascendencia para el tratamiento del problema y definitivo para analizar las posibilidades de una democratización de la información y la comunicación, es, por su condición misma de medio masivo, el más difícil para el señalamiento de la presencia de una cultura popular y para reconocer una participación popular generalmente tamizada por los partidos políticos y las fuerzas políticas que la proponen y/o limitan.

La diferencia entre medios institucionalizados de comunicación y medios focales de comunicación alternativa no es meramente formal o de alcance en el manejo de los contenidos. Alude al sometimiento estructural de los primeros al orden de la sociedad en su conjunto y al carácter contestatario, alternativo, de los últimos. La diferencia es importante también porque permite una hipótesis de trabajo que señale gruesamente el divorcio existente, en primera instancia, entre cultura masiva y cultura popular en la condición actual de nuestros países. Los medios institucionalizados están así referidos a un ordenamiento que rebasa las fronteras nacionales y que por tanto son condicionados por el orden institucional.

Las experiencias de comunicación alternativa, muchas de la cuales funcionan todavía en una especie de limbo involuntario, son receptivas y en

(1) Cf. Sobrevilla, David, "La cultura y la filosofía de la dominación. Apuntes sobre un planteo de Augusto Salazar Bondy". En *Apuntes*, No. 1, Lima, 1973.

algunos casos peculiares atesoradoras de los más ricos y genuinos elementos de expresión de la cultura de nuestro país. En otro lugar habremos de ocuparnos, como ya lo han hecho otros investigadores, de este tipo de comunicación alternativa, que no por modesta y focalizada deja de ser vital para el diseño de un proyecto de cambio del orden comunicacional vigente.

I. LO POPULAR

Decíamos arriba que *Ultima Hora* era y no era popular. Ello nos obliga a una explicación sobre los diversos sentidos a los que alude el término popular. Dos son los ejes sobre los que se sustentan las acepciones de este término. La primera alude al marco ideológico característico del sistema social en su conjunto, el mismo que propone una unidad aparente o externa del sentido y el gusto popular. Esta acepción pretende lograr una definición coherente y única para definir los popular como aquello que se difunde, se consume y se reproduce rápidamente a partir de una demanda mayoritaria e incontrastable. Esta acepción tiene como agente principal al sistema político, el mismo que actúa como "universalizador" de los intereses de las clases dominantes, propiciando un proyecto cultural de carácter orgánico que subsuma dentro de sí los elementos más espontáneos de la cultura producida por el pueblo.

La segunda acepción se refiere justamente a los sectores de la realidad cultural donde, muchas veces de manera disgregada e incoherente, se constituye lo que algunos han denominado saber popular; es decir: el conjunto de conocimientos primarios sobre el mundo y la sociedad que permiten un comportamiento productivo, una recreación estética elemental y la utilización de un lenguaje directamente vinculado a la vida cotidiana. Es imposible referirse directamente a ésta realidad del saber popular en la medida en que no se la reconozca articulada con la expresión popular hegemonizada por la clase dominante. La ambigüedad y la contradicción hacen más difícil entretejer cuerpos más completos de significación cultural en este campo, de por sí disgregados de la expresión popular de las clases subalternas (2).

La integración cultural adquirirá sentido a partir de la categoría teórica de hegemonía política, es decir, de la prevalencia de una fuerza social específica y del proyecto histórico que ella propone. El contenido del proyec-

(2) Para este planteo nos valemos aquí del ordenamiento de algunas categorías analíticas sintetizadas en los trabajos teóricos y proyectos de investigación de Sinesio López.

to de una clase supone la forja de un orden estatal, económico social y político cuya expresión hegémonica es antes que nada cultural y moral. Cuando las clases dominantes no logran establecer un proyecto político que sustente una hegemonía cultural, el sentido de lo popular se diversifica en un conjunto de formulaciones de agresión y resistencia permanente. En estas condiciones, la imposición final de la ideología de las clases dominante, aunada a su incapacidad de formular un proyecto político y cultural hegemónico que integre y subsuma el conjunto de las manifestaciones populares, conduce a una disgregación y focalización cerrada de formulaciones de cuerpos culturales. Esto supone, pues, la desintegración cultural y por ende la ausencia de una cultura nacional.

La carencia de una cultura nacional permite contextualizar, por ejemplo, manifestaciones de lo popular tan específicas como el folklore en tanto manifestación cultural "pura" frente a lo criollo en su significación anti-indigenista y obsesionada por la superación de su origen y la búsqueda de identidad. Hay entre el folklore y lo criollo una diferencia expresada de diferentes maneras y que tiene que ver con la libertad con que se mueve el primero ofreciendo resistencia a la penetración cultural, ineficaz en la medida en que no exista la hegemonía necesaria de las clases dirigentes para hacerlo. La posibilidad y el intento real de hegemonía de una clase propondrá paulatinamente formas de "envoltura ideológica" de integración de las manifestaciones culturales de las clases populares.

Es en el lenguaje donde se expresa más claramente la distinción entre los diferentes ejes semánticos que comanda el término popular, así como la ineludible síntesis ideológica que a través del mismo se hace en todos los medios de comunicación que cubren el sistema social al que pertenece. En la utilización del lenguaje mismo, del idioma nacional y oficial, como en los medios de comunicación, y los lenguajes específicos de cada uno de ellos, se traducen y concretan acepciones distintas de lo popular. La historia de nuestros países presenta periodos distintos en el tratamiento del lenguaje, dependiendo de la constitución más o menos sólida de un proyecto histórico y la hegemonía necesaria para llevarlo adelante, así como de la fuerza propia del movimiento popular para hacerse presente en el uso del mismo.

Desde Gramsci y la discusión de su obra se han intentado diversos avances sobre las maneras en las que el sentido de lo popular se hace presente en contraposición dialéctica con la ideología dominante.

De una u otra manera se ha rescatado tanto el papel de resistencia indesmayable de los sectores populares como la importancia del papel de los intelectuales. Mucho se ha equivocado el camino y de esto ha dado cuenta irrecusable la misma experiencia (3).

Algunos intelectuales han dado también voces de alerta en este sentido, especialmente en la conducción formal de órganos de expresión. Tal es el caso de los diarios expropiados en el Perú, que, teniendo su origen y razón de ser en la defensa de los sectores populares, funcionaron con los condicionantes y reglas de juego propios del orden informativo y comunicacional del sistema en su conjunto.

Difícil papel el de los periodistas e intelectuales empeñados en llevar adelante un proyecto de comunicación alternativa en los medios institucionalizados del sistema. Ellos tienen una tarea múltiple que atiende tanto al manejo de los contenidos a expresar como al de todos los aspectos formales a través de los cuales estos contenidos se imprimen en las páginas de un diario. Esta tarea múltiple se enmarca a su vez en un objetivo mayor cual es la elaboración de una propuesta de cambio del ordenamiento y de la "lógica", a través de los cuales se dan los procesos sociales de información y comunicación.

La magnitud de la tarea y la incapacidad de la mayoría de la dirigencia política e intelectuales del movimiento popular para entender la relevancia del problema cultural y su expresión en los medios de comunicación, hicieron que en el Perú fuesen muy pocos los intentos de lucha ideológica a través de órganos de expresión de alcance nacional que fuesen más allá del manejo de información y opiniones de intelectuales progresistas favorables al movimiento popular. Los esfuerzos de creación de publicaciones alternativas en el Perú han sido varios, pero no han logrado, en ningún caso, ir más allá de conmocionar espacios de la vida política y cultural del país durante algunos meses. De aquí la importancia y la justificación de muchos intelectuales y dirigentes populares, de apoyar las experiencias de reformas emprendidas por el gobierno del general Velasco en el campo de la comunicación (4).

II LA REFORMA

El golpe militar de 1968 en el Perú tiene múltiples peculiaridades. Quizá una de las más mencionadas en su origen, pero inmediatamente desatendi-

(3) Tal es el caso, por ejemplo, de la confusión entre lenguaje popular y el gusto coprolálico que algunos promotores sociales, periodistas y jóvenes dirigentes políticos pretenden identificar con él.

(4) Es sorprendente el número de científicos sociales dedicados originalmente a temas de carácter más bien estructural, que han "cambiado de especialidad" dedicándose a temas antes considerados "menores" tales como la cultura, el arte y la comunicación

da hasta llegar a constituirse en problema principal, consistió en el manejo de la opinión pública y el apoyo popular. No hay testimonio ni estudio alguno sobre el proceso peruano a partir de 1968 que no señale el vuelco favorable de opinión popular ganado por el gobierno de Velasco con la nacionalización inmediata de las instalaciones de la International Petroleum Company. Los pasos siguientes en este sentido, sin embargo, habrían de hacerse esperar por lo menos hasta 1970, con la dación de la Ley de Reforma Agraria y los planes de difusión y capacitación para aplicarla. Las cronologías de los hechos acaecidos reseñan hasta fines de 1969, año en el que se dicta el Estatuto de la Libertad de Prensa (D.L. 18075) sólo medidas más o menos tradicionales para un gobierno de facto: allanamiento y clausura de medios de información, detención y deportación de periodistas. Por otro lado, dictamina una serie de cambios en la administración del estado y de dispositivos de control para el uso de la libertad de prensa.

Las medidas tomadas por el gobierno serán todas de carácter político y tienen su máximo exponente en la expropiación de dos diarios, (*Expreso* y *Extra*, matutino y vespertino, respectivamente) en marzo de 1971 y, en noviembre de ese mismo año, del 51o/o de las acciones de las emisoras de televisión.

La legislación sobre comunicaciones habrá de empezar a multiplicarse de manera insólita, combinándose con las medidas de lucha política que el propio Presidente Velasco se encarga de verbalizar, tanto en contra de la Sociedad Interamericana de Prensa como contra los propietarios de las empresas de comunicación afectados por la legislación.

De hecho, y por vías diversas (expropiación, inhabilitación en sus puestos de directores a extranjeros o peruanos que no residían la mayor parte del año en el país, instalación de Comunidades Industriales en las empresas de comunicación, incentivación a la organización sindical en diarios como *El Comercio*, donde la creación de un sindicato fue poco menos que imposible hasta estos años, etc.), el gobierno del general Velasco trastrocó desde el punto de vista legal y político el orden vigente en las principales instituciones de información y comunicación social en el país. No es sino hasta el discurso presidencial de julio de 1973 que Velasco habría de contextualizar en un proyecto más ambicioso y sistemático el conjunto de medidas legales y políticas tomadas hasta la fecha. Refiriéndose al irrestricto uso de la libertad de prensa, decía:

"Cuando todos los días los periódicos de ultra-derecha atacan al gobierno, resulta poco menos que irónico escuchar alegatos en favor de una libertad de prensa que nadie ha puesto en peligro. En realidad, en el país existe abuso de esa libertad, no ausencia de ella... ".

Y en relación al proyecto, habría de añadir:

"... se trata pues, más bien de reformular todo el problema que plantean los medios de comunicación a fin de garantizar que constituyan efectivos canales de libre, veraz y completa información, vehículos verdaderos de cultura y no como algunos son todavía órganos de presión al servicio de intereses familiares o de grupo".

A las palabras de Velasco suceden las más elaboradas del general Fernández Maldonado, entonces Ministro de Energía y Minas, que en la ceremonia de instalación de la Comunidad Industrial de un diario dice lo siguiente:

"La prensa no es un negocio ni una tribuna para la opinión individual, de familia o de grupos al servicio de minorías privilegiadas. Por lo menos no puede ser así en un régimen revolucionario. La prensa es un derecho del pueblo a ser verazmente informado, y ante todo un servicio fundamental para la colectividad, a la que se debe".

"La libertad de prensa, empero, ni siquiera es un único derecho de los informantes a informar. Es, igualmente, un derecho del pueblo a ser verazmente informado. Como derecho. La exigencia es en doble sentido. Pero, igualmente, la responsabilidad es por entero del periodismo. De ahí lo difícil que es hacer uso de una auténtica libertad de prensa. En el ejercicio diario de ella nos encontramos todos cara a cara con la dura realidad. Estamos aprendiendo a construir los cimientos de una real Libertad de Prensa, y abandonando la escala de valores que en el capitalismo hizo posible confundir libertad de informar y opinar con libertad de empresa. Quienes no entienden el nuevo rol revolucionario de la prensa jamás hablarán ni entenderán el lenguaje de la Libertad de Prensa, asumida como un servicio social abierto, noble y concientizador ante un pueblo que durante muchos años estuvo reclamando y exigiendo su derecho a la verdadera información que le fuera sistemáticamente negada en el pasado. El pueblo quiere que se le diga a través de órganos de información que sienta suyos, aquellas grandes verdades que viene intuyendo desde siempre, pero que muy pocas veces las ha visto escritas en blanco y negro".

Durante el lapso que va entre estas declaraciones y marzo del siguiente año, cuando se publica el D.L. 20550 por el que se crea el Sistema Nacional de Información (SINADI), las cronologías sólo consignan las deporta-

ciones de Luis Felipe Angell ("Sofocleto"), por la publicación de un artículo comparando la situación de Chile con el Perú y de Aníbal Quijano y Julio Cotler, editores de la revista *Sociedad y Política*. No se imponen medidas de ningún tipo, que no fuesen: controlar los medios de comunicación con los dispositivos legales creados con este fin, en la mayoría de los casos, y preparar una reforma institucional, una "solución integral" –en palabras de Velasco– al problema de los medios de comunicación de masas.

Se ha señalado en varios trabajos sobre el tema que el proyecto de reforma de los medios se hacía posible en momentos en los que el conflicto al interior de la cúpula militar alcanzaba uno de sus puntos límite. El Ministro de Marina, Vice-Almirante Vargas Caballero, hacía cada vez más explícita sus simpatías por la "cultura occidental y cristiana", y su apoyo a los propietarios de *El Comercio* lo llevó a un enfrentamiento que Velasco habría de resolver con un rápido cambio en los cuadros máximos de la Marina.

Entre la dación del D.L. 20550 que creaba el SINADI en marzo de 1974 y los D.L. 20680 y D.L. 20681 que promulgan un nuevo Estatuto de Prensa y expropian los diarios de circulación nacional, habría de darse, desde las páginas de estos diarios, la más enconada y decisiva batalla ideológica de los últimos tiempos. Los propietarios solicitaban desesperadamente del gobierno la exposición de los criterios a emplearse en el modelo de modificación de los medios de comunicación, alertando sobre los peligros del monopolio estatal propio de regímenes totalitarios. Los diarios, usualmente enfrentados con el encono propio de quienes desde las clases dominantes defienden intereses disímiles, habrían de mostrarse según el titular de *La Prensa* del 26 de julio "Unidos contra el comunismo".

Para entonces, sin embargo, la cuestión estaba decidida; los discursos políticos del general Velasco no ocultaban una agresividad creciente y desenfadada contra los dueños de los diarios de circulación nacional, y un equipo de intelectuales –colaboradores del régimen– entregaban apuradamente un proyecto de reforma insólito en el mundo entero. La madrugada del 27 de julio de 1974, el gobierno tomaba los diarios.

III. EL ANALISIS

Los recuentos periodísticos, ensayos y estudios especializados de esta experiencia, han centrado en el momento de la expropiación el grueso de su atención; tanto a nivel descriptivo –de quién era cada diario y a qué "sector organizado de la población" habría de asignarse– como al de las repercusiones sociales de la medida. Tal énfasis resulta lógico en virtud de

la originalidad de la experiencia y de explicar un tanto, por lo menos formalmente, cómo fue planteada la reforma; pero deja de lado aspectos medulares que expliquen el por qué del fracaso de la misma.

El buen aprovechamiento político de la experiencia peruana de democratización de los medios de comunicación requiere, sin embargo, de la sistematización de los problemas claves detectados en el desarrollo de una reforma cuya pretensión no tiene antecedentes válidos. Algunos de estos problemas han sido reseñados en los testimonios de los intelectuales protagonistas de la experiencia y en estudios parciales sobre este tema, de los que se da cuenta al final de estas líneas. Pero se requiere de un esfuerzo sistemático al que esta sucinta presentación busca contribuir, señalando la falta de una adecuada consideración del sentido de lo popular y la ausencia de mecanismos y disposiciones que hicieran factible un proyecto de democratización de la cultura en el campo de la comunicación social. El reto de hacer de los periódicos formas reales de expresión de lo popular requería de un proyecto histórico alternativo, que al intentar pasar del esbozo declarativo a la acción concreta encontró sus propios límites.

Cada uno de los ítems tratados a continuación ofrece material suficiente para un estudio específico sobre el mismo. Más allá del mero interés académico, interesa, sin embargo, hacer un señalamiento de la concentración del esfuerzo de la reforma de los medios en la formulación jurídica y política, así como la falta de consideración suficiente a los requisitos para hacer de la participación popular y de la asunción de la cultura popular pilares fundamentales de la misma.

1. SOCIEDAD GLOBAL

Se trata aquí de señalar, en primer lugar, la importancia de la relación entre comunicación y democracia, entre medios de comunicación y medio social.

Los aspectos sobresalientes de este ítem fueron básicamente declarativos y dieron lugar a la fundamentación de la reforma, pero no tuvieron desarrollo más allá del esfuerzo de coordinación con las reformas estructurales: agraria, laboral, industrial. La reforma de los medios aparecía siempre dependiendo de las posibilidades de desarrollo de las otras reformas. Así, por ejemplo, la vía de democratización de las empresas periodísticas se apoyaba en la instalación de la comunidad industrial y en la gestión de una fuerza que democratizara las decisiones al interior de las mismas. La aplicación del D.L. 19400 y la organización campesina, concretada recién en octubre de 1974 con la constitución de la Confederación Nacional Agraria, habrían de dar cierta presencia, muchas veces formal y siempre parcial (en

la medida en la que ya existía una Confederación Campesina del Perú –CCP– opuesta al gobierno), a la representación campesina en el diario asignado.

Por otra parte, el supuesto apoyo en la reforma educativa, como marco de referencia vital a la democratización de los medios, es quizás el más explicativo de las debilidades del proyecto en términos de la relación reforma de los medios y sociedad global. Gran parte de la fundamentación del interés ante el proyecto de reforma educativa se refería a la des-escolarización de la educación, a la utilización de medios no formales en el proyecto y, por tanto, al papel fundamental que debían cumplir los medios de comunicación. Los testimonios de quienes conformaron los equipos de la Dirección de Extensión Educativa del Ministerio de Educación se han encargado ya de hacer evidente la incapacidad financiera, política y administrativa para el desarrollo de este importantísimo proyecto, más allá de las experiencias focales con prensa popular, circuitos cerrados de radio y televisión, y formas de comunicación dialógica.

La inadecuación entre reforma educativa y medios de comunicación fue tan grande como la voluntad de hacerlas parte de un mismo proceso de cambio. La paulatina esclerotización de esta voluntad hacía cada vez más extraña y anti-natural al sistema en su conjunto esta relación.

2. EL ESTADO

Puede afirmarse que el Estado, aquel voluminoso y fuerte Estado constituido del 68 al 74, fue el protagonista: promotor, catalizador principal y cancelador, de la experiencia. A pesar de la multiplicidad de agentes intervinientes en el proceso, entre los que se encuentran los intelectuales comprometidos en la reforma, las organizaciones de base que participaron realmente y aún las difusas formas de intervención y apoyo popular que superaban el de las organizaciones populares creadas "al calor del proceso peruano", como se decía entonces, el Estado y sus oficinas de fiscalización (Oficina Central de Información) fueron los actores determinantes.

Queda mucho por discutir en lo que respecta a este ítem, tanto desde el punto de vista técnico como político. De hecho, en la experiencia existió no sólo una sobre-presencia estatal sino una constante devaluación del papel de los intelectuales comprometidos con la misma. La lucha política en el seno del poder, y las contradicciones que generaba el proyecto de reforma en la sociedad en su conjunto, propiciaron entonces lo que algunos llamaron "guerra fratricida" entre los intelectuales, mientras el gobierno, su desnaturalizado padre, aprovechaba de la misma para decidir de acuerdo

a presiones e intereses cada vez más obviamente contradictorios con la definición del proyecto original.

La falta de estructuración de las decisiones que al nivel del Estado se tomaron a los pocos meses de inicada la experiencia, hizo que se produjese un "deterioro moral y político", según calificaba la situación uno de los directivos de la prensa, y que hacía pensar a otro que la comunicación a través del Estado era poco menos que la negación de la comunicación social.

3. EL MODELO

El día 27 de julio de 1974, los periódicos celebraron desde sus primeras planas la más útopica de las primaveras informativas. En efecto, los primeros meses fueron de un cambio de tal naturaleza en los contenidos y la orientación de sus titulares que habrían de dar lo que un periodista denominó: la falsa imagen de una derrota del capitalismo en el Perú.

El modelo permitía la presencia real de la gama completa de tendencias en pugna dentro y cerca del poder, la misma que convenía en una propuesta alternativa al capitalismo aunque sin proponer de manera integrada un proyecto histórico. La reforma de la prensa, a pesar de darse en el sexto año del gobierno, celebraba, a la cabeza de otras reformas, el poder y el éxito de la revolución. La reforma era popular en la medida en que los intereses populares se expresaban en sus páginas.

Esto no se debía, sin embargo, a la eficacia del modelo. Por el contrario, se debía más a un manejo que, salvo excepciones, era absolutamente tradicional a la prensa decimonónica. Los nuevos directores de los diarios imponían al modelo de comunicación establecido un cambio que frente al reto de creación de un nuevo modelo de prensa resultaba mínimo y sujeto más a la coyuntura política que a la elaboración de un proyecto de comunicación social alternativa en el campo de la prensa. El modelo preveía principalmente una forma organizativa para la reforma, la misma que demostró ser básicamente postiza e improvisada, pero no definía criterios que alterasen el esquema de comunicación básico del que se valía la prensa tradicional. Los términos de la batalla eran, pues, los del sistema establecido y no los definidos en la fundamentación del proyecto.

En este sentido los diarios continuaron siendo los mismos; trincheras que apuntaban a buscar la maximización de la validez de su opinión en la de los gobernantes y en la opinión pública. Así, *El Comercio* siguió siendo *El Comercio*, a pesar de haber sido asignado al sector campesino, de la o-

rientación demócrata-cristiana de sus editoriales y de la aparición de una página campesina en honor de los nuevos dueños del periódico.

El criterio rector del modelo fue el de pluralizar, diversificar, la función institucional clásica de la prensa, la misma que en el desarrollo del capitalismo consiste en la influencia, participación y defensa del poder político.

Para lograr esta repartición del poder de informar habría de imponer como propietarios a las organizaciones populares. En términos de un intento de democratización, este fue, sin embargo, un camino imaginativo a partir de un voluntarismo político ajeno a un conocimiento básico de la contundencia y solidez que tienen los modelos vigentes de los medios de comunicación institucionalizados. Cambiar el modelo con el que funcionaba, funcionó y funciona *El Comercio*, supone mucho más que el cambio de dueño, que la variación en sus editoriales y el propiciamiento de una participación popular sin los medios suficientes para poder ser real.

4. LOS SECTORES

Como se sabe, los diarios fueron asignados a "sectores organizados de la población" (*El Comercio* al sector campesino, *La Prensa* al sector laboral, *Expreso* y *Extra* al sector educativo, *Ultima Hora* al sector servicios, *Correo* al sector de profesionales, *Ojo* al sector de intelectuales y artistas, *La Crónica* permaneció como diario del Estado) cuya conformación en los términos propuestos era, por decir lo menos, bastante dudosa.

Peor aun, las organizaciones populares que para ese entonces existían y funcionaban en algunos casos de manera preponderante en los sectores mencionados, eran abiertamente opositoras al gobierno; tal es el caso, por ejemplo, de la Confederación Campesina del Perú (CCP) y del Sindicato Unico de Trabajadores en la Educación del Perú (SUTEP). Por otra parte, los colegios de profesionales eran también, en su mayoría, opuestos al gobierno.

Adicionalmente, la inadecuación entre el tipo de periódico, el mismo que se define por muchos aspectos más que por su condición formal de standard o tabloide, y las características del sector depositario era bastante grande: "¡ ¡ Ni uno en su sitio !! ", exclamaría uno de los periodistas más activos comprometidos con la reforma, aludiendo a la incoherencia entre el tipo de periódico expropiado y la condición de sus nuevos dueños. "Faltaron sectores y sobraron periódicos", añadiría luego, aludiendo a la incompatibilidad entre el proyecto y los condicionamientos de la realidad misma (5).

(5) Moncloa, Francisco (1977)

El primer año de reforma hizo ostentosa la condición de *El Comercio* frente a la sencillez propia del campesinado. En la estructura vigente del modelo de comunicación periodística, este diario representa más que ningún otro la relación prensa-opinión pública. Esto se da al punto de lograr, en el lenguaje común, el reemplazo del término *diario* por el término *comercio*, tal como se hace con el nombre de una mercancía por el de una marca que la fabrica (Gillete por hoja de afeitar, Frigidaire por refrigeradora, etc.). La presencia de los campesinos en la biblioteca del directorio de un diario de familia, que testimoniaba uno de los mejores momentos en el intento de reforma de *El Comercio*, fue tan impresionante como fugaz en la experiencia de reforma de la prensa.(6)

Los sectores no pudieron articular las Asociaciones Civiles creadas por la ley para dirigir los diarios. Los intereses de control del Estado y lo difuso de los sectores se dieron la mano. El ítem de las Asociaciones Civiles queda, sin embargo, como uno de los más interesantes a analizar para el buen aprovechamiento de la experiencia.

5. EL MOVIMIENTO POPULAR

El Gobierno Revolucionario de la Fuerza Armada tuvo en su relación con las bases una propuesta ambigua. El denominado binomio pueblo-fuerza armada no pudo, en lo fundamental, resolver algo que en sus presupuestos declarativos, especialmente en la lucha política a través de los diarios reformados, aparecía como cuestión principal: el problema de la militancia.

Como se sabe, entre los lineamientos teóricos del proceso se postuló la tesis del no-partido. Discutida y controvertida, la tesis del no-partido logró prevalecer hasta anular cualquier intento de militancia orgánica hasta las fases más controvertidas del proceso. De hecho, la negación de cualquier intento de organización que diese forma real al binomio pueblo-fuerza armada hizo que se estableciese un vacío entre el gobierno y las organizaciones gremiales y políticas no condicionadas al mismo. La alternativa del gobierno fue la instrumentalización, el uso manipulativo de las bases, o el cuestionamiento de las mismas.

Más allá de la validez del modelo de reforma de la prensa, la falta de participación popular se habría de convertir en la condición principal para todo el proceso, en relación a las posibilidades de democratización. La condición no cumplida fue establecida ya por algunos de los intelectuales que participaron en el proceso, esto es: convertir la revolución "desde arriba" en una revolución "desde abajo" o "activa". Los testimonios posteriores al

(6) Cf. Jaworski, Hélan (1979).

cierre de la experiencia, con la devolución de los diarios a sus antiguos dueños, habrían de coincidir fríamente en que para el momento de la expropiación no había una organización popular suficientemente fuerte que viabilizara una reforma que, adicionalmente, se había dado demasiado tarde.

6. LOS CONTENIDOS

No cabe duda alguna del impacto inmediato de la reforma sobre los contenidos y la orientación ideológica de la información. Tanto los editoriales como los artículos de opinión e información periodística sufrieron durante la reforma una variación radical en términos políticos.

Mucho, sin embargo, queda por estudiar sobre la significación cultural de este cambio por el que la palabra fue ofrecida, a veces indiscriminadamente, a diferentes sectores del pueblo. La presencia de comunicados de las organizaciones gremiales y políticas fue tan considerable como insólita. Algunos contenidos de cultura popular, o sobre ella, aparecieron tímidamente, incentivados especialmente por aquellos intelectuales más cercanos al seguimiento de las manifestaciones artísticas y folklóricas.

Hay, sin embargo, notables diferencias entre lo que en este aspecto hicieron uno y otro diario. *Ultima Hora* y *El Comercio* fueron, así, básicamente los mismos. El primero tratando con el sensacionalismo propio de los periódicos "amarillos" sus puntos de vista frente al curso del proceso político. El segundo suprimiendo la página de "sociales", hasta entonces dedicada a reseñar matrimonios, bautizos y fiestas familiares de la alta sociedad, y reemplazándola por algo no muy diferente relacionado con los grupos de poder presentes en el nuevo régimen.

En diferentes —pocas— oportunidades, algunos periodistas dieron cabida a diferentes acciones populares discrepantes o discordantes con las acciones de gobierno. Tal fue el caso de la toma de tierras en Andahuaylas, liderada por la Confederación Campesina del Perú, opuesta al régimen y a la reforma agraria. La excepcional información apareció en *La Crónica*, diario del gobierno, en manos del más singular y creativo grupo de intelectuales y periodistas empeñados en la reforma. Su permanencia en el proyecto sólo pudo darse en virtud de una rápida rectificación. El Director de este diario escribiría, no bien terminada su participación en el proyecto, una novela que habría de quedar como uno de los más atractivos y contundentes testimonios de esta experiencia. El *No mi general* que daría título a la novela habría de darse, sin embargo, luego de incansables negociaciones con la Oficina Central de Información (7).

(7) Thorndike, Guillermo. *No, mi general.* Mosca Azul Editores, 1977.

La palabra estuvo, entonces, en manos de los intelectuales y periodistas que formaban parte de los comités de dirección. En función de la lucha política ellos improvisaron un manejo de los contenidos que, correspondiendo con los lineamientos declarativos del proyecto y a su propia posición política y creatividad periodística, tuvo siempre como límites la fiscalización constante del Estado a través de la Oficina Central de Información.

El manejo de los contenidos debe analizarse, además del ofrecimiento de la palabra al pueblo y la fiscalización de los aparatos del Estado, en la capacidad de cada grupo directivo de los diarios para la interpretación concreta de los lineamientos de la revolución peruana. Cada grupo directivo se vio forzado entonces a imaginar un "debe ser" que respondiese cotidianamente a la información y opinión sobre los hechos políticos y sociales que ocurrían en el país. Muchas veces los diarios —por su naturaleza misma— respondían antes a los hechos que las instancias de gobierno respectivas. Y muchas veces habrían de rectificarse, manejar una discrepancia tolerable o, simplemente callar, desinformar. Este fue —con notables excepciones pero que lamentablemente no tuvieron mayor transcendencia— el derrotero que siguieron los periódicos en el manejo de la palabra.

La revolución de los contenidos demostraba una profunda debilidad que la haría desaparecer muy pronto.

7. LOS PARAMETROS

El problema de lo que se denominó "parámetros de la revolución" va también más allá de la simple fiscalización estatal a la que hemos aludido anteriormente.

Al estudio de las características y funciones de los organismos creados con este fin en cualquier régimen político, especialmente en aquellos autoritarios, debe añadirse en este caso la investigación sobre el vacío por llenar entre los presupuestos aparentemente claros para definir y orientar el proceso (Bases Ideológicas, Plan Inca, Legislación y Reglamentos) y la formulación misma de los procesos de comunicación. Es en este vacío que se encuentra el espacio "difícil y pantanoso" al que han aludido los intelectuales que se jugaron en la experiencia. Así, los parámetros no fueron solamente los medios de control del Estado sino también, y a veces de manera principal, los recursos de control propios del sistema capitalista en el que se desarrollaba la reforma. Diferentes formas de auto-censura aparecieron rápidamente en cada uno de los equipos directivos de los diarios, así como el olvido voluntario, basado en la falta de recursos, de intentar un cambio en las secciones menos relevantes al nivel político.

A esto debe añadirse el seguimiento de las diferentes opciones políticas en pugna que convivían al interior del proceso. En los diarios fue donde más se ventilaron las acusaciones mutuas de "infiltración" en el proceso y que respondían a la explicitación de lo que cada grupo –a cada uno de los cuales fue gruesamente asignado un diario– concebía como el derrotero de la revolución peruana. Los términos revolucionario, progresista, izquierdista, etc., exigieron un rápido reemplazo por un concepto contrario y una aclaración del significado de los mismos para autocalificarse.

La doble condición de periodistas y asesores políticos de los directores de los diarios hizo que su praxis se determinara por la voluntad política de acceso al poder en mano de los militares, mientras la praxis social en su conjunto rebasaba los esquemas jurídicos e institucionales de la reforma.

8. LA FORMA PERIODISTICA

Poco cambiaron formalmente los diarios expropiados. Esto tuvo que ver mucho también con el sentido de lo popular manejado durante la reforma.

Con excepción de *La Crónica*, que revolucionó gráficamente el medio pero no logró estructurar por mucho tiempo un lenguaje verdaderamente alternativo, el periodismo continuó usando las formas que ya tenía cada diario para presentar información y opiniones. El diario sensacionalista lo siguió siendo, en la misma medida que el diario *standard* "serio" se empeño en mantener ese *status*. Poco tuvo que ver en esto la condición de sus nuevos propietarios, en la medida que los interlocutores continuaban siendo los mismos: la opinión pública y las diferentes instancias del poder político, militar y religioso.

Resulta más o menos comprensible que haya sido así en la medida en que los nuevos directivos de los diarios tenían como objetivo mantener la demanda del público, punto fundamental para ubicarse como tribuna donde se oyese claramente su voz en el proceso.

Para esto se aprovechó del sentido del gusto, la curiosidad y el deseo de conocimiento propio del ordenamiento ideológico y cultural en el cual habían encontrado aceptación los antiguos diarios. La aceptación de uno nuevo, totalmente diferente o más cercano al gusto popular, hubiera sido difícil y sumamente riesgoso; la urgencia de la utilización política de los diarios hizo que los intentos de cambio fueran excepcionales y tímidos.

Por esto, los diarios continuaron siendo básicamente "limeños" y, si bien estimularon la presencia de manifestaciones propias de los sectores

populares, no pudieron evadirse de una preocupación fundamental: la conservación de un público que los sostuviese empresarialmente y les diera la oportunidad de plantear su propia visión del proyecto político. Se trató de guardar, pues, al mismo público, sin importar a quién estaba asignado el diario. Esto se logró durante los primeros meses hasta que empezó el anquilosamiento del proyecto. Las clases populares se marginarían progresivamente de los pocos reductos a los que pudieron llegar, con formas de comunicación periodística más cercanas a su grado de alfabetismo, a sus modos de percepción, a sus propios intereses, a su curiosidad.

9. LA PUBLICIDAD

Cuestión decisiva para la vida de un periódico, el asunto de la publicidad sólo fue planteado en concreto una vez confirmados los graves problemas que de su manejo se derivaban. En principio, algunos diarios participaron de la fuerte campaña contra el irresponsable uso de la publicidad comercial iniciada a partir de la reforma de la educación.

Expreso fue sin duda en este aspecto el más beligerante, hasta que vio peligrar su economía por al paulatino retiro de la publicidad, deliberadamente planeada por las agencias del ramo. Fue entonces cuando los directivos del diario se vieron también forzados a morigerar e incluso suprimir los artículos periodísticos contrarios a la publicidad. El conflicto se tradujo en desinformación y el asunto quedó librado al ordenamiento propio del sistema.

La noticia y el diario mismo imponían su condición de mercancía peculiar, que no espera ser cubierta en su valor por el precio de venta. La publicidad, y por ende los condicionantes propios del sistema capitalista, se habrían de imponer sobre la voluntad de los directivos de las empresas periodísticas. Quedaba claro, como queda también claro a la prensa alternativa hoy en el Perú, que no puede prescindirse de la publicidad para el mantenimiento de un diario. En la condición estructural de entonces, la publicidad pasó por una primera etapa de retraimiento para volver con todo el empuje y el aval de las nuevas fuerzas protagónicas del desarrollo del capitalismo en el Perú.

IV. A MODO DE CONCLUSION

La experiencia peruana de reforma de los medios institucionalizados de comunicación tiene en el caso del intento de socialización de la prensa el mejor exponente de sus alcances y limitaciones.

Los alcances se dieron básicamente a partir del cambio jurídico del orden de las empresas periodísticas, afectando principalmente la propiedad de los mismos. Las bases sociales —a las que se supone deben servir los medios de información— debían ser en el futuro dueños de la prensa, aunque los mecanismos trazados para lograr este objetivo dejaron mucho librado a la improvisación y al desarrollo político del proceso.

Los cambios en la legislación y las expropiaciones no alteraron tampoco el orden sustantivo de los procesos de comunicación, especialmente en relación al proceso político global.

La estructura económica de la empresa fue la misma y sus condicionantes los mismos en la medida en que no se permitió la conformación de entidades sociales relevantes al sistema que aceptaran con legitimidad el título de nuevos propietarios. El pueblo no estuvo presente, ni en su versión organizada en gremios y sindicatos opuestos al gobierno, ni en los distintos proyectos de formar una militancia política que respaldara al proceso.

La participación popular quedó así reducida a la euforia de los primeros meses y al intento de constituir las Asociaciones Civiles, mientras en la cúpula del poder se daba el conflicto definitivo entre los diferentes generales que reemplazaron a Velasco produciendo el desencadenamiento final del proceso. El mes de marzo de 1976 habría de sorprender a los pocos directores de diarios empeñados en sacar adelante la reforma. Sin agradecimiento alguno, fueron cesados por decisión del nuevo gobierno del general Morales y reemplazados por quienes pudieran asumir más directa y sobriamente los intereses del Estado.

Es interesante anotar cómo la experiencia de reforma de la prensa permitió un mejor dimensionamiento de la importancia de la participación popular para conseguir cualquier cambio real de los medios de comunicación institucionalizados, no solamente desde el punto de vista político. Ya hemos señalado el peso determinante del orden empresarial de los diarios en relación al sistema global. En este aspecto, tal como estuvo planteada la reforma y no sólo por cuestión de financiamiento, se podía vislumbrar su fracaso.

Sin embargo, mucho menos atención se dio al aspecto propiamente comunicacional. Por una tendencia casi inconsciente, derivada de cierto mecanicismo superado más a nivel declarativo que real, los intelectuales y dirigentes políticos que participaron en el proceso no pudieron plantear una propuesta de cambio institucional al nivel comunicativo. La lucha política los presionaba a privilegiar lo político y a torear, antes que a intentar resolver, los problemas económicos. La posibilidad de trastocar, adicionalmente, el orden comunicacional, fue casi absolutamente descartada.

Este último aspecto es importante para volver sobre la relevancia de lo popular y su presencia en los procesos de democratización de los procesos comunicativos. La experiencia peruana demuestra que es en este campo donde menos se previó y, por consiguiente, donde menos se hizo. El balance final en este aspecto nos debe llevar a investigar cómo y por qué no es suficiente, para democratizar realmente los medios de comunicación, otorgar un espacio a la palabra del pueblo.

BIBLIOGRAFIA

BEJAR, Héctor. *La verdad sobre los diarios.* Ediciones Socialismo y Participación, Lima, 1977.

CHAVEZ COSTA, Augusto. *El Perú: un pueblo olvidado y sin voz.* Programa Editorial s.r.l., Lima, 1978.

GARGUREVICH, Juan. *Mito y verdad de los diarios de Lima.* Editorial Gráfica Labor, Lima, 1972.

——— *Introducción a la historia de los medios de comunicación en el Perú.* Editorial Horizonte, Lima, 1976.

——— "La utopía de los medios de comunicación". Informe Especial, en *Unidad,* órgano del Partido Comunista Peruano, Lima, 11 julio de 1980.

——— "Periodismo y Fuerza Armada: Cronología 1969-1979"; *El Diario* de Marka, Lima, 21 de julio de 1980.

JAWORSKI C., Hélan. "Towards a New Information Order: Rural participation in the Peruvian Press", en *Development Dialogue,* 1979: 2, Dag Hammarskjold Foundation, Uppsala, Sweden.

LAUER, Mirko. "Periodistas: de una patronal a otra" en *Sociedad y Política,* Lima, noviembre, 1980.

MONCLOA, Francisco. *Perú: Que pasó (1968-1976), Editorial Horizonte, Lima, 1977.*

ORTEGA, Julio. *Un Modelo para la socialización de la prensa*, mimeo, Lima, 1976.

PEIRANO, Luis; BALLON, Eduardo; BARTET, Leyla; VALDEZ, Gilberto. *Prensa: Apertura y Límites*, DESCO, Lima, 1978.

PEIRANO, Luis. "Los diarios de circulación nacional: entre la expropiación y la devolución" en *Que Hacer*. No. 1, 1979.

——— "La revolución en los medios: demasiado pronto, demasiado tarde", una entrevista con Hélan Jaworski, en *Que Hacer*, No. 6, DESCO, Lima, 1980.

REY DE CASTRO, Jimena. *Medios de comunicación y Gobierno Revolucionario de la FF.AA.: Cronología 1968-1979*, Documento de trabajo, DESCO, 1980.

ROCCA TORRES, Luis. *El Gobierno Militar y las comunicaciones en el Perú*, Ediciones Populares los Andes (EPASA), Lima, 1975.

RONCAGLIOLO, Rafael. *La reforma de la prensa peruana*, ILET, UNAM, México, 1978.

SUAREZ, Jorge; PALOMINO, Salvador. *Perú: revolución en los medios periodísticos*. Ediciones del Centro de Estudios de Participación Popular, Lima, 1975.

VERBITSKY, Horacio. *Prensa y poder en el Perú*, Editorial Extemporáneos, México, 1979.

VENEZUELA: LAS ENSEÑANZAS DEL PROYECTO RATELVE

Oswaldo Capriles

El posible interés de un análisis del Proyecto RATELVE en Venezuela, del debate que produjo en su momento y que aún genera, de las condiciones que permitieron su aparición y de sus defectos y cualidades como investigación aplicada en el terreno de la comunicación social, no es simplemente académico: la cuestión dominante en todo estudio de la realidad socio-cultural latinoamericana –y en todo estudio a secas de dicha realidad– recubre de inmediato los aspectos que pudiesen parecer más cercanos o circunscritos a determinadas preocupaciones de especialidad científica. En efecto, el tema de la democratización de los procesos socio-culturales obliga a un replanteamiento de experiencias, ahora en el foco preciso de una confluencia de diversas vivencias históricas, y con la posibilidad de un análisis más imparcial, más sosegado y cotejado por la inevitable confrontación de puntos de vista en el seno de esa multívoca y hasta anfibológica relación entre democracia y comunicación social –aunque también con la desazón de las particulares dificultades– hacia la comprensión concreta de condensaciones históricas de lo estructural y lo coyuntural.

Quizás el precio de un análisis estricto sea la revisión de uno o ambos términos de la relación democracia/comunicación, una revisión que implique y exija una salida fuera de las delimitaciones explícitas o implícitas en el tema originario y en los propósitos de este Seminario. Asumamos, pues, el desafío tal como se nos presenta y discutamos la *democratización fallida* de un proceso político concreto que abrazaba a la difusión masiva; proceso paralela e indisolublemente articulado a un proyecto de *"hacer comunicable" un sistema político de democracia formal,* que de alguna manera comenzaba a dar inequívocas muestras de mineralización, aunque encontrase en esa coyuntura el favorable terreno de un auge económico articulado con un excepcional consenso político.

Queremos usar al llamado Proyecto RATELVE como un estudio de caso con pretensiones paradigmáticas. No puede olvidarse que existe un de-

bate incluso al interior de la comunidad científica que se ocupa de los fenómenos de la comunicación o, más ampliamente, de los procesos socioculturales en su dimensión comunicacional. Se trata de un tema que parece situarse cada vez más en el centro de una inevitable confrontación ideológica contemporánea y en la confluencia de las más intensas opciones tecnológicas, económicas, políticas y aún ecológicas de sociedades y sistemas políticos en lucha o confrontación. El tema exige ampliaciones y explicitaciones críticas suficientemente coherentes y generales como para ser capaces de retomar en su seno los ámbitos confluentes de la cultura, de la información, de la crisis de los aparatos educativos y democráticos y, más profundamente, de la democracia misma como concepto formalizante y como realidad formalizada.

Convendrá definir esta realidad específicamente *desde la perspectiva comunicacional*, para poder asir conceptualmente la inserción de los procesos socio-culturales y su dimensión comunicacional en la estructura social, intentando establecer, por ejemplo, las relaciones entre conceptos y prácticas como comunicación, difusión, lucha ideológica, por una parte, y por la otra, democracia y toma de decisiones.

El tema en cuestión es el de las *políticas de comunicación*, tema controvertido y difícil, que ha logrado, a pesar de su espesor semántico, una notoriedad innegable y una inigualable capacidad de radicalización, a través de la súbita transparencia de intereses cuya eclosión explícita genera y cuya vectorización política evidencia. El proceso primero de formalización de definiciones o conceptualizaciones de las Políticas Nacionales de Comunicación (P.N.C.) y luego la continuación de una clarificación dirigida hacia la morfología constructiva o generadora de las mismas, esto es, hacia una "democratización" postulada de su elaboración y formulación —así como de sus modos de operación y ejecución— muestra suficientemente una radicalización en el polo de la investigación social que ha enfrentado abiertamente a las agresivas y falaces tesis formalistas que, en el plano interno —libertad de expresión— y en el externo —libre flujo de información— han arremetido contra las P.N.C., desde el polo de la propiedad privada de los medios de producción sígnico-simbólicos de tipo masivo. Sin embargo, tal radicalización no constituye en el plano teórico el objeto de una unanimidad explícita, sino que refleja un movimiento de sectores más involucrados políticamente en experiencias concretas facilitadas por un alcance más viable de los procesos políticos de toma de decisiones en ciertos países. El "fracaso" relativo de las P.N.C. replantea el estado de la cuestión y ofrece una interesante oportunidad de trabajo teórico.

El modelo formalizado de P.N.C., ideológicamente progresista, ha sido acusado de adversario de la democracia comunicacional a partir de la con-

solidación en algunos países de políticas autoritarias en las que la comunicación social se convierte en declarada manipulación y su acción se redefine —como señala Mattelart— según los cánones de la guerra psicológica. Entre tanto, en las situaciones más fluidas de los países de democracia liberal burguesa del subcontinente, la toma de decisiones no logra adaptarse siquiera a la *estructura formal* de una conceptualización exigente en materia de política de comunicación, por fuerza del control de la punta de lanza difusora que enfrenta, a nombre del estamento dominante, todo cambio real, toda modificación que vaya más allá de ligeros reacomodos y que, en ocasiones, ni siquiera acepta tales reacomodos. Y ello, a pesar de la batalla ganada en el terreno conceptual acerca de la necesidad de incluir al sector comunicación-cultura-información en los planes nacionales de desarrollo, así como el hecho de la asunción de un rol relativo del Estado en tanto comunicador y aún de una renuente aceptación de una intervención contralora y correctora en ciertos campos (publicidad de alcohol y cigarrillos, normas sobre protección al consumidor, etc.) (1).

Felizmente, en el interior del campo de la investigación social crítica, la comprensión de los términos del debate sobre las P.N.C., más allá de ciertas divergencias conceptuales y de sus consecuencias políticas, ha permitido enfrentar unánimemente a la industria cultural masiva, a sus mandantes y mandatarios económicos y políticos, y a la situación de sujeción cultural que es su resultado generalizado en América Latina. De alguna manera, es históricamente evidente la larga serie de coincidencias entre los esfuerzos "racionalizantes" de instituciones y organismos internacionales que trabajan con un margen de autonomía relativa en el campo de la cultura y la comunicación —UNESCO, por ejemplo— y los análisis de académicos y estudiosos, aún dentro del proceso relativamente incompleto de diagnóstico y de profundización en la precisión conceptual de la materia, y a pesar también de malentendidos profundos que a veces aparecen en el terreno de la prognosis, específicamente en el nivel de los *modelos* que pretenden prefigurar la dirección del cambio comunicacional, proceso que puede muy

(1) Precisamente en el primer trabajo elaborado en 1974 y que publicamos en 1976, sobre el Estado Venezolano y la política de comunicación, después de intentar precisar el concepto de las P.N.C., suministrábamos un cuadro paradigmático de lo que podía ser la relación Estado-elite difusora con el análisis del caso venezolano, mostrando e interpretando la aparente paradoja de una estructura política dependiente en sus decisiones del poder ideológico-político de dicha elite, la cual a su vez se desarrolla y se hace cada vez más poderosa gracias al financiamiento directo e indirecto de fuentes gubernamentales y a otras formas de fomento y protección de sus actividades. cf. *El Estado y los medios de Comunicación en Venezuela*, Suma, Caracas, 1976. (Este trabajo, en su forma primera e incompleta, fué una ponencia al Seminario sobre P.N.C. de Melgar, Colombia, organizado por el I.C.O.D.E.S. en febrero 1974, y luego fué enriquecido, entre otras cosas, con el propio trabajo dentro del equipo redactor de RATELVE, en el que tocó al autor elaborar el análisis económico-institucional del sector privado).

bien asimilarse a la predicción de la estructura del cambio social en su dimensión más política.

Conviene agregar, entonces, algunas precisiones en relación con el debate sobre la naturaleza de las P.N.C., con el objeto de arribar a una mejor comprensión del caso venezolano por una parte, a la vez que contribuir al esclarecimiento del fondo mismo de dicho debate.

Retomo aquí afirmaciones que he propuesto reiteradas veces en foros y trabajos, acerca de la necesidad de distinguir dos etapas metodológicas en el acercamiento al tema de las P.N.C., y que representan a la vez dos niveles de exigencia conceptual y dos pasos estratégicos en el enfrentamiento político del tema:

1. Una primera etapa metodológica subraya la exigencia de una definición formal y estricta de Política, que permita superar la calificación de tal a cualquier esfuerzo o acción gubernamental, y que obvie el facilismo de considerar los conjuntos de medidas o acciones –es decir, las políticas *implícitas*– como equivalentes de procesos de planificación más rigurosos, sobre la equivocada base de que toda sucesión de acciones representa una voluntad o una línea "política" (saltando así semánticamente a otro concepto de política, como delineamiento de un ejercicio del poder de elección por quienes toman las decisiones). La definición que hemos propuesto en tal sentido es:

Un conjunto explícito, sistemático y orgánico de principios y normas de organización, acción, control, evaluación y corrección, destinado a encauzar coherentemente las actividades del Estado hacia el mejor aprovechamiento social de los procesos, sistemas y formas de comunicación, en especial de los medios de difusión masiva y de los grandes sistemas de información, en el marco de una peculiar conformación política y de acuerdo a un determinado modelo de desarrollo económico-social.

Esta definición, y otras más o menos similares, comenzaron a ser útiles para desmontar los verdaderos mecanismos de connivencia entre el poder político y los medios masivos de comunicación comerciales. La atomización, incoherencia e ineficacia de la acción estatal, quedaron evidenciados como opciones abstencionistas voluntarias contrapartidas de una progresiva apropiación de la comunicación masiva por los grupos comerciales de tendencia monopólica u oligopólica. El descubrimiento –dado por diagnósticos cada vez más precisos– de que la no política del Estado obedecía a los lazos estructurales de las clases gobernantes y la gran burocracia con los sectores económicos dominantes y su "punta de lanza" comunicacional, generó polémicas incluso en el seno de los investigadores críticos: algunos sostenían que una "no política" deliberada era, en fin de cuentas, una política, e incluso una política permanente y significativa. Pero finalmente se impuso la necesidad de utilizar el término política en el sentido técnico-científico que tiene en el seno de las ciencias y disciplinas de la planificación económico-social. De esta manera era posible emplazar a gobiernos "democrático-formales", exigiendo para el Estado un definido papel activo en la promoción del desarrollo (con una enunciada voluntad de intervención en la economía y en la organización social, según los principios de una planificación científica) para que aplicaran tal filosofía a la comunicación social. Ello permitió desmontar las incoherencias o inacciones del Estado en materia de comunicación social, como componendas entre el estamento político y el poder económico, y denunciarlas como una contradicción con los principios proclamados de la planificación para el desarrollo. Las prácticas viciosas y arraigadas por las que se abandonaba todo intento cultural, educativo o formativo de la comunicación o todo beneficio colectivo de la información, en favor de los intereses privados, quedaron claramente evidenciadas como tácticas contrarias a la función misma del Estado promotor y planificador al que se acogen tales gobiernos.

Por su parte, una concepción suficientemente formalizada de las P.N.C., permite:

1) Separar las formulaciones normativas dispersas, las desintegraciones institucionales y la ausencia de proposiciones globales y explícitas, colocándolas bajo el rubro de la improvisación anticientífica, y enjuiciar la acción estatal con parámetros lógicos.

2) Comprender claramente que las acciones o decisiones gubernamentales, aún dotadas de un cierto grado de coherencia coyuntural, no constituyen en sí una política si carecen del carácter explícito y normativo que consiste en la proclamación formal de principios obligatorios, tanto para el sector público como para el sector privado. La seguridad y la certeza jurídicas, así como un *minimum* de responsabilidad y posibilidad de evaluación exigen dicho nivel de formalización.

3) Entender que las prácticas estatales, aún explícitas en reglamentos, leyes o planes y programas, no son verdaderas políticas en tanto no correspondan a una organicidad –a la vez dentro de la pirámide constitucional-legal en el caso de instrumentos jurídicos, y dentro de la estructura y dinámica de la planificación y de la administración, en el caso de los programas– y si los aspectos, etapas y formulaciones no guardan coherencia mínima entre sí.

4) Distinguir entre las tácticas de gobiernos, por una parte, y por la otra las tendencias a mediano o largo plazo del Estado capitalista burgués dependiente, en su articulación estructural dentro de un bloque histórico, con

los puestos y lugares de las clases en conflicto. Ello, para poder asumir el nivel de exigencias que es posible plantear en una etapa histórica, y el carácter estratégico de la lucha por las P.N.C., cuyo sentido fundamental es, precisamente, poder emplazar al Estado dependiente a una ampliación de su autonomía relativa, con vistas a independizarlo más de la punta de lanza difusora masiva de la élite del poder, en la medida en que ciertas contradicciones permitan ese margen. Lo anterior no impide:

a. Mantener la clara conciencia de los límites estructurales de ese tipo de Estados y, por tanto, tomar en cuenta la debilidad de las posibilidades de establecimiento de P.N.C. democráticas; más bien, se trata de conocer de antemano que detrás de las experiencias y proposiciones que se manejan hay o bien proyectos políticos de hegemonía partidista o dictatorial, o bien falsas reformas de duración y consistencia impredecibles, generalmente manejadas como fórmulas de avenimiento, concertación o chantaje político-social.

b. Continuar luchando y emplazando al estamento de la toma de decisiones, con el fin de mantener la presión contra el enemigo principal, que es la punta de lanza difusora asomando continuamente su poder de control desde el confortable control económico, a través de la presión política y del reinado ideológico de una libre expresión y un libre flujo como mitos irrebatibles. Y de la misma manera, concitar los intereses sociales dominados y subalternos, pero rebeldes, a participar en la lucha por las P.N.C. y a la vez iniciar desde ya actividades alternativas, construcciones –utópicas o no– destinadas al establecimiento de nuevos modelos de comunicación y de toma de decisiones democráticas.

2. Una segunda etapa metodológica y estratégica obliga a la definición de un proceso. Los agregados en forma de literales a) y b) a la justificación de una definición formal, anuncian lo que puede ser la segunda etapa metodológica y obligan a enfrentar una serie de dificultades que han sido anotadas en diversas discusiones sobre estas materias.

1) En primer lugar, dotar de contenidos a la definición formal, de manera que ésta no pueda ser asimilada por los proyectos dictatoriales y de guerra sicológica, y de manera que la sola implantación adjetiva de planes o normas no sirva de coartada a las naderías inefectivas de gobiernos entreguistas de democracia formal, se constituye en el objetivo fundamental de esa segunda etapa.

2) La teoría de las necesidades sociales deja de ser suficientemente útil para dotar de contenido a una política, ni siquiera en la aparentemente obvia articulación de la comunicación a las necesidades económico-sociales que son parte corriente de la planificación estatal "para el desarrollo". Sabemos, con Baudrillard, de una "génesis ideológica de las necesidades" y, por tanto, de un deterioro del criterio del valor de uso de cosas y servicios.

3) Por tanto, es menester acudir a la puesta en juego de una concepción de la planificación de la comunicación o, mejor dicho, de los procesos socio-culturales, que no sea contradictoria con el modelo mismo de *comunicación* que se propugna; esto es, con la concepción que opone el libre intercambio de mensajes y la participación en las decisiones sociales al modelo de la unilateralidad y unidireccionalidad inculcadoras de la difusión masiva. Es más, se trata de postular un modelo de producción, intercambio y absorción sociales del sentido. La planificación de los procesos socio-culturales remite finalmente a un modelo ético de multidimensionalidad, en el que habrá que planificar desde abajo y desde afuera, y no desde arriba y desde el centro.

4) Empero, en la realidad actual de Latinoamérica, existe el deber de señalar los caminos, o al menos de ir deslindando los campos y las tendencias –en tanto el logro de la utopía concreta de una comunicación libre en una sociedad libre obtenga algún grado de implantación real– para mostrar las finalidades y objetivos que desde ya y en la actual perspectiva histórica, distinguen a una política de comunicación democrática –o más bien democratizante, para ser modestos y realistas– de una que es francamente antidemocrática y aun dictatorial o totalitaria.

En efecto, tres criterios permiten una distinción de esa naturaleza:

a. El uso del criterio de interacción real como índice del grado de participación: el "tomar parte" de los ciudadanos, de los grupos organizados, en cada proceso socio-cultural, en cada intercambio del sentido social, de manera libre y responsable. Lo que conlleva enfrentar el uso de sistemas de información, informática, difusión masiva y educación, de manera absolutamente crítica, con una intervención social máxima en las tomas de decisiones relativas a tales aparatos, y no sólo en el nivel "fundante" sino en la práctica cotidiana de su uso posible.

b. Los procesos de comunicación deben aparecer como instrumentos destinados a la participación democrática en los procesos sociales de decisión de todos los asuntos de interés colectivo y público. La comunicación se identifica así con la existencia de un verdadero proceso político democrático, o al menos con un proceso de democratización progresiva y acelerada.

c. Además, las P.N.C. "democráticas" deben estar claramente orientadas hacia la obtención de una autonomía cultural de la sociedad; ello quiere decir que la libre producción, circulación e intercambio del sentido social deben estar garantizados. De ninguna manera se trata de aislar a la formación socio-cultural; se trata simplemente de defender su derecho a decidir por sí misma sus *nexos* –influencias, aporte, absorciones– y sus *diferencias* con las demás culturas.

3. A la luz de las consideraciones anteriores, surgen algunas consideraciones, entre las cuales el porqué de RATELVE y sus moralejas:

a) Los conjuntos de acciones represivas, respaldados por una estructura coherente de decisiones de ciertos Estados, si bien pueden reunir características de política en cuanto a su carácter finalista y homógeneo, no constituyen políticas de comunicación sino estrategias de dominación, manipulaciones de la guerra sicológica, imposiciones dictatoriales.

b) Tampoco el simple *laissez faire* de ciertos Estados democráticos puede ser definido como Política Nacional de Comunicación, pues allí no hay iniciativa histórica, sino seguimiento de las influencias económicas dominantes.

c) Los Estados de estructura democrática tienden a evadir la implantación de las PNC por su menor autonomía política frente a los grupos dominantes. Allí, el papel de la investigación es mucho más importante, tanto por estar en mejores condiciones de trabajo libre, como por ser más necesaria su intervención en el debate democrático sobre los medios. En cambio, en los Estados dictatoriales la investigación está en pésimas condiciones de intervención debido a su falta de libertad y estímulo, mientras las políticas que allí se implantan tienden a ser verdaderas estrategias de dominación, con extensa aplicación de la censura y la represión.

A partir de las exigencias explícitas del modelo de Políticas Nacionales de Comunicación desarrollado por la investigación, particularmente en América Latina, se imponen dos primeras conclusiones:

1. En muy pocos países, y especialmente dentro del ámbito del denominado Tercer Mundo, existen conjuntos homogéneos y orgánicos de normas e iniciativas en materia de información y comunicación social que puedan ser calificadas con justicia de "Políticas Nacionales de Comunicación". Basta recorrer la serie de las publicaciones que con ese nombre ha editado la UNESCO, para descubrir en la mayoría de los informes nacionales la ausencia de políticas coherentes y orgánicas.

Precisamente, conviene anotar al respecto que una parte del sector investigación objeta la presión hacia la implantación de P.N.C. especialmente en aquellos países del Tercer Mundo en los que existen estructuras estatales autoritarias, incluso dictatoriales —como el llamado Cono Sur latinoamericano— sobre la base de la argumentación siguiente: en Estados de corte liberal-democrático, las P.N.C. pueden ser muy útiles, porque implican una racionalización y una concentración de esfuerzos del sector público para enfrentar al sector privado y permiten reforzar el carácter progresista del Estado frente a sus dependencias de clase; pero en países donde imperan regímenes políticos autoritarios, las P.N.C. constituirían simplemente una manifestación más del estatismo como forma específica del dominio interno. Más precisamente, las P.N.C. fortalecerían la dominación de clase ejercida a través de esa forma de Estado.

A la mencionada objeción podría oponerse la siguiente respuesta: los investigadores deben caracterizar las P.N.C. no solamente por sus caracteres formales, sino por sus contenidos. Los aspectos formales son apropiados especialmente para denunciar con suficiente evidencia la lenidad de gobiernos democráticos que, sobre un supuestamente sobrentendido carácter social de su administración, pretenden hacer pasar tácticas de compromiso con los sectores económicos dominantes por verdaderas P.N.C. Pero una definición de los contenidos, de los objetivos de las P.N.C., es aún más necesaria, tanto para caracterizarlas frente a las "no políticas" de los gobiernos de democracia formal, como para utilizarlas como paradigma contra las políticas represivas de gobiernos autoritarios o dictatoriales. Es más, lo que debe ser resaltado es el carácter estructural de las políticas, desde el punto de vista de la morfología de interacción social que propongan en la toma de decisiones y en el uso de los sistemas y medios de comunicación, sobre la base de los principios de acceso y participación institucionalizados en los Consejos Nacionales de Comunicación y en otros cuerpos de intervención, de la posibilidad de auto-organización de las bases y de la consagración de un derecho a la comunicación y a la autonomía cultural.

2. La segunda conclusión en cuanto a la aplicación de las teorías sobre P.N.C., es que resulta aún más difícil encontrar realizados (o en proceso de realización) los principios de contenido o de morfología ideales en alguna situación real, al menos en lo que respecta a la aplicación de los principios de la participación social en todos los niveles y áreas de la toma de decisiones sobre información y comunicación y en cuanto al uso concreto de sistemas, redes y medios de difusión. En este sentido, los ejemplos son aislados y tienden a ser más bien representaciones de actividades marginales o alternativas que verdaderas políticas delineadas por los Estados.

El caso que vamos a tratar es, en nuestra opinión, un ejemplo paradigmático del cumplimiento de las dos conclusiones que acabamos de enunciar, especialmente de la primera de ellas. La historia del Proyecto RATELVE es un capítulo más de las iniciativas abordadas en materia de política de comunicación en América Latina. Su importacia específica reside en que dicho proyecto se desenvuelve en el seno de un plan cultural más vasto, con pretensiones de cambio bastante prometedoras y en una coyuntura en que el régimen político parecía manifestar condiciones de base para el establecimiento de los primeros elementos de una planificación de los procesos socio - culturales de tan aguda significación en un país que como Venezuela vive una sobredosis permanente y acelerada de inculcación manipuladora por un desproporcionado aparato difusor

comercial, destinado a la intensificación del consumo omnívoro en un mercado estrecho. RATELVE se integra dentro de los planes de inicio de un presidente que llega al poder con una fuerte mayoría, en un país cuyo sistema político es ciertamente presidencialista; y se trata del mismo gobierno que va a impulsar organizativa y políticamente la Conferencia Intergubernamental sobre Políticas de Comunicación de San José, y a proclamar más estentóreamente su disconformidad con el orden informativo internacional dominado por las transnacionales.

CONTEXTO DEL PROYECTO RATELVE: EL APARATO DIFUSOR-PUBLICITARIO PRIVADO

Desde 1945 se produce un acelerado desarrollo de los medios de difusión, apoyados en la publicidad, la cual a su vez pretendía abrevar en el aumento del poder de compra de las clases altas y medias. La prensa deja de ser política —afiliada a partidos o personajes políticos— y pasa a ser predominantemente comercial, aunque su fundamento sea, un poco como en el resto de América Latina, la propiedad de grupos familiares.

Para el momento del repunte democrático, en 1958 y más aun durante los años que llevan a la vuelta al poder de Acción Democrática, la poderosa estructura piramidal del sector privado de la difusión masiva adquiere su máxima unidad monolítica.

Para ese entonces las relaciones inter-estratos de dicha estructura e intersectores de cada estrato tienen ya muchos años de perfeccionamiento y rodaje. Los anunciantes dominan el sistema de la industria cultural, sujetando a su voluntad explícitamente a los "intermediarios" de la publicidad —a los cuales no se les reconoce otra cosa que su carácter de tales y no la creación de sus mensajes. Los diferentes medios están organizados lobbysticamente en Cámaras o Bloques, a la manera de los industriales y comerciantes de otras ramas económicas, y tienen representación en FEDECAMARAS, super-organismo empresarial de presión nacional. Además, en la radio, en la TV, en la distribución y exhibición cinematográfica, en la producción de mensajes publicitarios, en la prensa y publicaciones periódicas, se han constituido o se están consolidando situaciones oligopólicas —especialmente en prensa y TV— o concentraciones sucesivas, a veces más sinuosas, como en la radiodifusión sonora. También comienzan a anunciarse procesos de concentración vertical y oblicua inter-estratos, a partir, desde luego, del poder de los grandes anunciantes, pero a veces desde la base de los imperios constituidos por cadenas periodísticas y de televisión.

Si se observa el gráfico No. 1 se apreciará la relación desigual entre un sector público desarticulado y un sector privado monolítico; entre la auto-organización del bloque difusor privado y la deliberada desorganización del sector público, cuyos componentes se estructuran por separado en dirección al sector privado, al cual se articulan en una relación de alimentación económico-financiera, de protección política y de no-competencia en tanto "comunicador". Se verá también la consolidación y perfeccionamiento de una racionalización —en el sentido lukacsiano del término— final y redonda del sector en la aparición de una cúspide constituida por el Consejo Venezolano de la Publicidad (CVP), organismo que recoge en su seno representantes de todos los estratos componentes (anunciantes, publicistas y las diferentes organizaciones de medios, en una perfecta unidad sistémica).

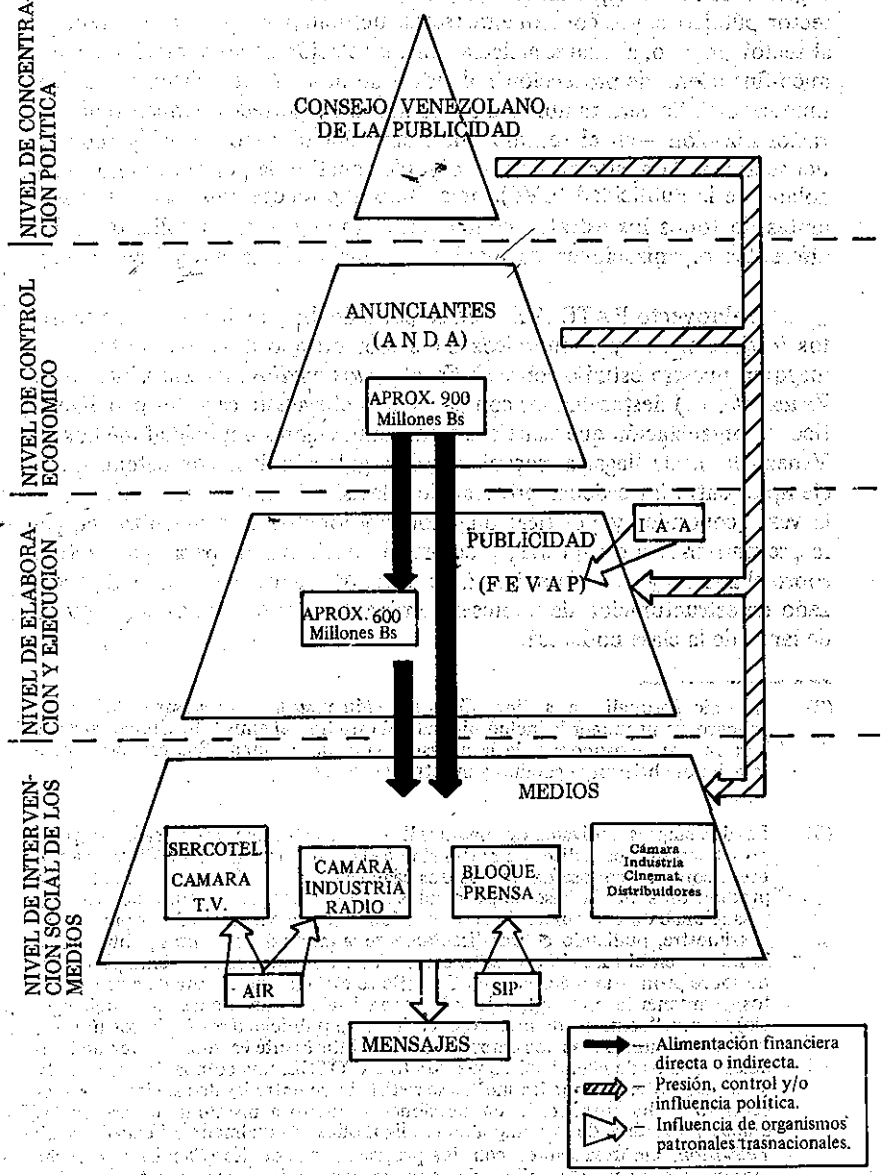
En el Proyecto RATELVE — en su parte de diagnóstico sobre los aspectos institucionales y económicos del sector privado de la radiodifusión-y luego en nuestro estudio sobre *El Estado y los medios de comunicación en Venezuela,* (2) destacábamos con particular relieve este carácter paradigmático de organización que tiene el sistema anunciantes-publicidad-medios en Venezuela, hasta llegar a mecanismos de regulación de la competencia, por ejemplo, entre las cadenas privadas de televisión (3). La organización es, a la vez, económica y política: oligopolios y lobbys; auto-organizativa, para prevenir fisuras o rupturas, y de presión hacia afuera, para poder actuar sobre el Estado y sobre la opinión. Se trata, realmente, de un modelo avanzado de estructuración de intereses dominantes, concentrados como punta de lanza de la clase poderosa.

---

(2) Antonio Pasquali, en su libro *Comunicación y cultura de masas* (1963) es el primero en proponer la ineludibilidad del estudio del emisor institucionalizado para relevar la fisonomía de la industria cultural nacional. Sus primeras constataciones abrieron el camino a nuestros estudios.

(3) Las dos empresas privadas dominantes llegaron a establecer un mecanismo de tipo cibernético para disminuir la tensión de la competencia oligopólica: una empresa común —coposeída por las dos cadenas— controlaba el gasto mensual en producción sobre la base de promedios trimestrales fijados de mutuo acuerdo, y sancionaba a cualquiera de las dos cadenas que se excediese del promedio en el trimestre, pudiendo cobrar directamente la multa de las ventas publicitarias; lo mismo en el caso de que se excediese un límite máximo de venta publicitaria sobre promedio precalculado. Con ello se evitaba una carrera de alza de costos (mantener la inversión baja y la ganancia alta es una de las reglas del negocio), o una "comida" demasiado excesiva de la publicidad sobre ciertos límites, en favor de una de las dos empresa. Lo más interesante es que, una vez deducidos los gastos de la entidad contralora (SERCOTEL, una compañia comercial), el monto obtenido por las multas se redistribuye entre las dos socias. Este mecanismo se ha suspendido en ocasiones y vuelto a instaurar, marcando las etapas y rupturas de la competencia oligopólica. Actualmente, *Venezolana de Televisión,* empresa estatal con dos programas nacionales (Canales 5 y 8), ha ingresado al negocio publicitario, aunque con límites más estrictos y trabas reglamentarias; desde luego, no forma parte de SERCOTEL.

GRAFICO 1
ESTRUCTURA DE PODER DEL
SECTOR PRIVADO DE DIFUSION MASIVA



El gráfico representa la estructuración monolítica del sector privado de la difusión masiva en Venezuela para el momento de la elaboración del Proyecto RATELVE.

GRAFICO 2

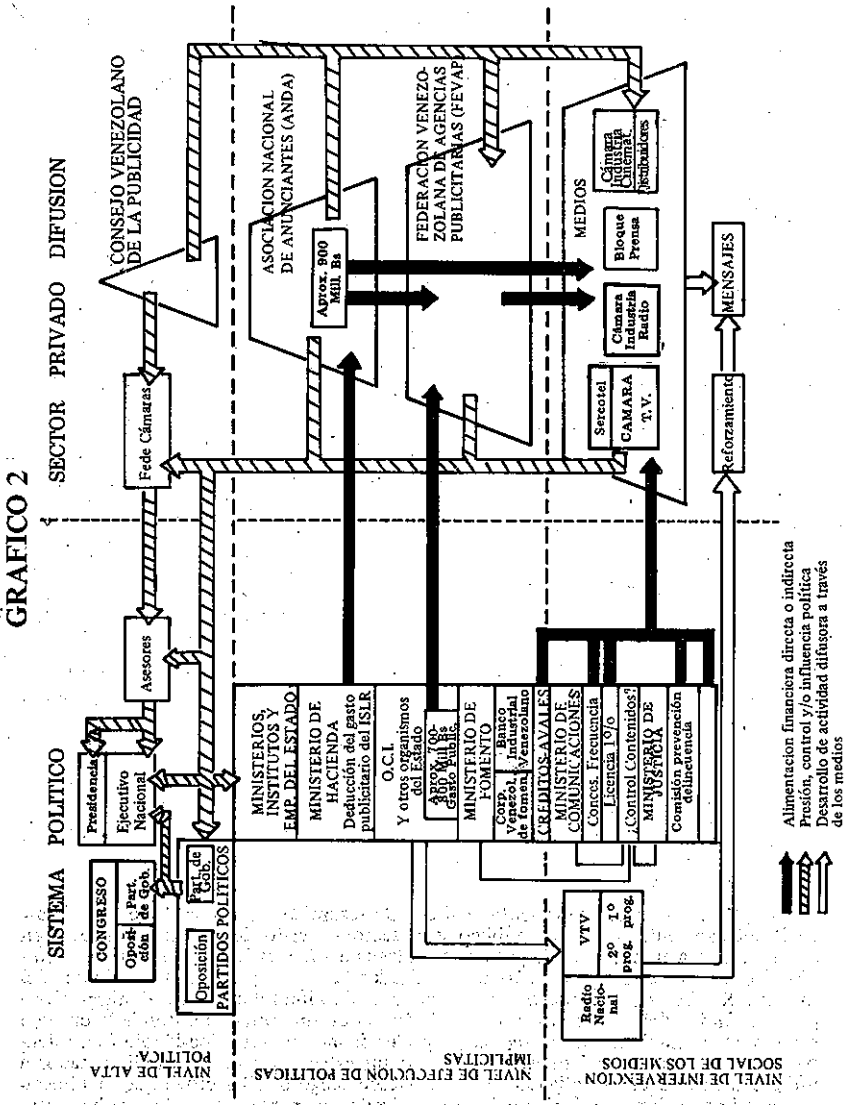


GRAFICO 2. El cuadro representa la situación resumida –y no del todo completa– de la relación entre el sector público y el sector privado de la difusión masiva en Venezuela para el momento de publicarse el trabajo: *El Estado y los medios de comunicación en Venezuela,* a un año de finalizadas las labores del equipo redactor del Informe RATELVE. Se muestra la perfecta organización lobbystica y al mismo tiempo, económica del sector privado, bajo la forma de una pirámide, donde la cúspide representa la máxima concentración de poder económico-político-ideológico, mientras a su lado aparece el Estado con todos sus estamentos como un alimentador a todos los niveles de la actividad privada. Desde luego que las cifras que manifestaban la alimentación económica del sector privado por parte del público se han multiplicado desde entonces (1976) y en la actualidad superan con creces la duplicación y en algunos casos la triplicación en valor monetario (no ha habido devaluación en Venezuela desde 1961, aunque si ha habido, desde 1974, una fuerte presión inflacionaria, superior a un 20°/o interanual desde 1977).

LA COYUNTURA ESTATAL-FINANCIERA Y SOCIAL INMEDIATA

El Proyecto Radio Televisión Venezolana (RATELVE) surge en el interior de un conjunto de proposiciones integradas en un macro-proyecto de acción cultural, el cual a su vez formaba parte del programa de gobierno ofrecido a la nación por el candidato presidencial Carlos Andrés Pérez. Pero surge solamente cuando ya, habiendo triunfado el candidato, comienza la real elaboración de las que hasta ese momento eran promesas electorales, aún no desarrolladas como programas concretos. Es menester recordar los determinantes contextuales que definían la coyuntura histórica en la formación social para ese momento, es decir, para el comienzo del período de gobierno del Presidente Pérez en marzo de 1974.

A partir de 1973 la producción petrolera mundial ha cancelado definitivamente la etapa de los costos decrecientes por obra del aumento exponencial del consumo, el agotamiento relativo de algunas fuentes occidentales y el atisbo de la escasez –aún pasajera– que ofreció la beligerancia en el Medio Oriente. A ello se suma la defensa de los precios por el *Lobby* de países productores reunidos en la O.P.E.P., que por primera vez adquiere sustanciación en una nueva y aparentemente definitiva situación de costos crecientes. El nuevo gobierno venezolano se encuentra inmerso en esa situación absolutamente novedosa. El endurecimiento de los términos de tratamiento entre los países consumidores industrializados y las naciones de la O.P.E.P. ha convertido la cuestión petrolera a la vez en un conflicto internacional y en un problema de política interna para cada país productor. En ese momento, el pánico de los países dominantes de occidente plantea el panorama petrolero bajo la luz de la supervivencia y, por tanto, surgen presiones políticas, intentos de guerra psicológica, iniciativas de represalias económicas.

El acceso al poder de Acción Democrática, con la figura de Carlos Andrés Pérez a la cabeza, constituye la vuelta del partido al mando político después del interregno protagonizado por la Democracia Cristiana con el gobierno de Rafael Caldera. Y este acceso se produce, como ya se ha señalado, en medio de una situación de bonanza y optimismo. El candidato había sido presentado como el hombre fuerte de la democracia –sus antecedentes como ministro del interior de Betancourt, enfrentado a la subversión armada izquierdista de los años 1961 y 62, así lo atestiguaban para el sistema –bajo el *leitmotiv* de "democracia con energía". La participación del aparato difusor privado –cada vez mayor en cada nueva elección– llega hasta el punto de ser denominada "el gran negocio" de los "mercaderes del voto" (4).

(4). Títulos de dos libros de Domingo A. Rangel, referentes el primero a las elecciones de 1973 y el segundo a las de 1978, precisamente destacando entre otros aspectos el papel de la difusión masiva y la publicidad en el mantenimiento y en la reproducción del sistema político-electoral-populista.

EL PROYECTO RATELVE

1. EL CONSEJO NACIONAL DE LA CULTURA (CONAC) COMO MACRO-PROYECTO CULTURAL-COMUNICACIONAL

La candidatura de Carlos Andrés Pérez tuvo a su alrededor, entre otros grupos de intereses, la acción decidida de un grupo de intelectuales, encabezados por Juan Liscano, conocido hombre de letras, y compuesto por hombres que, como Miguel Otero Silva, Oswaldo Vigas, Antonio Pasquali y otros, venían de diferentes horizontes y testimoniaban diversas preocupaciones acerca del quehacer cultural y en relación a la necesidad de una reforma profunda de la relación del Estado con la cultura.

1. El anteproyecto de Ley del Consejo Nacional de la Cultura, presentado a la Presidencia por el grupo originario de trabajo en el mes de mayo de 1974, presenta rasgos de gran interés en sus argumentaciones y motivos. Después de un recuento histórico acerca de la noción y la práctica de acción cultural en los diferentes regímenes políticos desde la época de Gómez, el documento insiste en la nueva situación, destacando varios aspectos tales como el cambio demográfico hacia una predominancia urbana de la población (67.5% para 1974), la ruptura del equilibrio social y la crisis cultural aportados por los profundos cambios económicos y demográficos. Se señala allí la inefectividad de un gasto cultural desarticulado, superior para ese momento a los trescientos millones de bolívares (75,000.000 de dólares); se señala igualmente la ausencia de una política frente a los medios masivos de difusión y la falta de una estructura cultural de acción directa sobre la colectividad. Se proponían los siguientes correctivos:

a. Formulación de una política cultural estatal.
b. Integración de nuevas áreas de expansión y divulgación culturales como cine, radio, televisión, mensaje impreso en función de masa.
c. Descentralización operacional.
d. Vinculación con la tecnología de nuestro tiempo, en especial en los aspectos radioeléctricos.
e. Replanteamiento de las relaciones con la educación y las reformas proyectadas en ese campo.
f. Apertura de Venezuela hacia el mundo y creación de una imagen con proyección internacional que afiance y revele nuestra identidad cultural.
g. Instauración de instituciones adecuadas a las innovaciones y reformas propuestas.
h. Ejecución constante de una labor cultural en escala de masa y concebida como una movilización y una integración de manifestaciones procedentes del sector popular o del sector erudito.

i. Inicio de una actividad definida con el propósito de preparar un personal adecuado a los fines de la administración cultural.
j. Protección a los trabajadores culturales.

2. Este proyecto fue seguido de un proyecto formalizado e introducido ante el Congreso Nacional, mientras se desataba en los medios de difusión masiva una enconada polémica en la cual predominaban abiertamente los ataques y las opiniones contrarias al proyecto, privilegiadas por los jerarcas del sistema difusivo sobre la base de un supuesto intento de atentar contra la libertad de expresión.

3. El grupo organizador, que se había convertido en Comisión Organizadora del CONAC por Decreto Presidencial No. 18 de marzo de 1974, presentó también un proyecto de organigrama de la estructura del futuro Consejo. En dicho proyecto se defiende un esquema flexible de tipo macro-estructural, con énfasis en líneas generales para los diversos campos de acción futuros. Se insiste en que el nuevo Consejo no sería una entidad "vagamente orientadora de la cultura" sino "será a la vez un organismo ejecutor"; este último aspecto se complementa con un principio de descentralización por áreas de acción provistas de autonomía relativa: "Cada área se caracteriza por la especificidad de emitir, promover, conservar o difundir un tipo de mensaje o de producto cultural dotado de un código propio y de canales emisores igualmente específicos".
Se consideró variable el coeficiente de autonomía para cada área. Es interesante destacar la importancia en la insistencia en un futuro Plan de la Cultura que sería elaborado por el CONAC gracias a una prevista concesión del Ministerio de la Planificación (CORDIPLAN). Por medio de esta delegación, el Plan Cultural debía abarcar la totalidad de la acción del Estado en ese campo y sus relaciones con las diversas instituciones no estatales u oficiales del país. El mencionado plan debía ser presentado como proyecto a CORDIPLAN para que dicho organismo lo incluyese en el Plan Quinquenal de la Nación.

4. Es interesante constatar que las instituciones descentralizadas previstas cubrían cinco áreas correspondientes, más o menos, a clasificaciones aceptadas de la cultura erudita: artes plásticas, escénicas, musicales, libro, antropología y folklore. Aparecen paralelamente otras dos áreas absolutamente novedosas: cine y radio-televisión. La inclusión de estas dos últimas áreas marca un cambio fundamental que define al Proyecto CONAC frente a las acciones culturales organizadas bajo los anteriores gobiernos.

5. El otro aspecto especialmente novedoso, ya no a nivel de las instituciones descentralizadas sino a nivel de programas globales a ser cumplidos por el futuro organismo, es la aparición de lo que se llamó "promoción cultural

popular de la Nación"; creación ésta que pretendía la organización y desarrollo de un gigantesco plan de movilización cultural popular, fomentado por animadores o promotores culturales especialmente adiestrados, y destinado a reabrir las relaciones entre la cultura popular y las nuevas condiciones de vida en la Venezuela de 1974.

6. Además de una nueva concepción de la cultura como campo de planificación y operación estatal centralizada y científica, y de la amplitud de alcance del proyecto, la ruptura fundamental de las proposiciones del CONAC se sitúa, en relación a los planes o estrategias culturales o comunicacionales de gobiernos anteriores, en el doble nivel de una prospectiva global —especialmente significativa en el campo vírgen de la promoción cultural— y de la apertura de las nuevas áreas que implican un ensanchamiento inédito del territorio tradicional de la acción estatal en materia cultural. En efecto, la operación de la industria cultural y la existencia —con especial gravedad en Venezuela— de una cultura de masas en violenta expansión, a expensas de los procesos culturales populares —convertidos a partir de la consolidación de aquella en simples ejemplos de culturas subalternas— habían sido olímpicamente menospreciadas por los programas culturales de gobiernos que veían sólo como horizonte posible al concepto elitista de cultura, a lo sumo aderezado con el rescate de "los valores populares", el "folklore" y las "expresiones nacionales", considerados éstos como rubros de una apropiación diligente de la mirada culta, como objetos de museo, aptos para alimentar repetitivas demostraciones de "amor patrio" y de "profundo sentir nacionalista". Impensable resultaba la inclusión de un ilimitado continente como ese de la difusión masiva, del cine, de la radio y de la TV, para colmo absolutamente adjudicado por una tradición a los "arriesgados capitanes de empresa" que se habían atrevido a hacer figura de pioneros en un sector aparentemente endeble del quehacer comercial. Una cada vez más arraigada ideología de la libertad de expresión, identificada férreamente a esa libertad de emptesa, consagraba el ignominioso reparto de la acción cultural masiva a los intereses crematísticos de un sector dominado por la pauta publicitaria y por las leyes del menor esfuerzo y la máxima ganancia, sin consideración alguna hacia cualquier otro tipo de orientación en la programación de ese multiforme poderoso aparato de embrutecimiento organizado.

Los nombres de Miguel Otero Silva y Antonio Pasquali rubrican de alguna manera las dos grandes direcciones de este cambio fundamental: el primero, la base del proyecto macro de promoción cultural, intentando recoger las experiencias de la animación cultural europea y los ensayos socialistas, en particular los que habíanse iniciado en Cuba y otros países a fines de la década de los años 60. Se trataba de forma evidente, en el caso de la

promoción cultural, de invertir el movimiento normal que une a las culturas elitescas o "elevadas" con las manifestaciones populares; en otras palabras, era cuestión de pasar de la difusión a la participación, del difusionismo a la animación de una "cultura acción", de la apropiación mineralizante, supuestamente quintaesenciada y nacional, a una actividad igualitaria, democrática, recreadora y creativa en sus dimensiones colectivas.

El segundo, Antonio Pasquali, fué uno de los motores activos del proyecto intelectual global del CONAC y por su formación (filósofo, intelectual de variada actividad) así como por el eje fundamental de sus preocupaciones (el análisis cultural y el desmontaje de la difusión masiva) viene a constituirse en el diseñador y fomentador de las nuevas áreas de cine y radio-televisión. Obsérvese que el CONAC implica un enorme salto histórico desde los altos pero limitados horizontes de la cultura erudita hacia estos nuevos terrenos, en dos direcciones opuestas: hacia la cultura popular vivida, de una parte, y hacia la cultura masiva fabricada industrialmente por los mercaderes del signo.

7. En octubre de 1974, la Comisión Organizadora es convertida en Comisión Preparatoria por decreto presidencial, con mandato de iniciar el proceso de organización e implantación real del organismo. El Comité sectorial de Radio-televisión había comenzado, al igual que otros comités encargados de la planificación de las áreas y de la elaboración de los instrumentos teóricos y programáticos, con un trabajo de diagnóstico altamente diversificado y ambicioso, cuando se desata con toda su fuerza la campaña de ataques que ya se había anunciado desde el mes de mayo: la prensa y los medios radiodifusivos se lanzan al unísono sobre el artículo 4o. del proyecto de Ley de la Cultura, que había sustituido entre tanto al "proyecto de Ley del Consejo Nacional de la Cultura". Dicho artículo 4o. calificaba como campos culturales, y por tanto propios de la acción estatal, a los medios radioeléctricos y al cine. Algunos diarios abrieron campañas de continuidad cotidiana contra el proyecto; salvo *El Nacional*, que por contar entre sus propietarios a Miguel Otero Silva, adoptó al menos una posición más ecléctica, en la que la polémica tenía un nivel más conceptual. Aunque no se mencionaba a RATELVE, cuyos trabajos ya comenzaban a aparecer ante la opinión pública, era evidente que la principal causa de los ataques concertados en los medios unidos —y de sus organizaciones lobbysticas: Bloque de Prensa, Cámaras de radio, de TV y de cinematografía— era la previsión de una acción en el terreno de los propios medios masivos de difusión; de allí que el famoso artículo 4o. concentrara la atención de detractores y defensores.

8. Resulta particularmente interesante comparar la gigantesca presión ejercida por los medios en esa ocasión, con la situación análoga —o aún más ex-

trema– que se produjo en la ulterior ocasión de la Conferencia Intergubernamental de San José sobre Políticas de Comunicación, en 1976. El caso CONAC-RATELVE vino a ser la antesala, en el plano nacional, de lo que sobrevendría en el plano regional con el caso Costa Rica. Quizás el principalísimo motivo de aversión y de hostilidad se centraba en la incomprensión acerca de los motivos de un gobierno, bien apoyado por los sectores medios y por la alta burguesía, para iniciar una aventura de esa naturaleza, desafiando aparentemente principios adquiridos del juego de poderes económico-políticos, tanto en lo nacional como en lo internacional. Y, sobre todo, dada la importancia cada vez más evidente del sistema difusivo para la conservación y ampliación de la dominación social.

"En el caso de Venezuela, variados son los motivos que han impulsado al gobierno a empuñar las banderas de la planificación comunicacional y a abrazar la teoría del equilibrio comunicacional frente a la vieja teoría liberal del libre flujo de información *(free flow)*. En primer término, el predominio del sector externo petrolero en la economía y su contaminación a nivel internacional por la sorda lucha cuyos polos son los países de la OPEP por una parte y los países ricos consumidores por la otra, con la intervención mediadora pero todopoderosa de las transnacionales aún detentadoras de la tecnología, el transporte, la refinación y la venta de manera preponderante. En tal terreno, la distorsión informativa ha jugado un papel clave en los diversos momentos de esas luchas y ha creado la necesidad de poder impulsar hacia el exterior información propia; agréguese a ello la obsesiva decisión de constituirse en "país líder", en "pequeña gran nación" con predominio sobre el Caribe y sus vecinos, como manera eventual de impulsar un desarrollo capitalista hacia afuera, un olvido de los grandes problemas nacionales y una eventual unidad nacional al estilo político mexicano. El *credibility gap* que ha venido ahondándose entre gobierno y sectores de las clases medias y populares, la lucha por controlar un poder de conformación ideológica que se traduzca por un consenso nacional y su contradicción con la autoprohibición de tocar los intereses de la empresa privada difusiva, llevan al gobierno, como es de esperarse, a una salida hacia afuera: las contradicciones no resueltas se reasumen y se disuelven como siempre, intentando un frente común ante un poderoso y difuso enemigo exterior, lo que permite mostrar al mismo tiempo un capitalismo dependiente como si fuera un capitalismo nacional protegido por un gobierno tercermundista. Así, se conjuran las resistencias internas y se intenta de paso liquidar la lucha de clases en aras de una imposible conciliación nacional".

El anterior texto, proveniente del "Epílogo provisional" de nuestro libro *El Estado y los medios*... pretendía mostrar ese pasaje de un primer intento de confrontación con el aparato difusor masivo en el plano nacional, hacia una exasperada reacción contra las transnacionales de la noticia y las estructuras de la dependencia informativa, adoptada por el gobierno venezolano con ocasión de la ya mencionada Conferencia intergubernamental de Costa Rica.

Pero es el caso que pocos gobiernos terminaron siendo tan entreguistas y complacientes para con el sistema difusor como el de Carlos Andrés Pérez. Después de las luchas generadas por el CONAC y el proyecto RATELVE, este último quedó para siempre "engavetado" y el CONAC fue adaptado a una rutina administrativa y a reglamentaciones que muy poco tuvieron que ver en definitiva con el proyecto original, hasta terminar convirtiéndose en un macro INCIBA (antiguo organismo de la cultura estatal), verdadero elefante blanco de la ineficacia burocrática culturalista. Igualmente, después de los desplantes tercermundistas de San José, ni Venezuela ni las otras naciones más activas movilizando proposiciones y denunciando las situaciones del flujo internacional de información, procedieron a revivir las recomendaciones finales de la Conferencia. En un *follow-up* realizado en Panamá en 1979, los investigadores de la región llegaron a la conclusión de que la Conferencia había quedado en proyectos sin cumplimiento.

2. ASPECTOS GENERALES DEL PROYECTO RATELVE

Cuando en noviembre de 1974 se constituyen los Comités para el diseño de la producción, conservación y difusión cultural, la Comisión Preparatoria del CONAC decidió la constitución también de un *Comité de Radio y Televisión*, comité que habría de caracterizarse por la interdisciplinariedad de sus miembros y cuyo cometido central sería el de "elaborar un informe sobre nuevas políticas de radiodifusión".

De la labor de ese Comité que reunió al núcleo más sobresaliente de la investigación en comunicación en el país con representantes de las distintas instancias del aparato del Estado con injerencia en el área, es resultado el proyecto RATELVE. Cabe señalar que el grupo que participa en las discusiones que posteriormente se plasmarán en la redacción final de RATELVE no sólo abarca el nivel técnico-político aportado por el Estado o el científico-académico, proveniente básicamente de los sectores universitarios, sino también a representantes de los gremios ligados al trabajo profesional en los medios.

Si bien el propósito inicial propuesto para la labor que habría de asumir el Comité se centraba básicamente en el nivel de formulación de "nuevas políticas" aplicables al área, el proyecto en sí trasciende ampliamente dicho nivel y lo hace de la única forma en que la elaboración de tales pro-

puestas puede considerarse pertinente; a través de una definición inicial de los principios generales a la luz de los cuales se realizará el trabajo, de una presentación de posibles alternativas en términos de criterios operacionales y de un prolijo diagnóstico del sistema real de radiodifusión. Es más, sin adentrarnos por ahora en el análisis de cada una de dichas partes, es clara la importancia de RATELVE no sólo por fijar líneas de política sino también por sentar las bases de una metodología para la fijación de tales líneas.

A los fines de esta presentación, resulta ineludible destacar una serie de elementos en el interior del proyecto:

1. El establecimiento de una serie de principios –suerte de punto de partida teórico-normativo– que encuadra claramente la concepción de comunicación que subyace al trabajo y enuncia la ineludible competencia del Estado en materia de radiodifusión y el carácter de servicio público que la misma tiene.
2. La presentación sistemática de las distintas alternativas de propiedad y modelos de uso.
3. El análisis exhaustivo de la situación específica a la cual se pretende aplicar el modelo ideal derivado de los puntos 1 y 2. En otras palabras, un cuidadoso diagnóstico analítico del sistema de radiodifusión, incluyendo sus sectores componentes: público y privado. El sector público se analiza en sus tres grandes secciones relacionadas con el tema: el sector técnico de telecomunicaciones, el sector información y el sector educación (MTC, CANTV, OCI, ME) con un alto grado de meticulosidad; se analizan las iniciativas del sector educación (audiovisual) y los aspectos estructurales del sector TELECOM y de la Oficina Central de Información. Se señala un estado de dispersión de servicios, de desintegración institucional y desarticulación. En lo analítico propiamente dicho, se subrayan los aspectos funcionales y jurídicos, luego se estudian las fuentes, contenidos y efectos de la radiodifusión, y luego los aspectos de infraestructura, cobertura, aspectos económico-financieros y de recursos humanos. La adecuación, la eficiencia y la eficacia del uso de recursos, así como el grado de organización y coherencia, adjudican en este diagnóstico un claro y enorme desequilibrio a favor del poder difusor privado en relación al sector público, pero mostrando inequívocamente que los criterios del sector privado son absolutamente crematísticos y negadores de toda relación con la cultura nacional o con un mínimo de preocupación por los efectos y las audiencias, como no sea a través de sus indicadores de *rating* y de *survey*, simplemente destinados a la práctica del mayor beneficio con el menor esfuerzo y la menor inversión. Asimismo, queda claro que buena parte de la ventaja a favor del sector privado proviene del absoluto desastre imperante en la organización del sector público, cuya abstención en este campo deja abierta la puerta al predominio del bloque difusor privado, el cual cuenta incluso con fuentes de fomento, financiamiento directo e indirecto y facilidades del Estado, que operan en su favor en lugar de alimentar las redes o programas del sector público.
4. El Informe parte del modelo ideal y sus parámetros, contrapuesto al diagnóstico analítico de la realidad, para ofrecer, por último, el proyecto de una nueva política para el sector, política que es claramente definida en sus aspectos jurídicos e institucionales como en los relativos a la producción, conservación y difusión de mensajes.
5. Cabe destacar que el modo de producción del proyecto pretendió asegurar, como ya hemos anotado, a la vez una representatividad –y por tanto un compromiso– de los diferentes estamentos burocráticos del Estado involucrados en la difusión masiva y en otras áreas de la comunicación social, una intervención de sectores sociales considerados claves en relación al campo de problemas tratados (Iglesia, Sindicatos específicos del sector, Fuerzas Armadas, Cordiplán, Compañía estatal de teléfonos, etc.) y una producción científica de diagnóstico y prognosis, garantizada por la presencia de un componente universitario y científico especializado, como lo fue el grupo de redactores principales, en su mayor parte provenientes del ININCO. Este modo de producción se refleja en un éxito relativo en el nivel del diagnóstico que de otra manera no hubiese sido posible: las entidades gubernamentales se vieron obligadas a colaborar en un proyecto que en ese momento contaba con el beneplácito presidencial, en un momento además en que se iniciaba un nuevo equipo en el gobierno y aún no se habían afianzado las resistencias a suministrar información ni las rencillas entre sectores y estamentos burocráticos. De la misma manera ello hizo posible una recopilación de datos que por momentos se asemejaba al espionaje industrial, dada la absoluta renuencia de los componentes del sector privado a suministrar información; la pertenencia a una Comisión "de alto nivel" permitió obtener datos globales financieros, de impuesto sobre la renta, y fisgonear los secretos celosamente guardados del sector difusivo privado. De esta manera, con sus defectos y lagunas, el diagnóstico parece lo más rescatable del proyecto.
6. En el nivel de la prognosis, los conceptos de sistema mixto auténtico, de régimen complementario en cuanto a alternativas; de una fundamentación jurídica y económica para la nueva política; de una institución centralizadora de los niveles decisorios y ejecutivos, conectada con un consejo formulador de política, y además conformada por la intersección activa de los sectores cultura-información y telecom (técnico);

de un control de contenidos fundado en criterios científicos; de un cuadro de principios supremos para la fisonomía de la nueva institución, en lo programático, en lo operativo y lo administrativo; todos ellos conforman una amplia gama teórica caracterizada por una vocación práctica explícita, destinada a la búsqueda de una aplicación real; dentro de parámetros realistas relativos al momento que se vivía en el plano de la política estatal y de la relación de fuerzas en lo cultural y en lo comunicacional. Si bien se anunciaba ya ominosamente la casi seguridad de que el fruto de tales esfuerzos quedaría como libro blanco, en el mejor de los casos para las futuras generaciones.

3. IMPORTANCIA TEORICA, VALOR PRACTICO Y CONSECUENCIAS

RATELVE se convierte rápidamente, a partir de su difusión —aun con todo lo limitada que fue en el momento de la entrega final—, en una suerte de "libro blanco" de la radio y la televisión en Venezuela. Creemos que ello se debió a la vez a su nivel teórico, en cuanto diagnóstico y en cuanto modelo de prognosis, y a su valor práctico indiscutible, ya que esa prognosis no apuntaba a un modelo utópico, sino que parecía corresponder al horizonte de lo posible, a la vez en relación al clamor de las opiniones de interesados e involucrados en el problema (sindicatos, sectores de gobierno, Iglesia, grupos de presión, analistas científicos, planificadores), como en relación a las posibilidades de acción política implantadora concreta, en la coyuntura y en el contexto del apoyo social del régimen presidencial. Se propugnaba, después de todo, algo tan modesto como claro: llevar a un plano de igualdad —de régimen mixto auténtico— a los sectores público y privado, a través de la implantación del concepto de servicio público y de ciertas estructuras de concertación y control, que estarían diseñadas para la elevación de los cánones de prestación del servicio, así como un control técnico y científico razonable, en manos de una comisión permanente; la formulación de nuevos dispositivos legales, manteniendo libertad de acción al sector privado, con límites explícitos y racionales de tipo técnico y de contenido; y apoyando el peso fundamental de la reforma en estructuras del propio Estado, las cuales ejercutarían un "efecto demostración" de cambio. Por otra parte, se ofrecían alternativas de organización de los nuevos servicios estatales, dejando únicamente a salvo los principios fundamentales de la política nueva, la cual se detallaba en sus principos, sus aspectos operativos, sus aspectos funcionales y sus aspectos económicos.

Los aspectos específicos que más importa destacar desde el punto de vista de la relación comunicación—democracia son:

A. El hecho de definir un "modelo ideal" de radiodifusión, deducido de principios generales de comunicación y de política cultural en su sentido prospectivo, que establecía claramente:

a) los vínculos de inherencia entre comunidad, persona y comunicación;

b) la diferencia entre el deber ser de una radiodifusión cultural y la fea realidad de la industria cultural publicitaria actual;

c) la necesidad de un servicio público en función de los intereses nacionales y del desarrollo de la población;

d) la unidad entre las necesidades culturales, de información y educación, el desarrollo y la comunicación;

e) el carácter público, y por tanto estatal, de la obligación de establecer fines, objetivos y límites a algo tan delicado como la radiodifusión.

B. El establecimiento de principios fundamentales para la aplicación de dicho modelo:

a) estableciendo el criterio de servicio público;

b) estableciendo el sistema mixto auténtico como criterio de propiedad de los medios (igualdad entre sectores público y privado, pero en función de parámetros reales de cobertura y audiencia);

c) elección del criterio de la *complementariedad* como alternativa de uso planificado (por oposición a la competitividad comercial del servicio privado);

d) la prestación del servicio público por un ente específico del Estado.

C. La elaboración de un diagnóstico sobre una base a la vez estructural y compleja, con consideración especial a aspectos normalmente infravalorados en esa época, como por ejemplo, los aspectos de propiedad, de finanzas, de relaciones entre sectores y de estratos intrasectores; la consideración implícita de un nexo vital entre los procesos "estructurales" y "superestructurales" en la difusión masiva. La realización convincente de los elementos del diagnóstico y de su carácter probatorio. Asimismo, la cualidad analítica y orgánica, así como el carácter comparativo de dicho diagnóstico.

D. *Una concepción concreta y aplicable*, caracterizada por:

a) contextualización del servicio público en la planificación estatal de tipo socio-económico-cultural;

b) armonización de sectores público y privado;

c) garantizar el servicio complementario-planificado;

d) utilización adecuada de la radiodifusión (sonora y TV) para los organismos públicos;

e) garantizar el más alto nivel cualitativo (técnico y programático);

f) asegurar la cobertura nacional y la diversificación regional, con servicios especiales hacia zonas fronterizas y radiodifusión internacional;

g) creación de una unidad político-administrativa responsable de los servicios estatales;

h) atención a los aspectos de producción, conservación y difusión, dentro de un control programático planificado;

i) participación conjunta en el nuevo organismo o ente público intersectorial e interinstitucional, del sector información, el sector cultural y el sector técnico de telecomunicaciones.

j) carácter de instituto autónomo o de empresa del Estado para el nuevo organismo;

k) previsión de fuentes diversificadas de financiamiento (pago de tasa de uso de receptor o por tasa *unatantum* de compra; publicidad limitada y aporte presupuestario, además de elevación de la tasa del 1% existente para los difusores privados;

l) recomendaciones de administración y funcionamiento, a partir de un esquema estructural esencial;

m) creación de un Consejo Nacional de Radiodifusión, por encima del ente nuevo a crear y del sector privado, con injerencia en la globalidad de la política nacional de radiodifusión. Por ende, aplicación del principio de participación social, recogido en Costa Rica dos años después.

De lo recién enumerado se deduce que el Proyecto RATELVE se acercaba, como elaboración (modo de producción de un diseño de política nacional), y como contenido (proposiciones para una política sectorial de radio y TV), a los presupuestos que hemos asignado anteriormente a las formulaciones de Política Nacional de Comunicación democrática. En efecto, se intentó, en la medida del marco político existente y de la coyuntura, un proyecto de una relativa representatividad, esta vez no restringida a fuerzas políticas ni a sectores de presión, sino afincada en tres grandes sectores: el sector gremial y sindical (Sindicato de Radio y TV, Federación), el sector administrativo y planificador (Cordiplán, Ministerios de Comunicaciones, de Educación, Oficina Central de Información, Compañía Anónima Nacional de Teléfonos, etc.), y la Iglesia y el Ejército, considerados ambos, a distinto título, como componentes de la estructura decisionaria en forma indirecta, pero no menos significativa, y además, en tanto interesados que han manifestado preocupación por el problema en juego (la Conferencia Episcopal venezolana es autora de textos públicos de una absoluta dureza crítica frente a la situación de la TV y sus contenidos; y el Ejército manifestó interés en participar en los problemas de defensa y seguridad, en lo relativo a las redes civiles de transporte de señales, los problemas de las áreas poco pobladas y las zonas fronterizas, así como aspectos de infraestructura y política). A ellos se agregaba el sector fundamental de la investigación, representado mayoritariamente —en términos relativos— a través de miembros a pleno régimen y asesores del subcomité elaborador, estos últimos provenientes de despachos del gobierno, amén de la participación del Dr. Luis Ramiro Beltrán y su asistente Elizabeth Fox en una consulta inicial sobre problemas de diagnóstico.

Desde luego que aquí se trata de una representatividad basada en el conocimiento, en el interés práctico o profesional, y en la conexión administrativa y político-técnica, pero la orientación calificaba al proyecto como destinado a la participación democrática y a la ampliación de la base de sustentación, tanto de las decisiones como de los contenidos mismos.

Pero la dirección del proyecto pone también énfasis en que la radio y la Televisión se acercasen aceleradamente a un esquema más democrático de uso: situar al Estado en igualdad de condiciones con el sector hasta entonces dominante, de tipo comercial, y además establecer ciertas tendencias a la participación —aun mediada— en los mecanismos del Consejo Nacional de Radiodifusión y en el organismo de gestión; tales aspectos caracterizan un salto cualitativo respecto a la situación existente.

Por otra parte, y este es el aspecto más significativo, RATELVE pretendía acelerar la marcha hacia una autonomía cultural nacional en el sector radio—TV, a través de la implantación del sistema complementario—planificado de servicio público y la coexistencia de fuentes de mensajes diversas en el régimen mixto auténtico.

Insistimos de todas maneras, para no inducir a confusión, en que tales propuestas y soluciones, así como la forma misma de producción no cumplían lo que hemos denominado después "el modelo de **Política** Nacional Democrática", en términos de morfología relacional participativa popular: sólo puede hablarse de un acercamiento a dicho modelo, en la medida en que se rompían ciertas ataduras, se modificaban radicalmente formas de aproximación a una prospectiva, y se rodaban por primera vez métodos de investigación en una realidad concreta, y formas de organización y trabajo común de sectores disímiles en torno a un grave problema nacional. Y todo eso significó de por sí un enorme paso adelante en el enfoque, no sólo por parte de la investigación, sino por parte del sector público que se vio forzado a reconocer realidades y apreciar la factibilidad de un modelo científico.

Falta analizar aún —en la medida de lo posible— el sitio y el contexto de la ruptura que condujo al enterramiento de un proyecto propugnado por un gobierno colocado en la mejor situación para hacerlo efectivo.

4. QUE PASO CON RATELVE: LECCIONES DE POLITICA PRACTICA

El "caso RATELVE" comienza propiamente en el momento en que culmina la elaboración del Proyecto, en mayo de 1975. Pero la opinión pública venía siendo inundada desde fines del año anterior con ataques virulentos contra el proyecto de ley del CONAC, y precisamente contra el artículo 4o. de dicho Proyecto, que era el que se refería a medios de difusión.

El artículo 4o., lazo de articulación y de posibilidad de insertar la radio-TV y por tanto la política sectorial propuesta en RATELVE al Plan Nacional de la Cultura, decía:

> Artículo 4.– Para que el Estado pueda garantizar los más adecuados servicios culturales públicos se definen como *área de interés prioritario* todo lo relacionado con la producción, formación especializada, promoción, investigación e incremento, conservación, difusión y disfrute de las Artes Plásticas, de la Música, del Teatro, de la Danza, del patrimonio arquitectónico, arqueológico, histórico y antropológico, del mensaje cultural-impreso, *del mensaje radio-eléctrico y del mensaje cinematográfico.*

La lucha alrededor de la ley de CONAC apuntaba en el fondo contra la política sectorial contenida en RATELVE. Se trataba finalmente de la famosa defensa de "la libertad de expresión", caballito de batalla del sector crematístico de la difusión masiva.

En el caso del CONAC, muy poco después de la creación por Decreto Presidencial de la Comisión Preparatoria del Consejo Nacional de la Cultura, el 22 de octubre de 1974, comisión que venía a suceder a un ente análogo de carácter organizador que había sentado los fundamentos para la Ley de la Cultura y planteado la organización de unidades sectoriales, comenzó la polémica pública sobre el futuro CONAC. Las presiones fueron al comienzo soterradas, en el nivel del Parlamento y el Ejecutivo, para cambiar el artículo 4o. del proyecto de ley, que calificaba como campos específicos culturales y sujetos a la acción planificadora del CONAC a los medios radioeléctricos y el cine. Muy pronto empezó a desatarse una verdadera campaña, principalmente a través de las emisoras de radio con el programa "cautivo" de la cámara respectiva; diarios pertenecientes a una "cadena" (Bloque de Armas) ampliaron los ataques. Luego, una verdadera "desinformación" dirigida se desató en todos los órganos de difusión y las emisoras de televisión privadas se acogieron a la campaña de la radio. Sólo en algunos diarios, como *El Nacional*, se publicaron declaraciones de los integrantes de la Comisión Preparatoria, pese a estar ésta constituida por personajes conocidos de los sectores culturales.

El diario *El Nacional* publicaba el 22 de abril de 1975 la noticia de la defensa realizada por el senador Otero Silva (copropietario del diario) del proyecto de ley de la cultura. Pero los ataques seguían un curso cada vez más intensivo, concentrándose en un supuesto totalitarismo estatal sobre la radio y la televisión. Sofía Imber pasó a convertirse rápidamente en una de las abanderadas del sector privado atacando al CONAC desde las propias páginas del diario antes citado, pero sobre todo desde su programa de televisión. Ya para el mes de junio de 1975 el presidente de la Cámara de Diputados, perteneciente al Partido Social Cristiano, declaraba (19-6-75) que la Cámara de Diputados "no podía dejarse atropellar por argumentos relativos a la situación financiera de organismos culturales del Estado, existentes o por crearse, ya que ello refleja una absoluta falta de previsión de la Comisión organizadora del CONAC...", aludiendo a la solicitud de presupuesto por parte de la susodicha Comisión. El 24 del mismo mes se anunciaba *(El Nacional)* la superación de las dificultades para aprobar la Ley, después de una reunión entre dirigentes del partido de gobierno y miembros de la Comisión Preparatoria del CONAC. Se trataba de la modificación del artículo 4o. en el que la empresa privada veía la puerta de entrada del proyecto RATELVE. Este proyecto, entregado a la Comisión Preparatoria por el Comité Sectorial de Radio y Televisión –en cuya integración habían participado representantes de la Iglesia católica, del ejército nacional, del sindicato interesado y de los ministerios y organismos estatales relacionados con radio y TV– se limitaba a recomendar, luego de un duro análisis de la realidad del momento, una política de equilibramiento del sector público para con el privado, una "respuesta" a las necesidades del desarrollo nacional en los objetivos de dicha política y un control mayor del Estado dentro de un "régimen mixto auténtico". Poco después el diario *El Universal* (27-6-75) anunciaba la modificación del artículo 4o., al cual se le adicionaba el calificativo "cultural", para concluir que el CONAC solamente tendría jurisdicción sobre los mensajes estrictamente culturales de radio y TV. Al mismo tiempo se anunciaba que el Proyecto RATELVE no sería aprobado conjuntamente con la nueva Ley. Sin embargo, los ataques contra el proyecto arreciaban en la prensa. A fines del mismo mes, el periódico *Meridiano* titulaba: "Prensa, radio y TV repudiaban al CONAC". Poco después *El Universal* (1o. de julio) daba cuenta de una reunión de los directivos de las Cámaras de radio y TV con el propio Presidente de la República, en la que éste prometía a las Cámaras "que esta ley, que tanto preocupa a la gente de la radio y de la televisión así como de la prensa escrita *no será aprobada sin antes ser sometida a revisión con los correctivos que se requieran...*" (subrayado nuestro,

O.C.). El mismo día, la Comisión Preparatoria "respondía" a los radiodifusores, en una defensa bastante pasiva. En ese momento, entidades gremiales y sindicales, así como la Federación de Radio, Cine, Teatro, TV y afines, la Asociación Nacional de Autores Cinematográficos, el Sindicato Nacional de Trabajadores de la Prensa y otros, se pronunciaban en remitidos públicos a favor de los Proyectos CONAC y RATELVE. La Comisión preparatoria, por su parte, se vio obligada a emitir una declaración sobre el estado de la cuestión ante la circulación de rumores diversos; en dicha declaración apenas se explicaba "que el Proyecto (CONAC) había sido *perfeccionado*" (?) por el Procurador de la República y la Comisión de Asesores jurídicos de la Administración Pública (CAJAP). El día 3 de julio, la periodista Imber lanzaba uno de los más feroces ataques contra el CONAC, advirtiendo que se trataba de "brigadas de extremistas" disfrazados de promotores de cultura. La información se titulaba: "País democrático estaría creando el instrumento para su propia destrucción" y la Cámara de Diputados declaraba ese mismo día, por boca del presidente de su Comisión de Cultura, que se "congelaría" la aprobación de la Ley hasta que hubieren sido consultados los sectores que la adversaban. (*El Mundo*, 3-7-75). Entretanto, periodistas como Ramón Koesling y Sofía Imber enfocaban sus ataques especialmente contra el proyecto de promoción popular, uno de los elementos novedosos del plan CONAC. Se denunciaba una supuesta conspiración izquierdista para "tomar" la cultura. La Cámara de la Radio llegó a comparar la ley del CONAC con la Revolución Cultural China (*El Mundo*, 3-7-75). La campaña llegó a tal punto en radio y televisión que el Sindicato Profesional de Trabajadores de estos medios se vio obligado a denunciar el empleo que se hace de medios básicos de información, como son la radio y televisión, para transmitir mensajes que desvirtúan la función básica del servicio público, en virtud de "que por los canales de radio y televisión se están transmitiendo mensajes referidos al proyecto de Ley de la Cultura que incitan a la disociación, discriminación y animadversión contra personas". Todavía para el 18 de julio el Congreso informaba que la Ley del CONAC no sería aprobada en las sesiones ordinarias de ese año *(El Universal)*. La avasalladora campaña contra la Ley CONAC se acentúa hasta la definitiva aprobación de la misma —con las correcciones necesarias para aplacar a sus enemigos— en fecha 29-9-75 (Gaceta Oficial No. 1.7.68 Extraordinario), prácticamente un año después de haber sido entregado el Anteproyecto por la en ese entonces Comisión Organizadora del CONAC (5).

Desde el punto de vista que atañe al propósito de este análisis sobre el caso RATELVE, vale la pena destacar la explicación acerca de las razones del gobierno para "engavetar" un proyecto como ese. En el año 1975 ya va

(5) Capriles, *El Estado y...*, pp. 162-165, *op. cit.*

quedando claro que el gobierno de Pérez no soporta fisuras en el consenso que pretende mantener. Y ese consenso empieza a definirse cada vez más de manera diferenciada en función de los "interlocutores" privilegiados que se sitúan principalmente en el nivel de la gran burguesía y especialmente en ciertos sectores (industrial, bancario), que se avienen perfectamente al programa populista de proteccionismos, ayudas y fomento financiero que se justifican en aras del desarrollo de una "nueva Venezuela", a veces denominada la "gran Venezuela". El apoyo popular sigue siendo importante sólo como una legitimación ocasional para un gobierno que cada vez más se acerca a ciertos sectores monopólicos, que llegan a insertarse primero como beneficiarios del proteccionismo y luego, en el caso del capital bancario, como gozosos prestamistas a corto plazo y como beneficiarios de las medidas financieras del gobierno, el cual comienza poco después a endeudarse cada vez más rápidamente a nivel internacional, a través de los planes y proyectos que especialmente a cargo de entes autónomos, regionales o descentralizados, sirven de base a un conjunto cada vez más grande de negociaciones públicas, en las que la corrupción se instaura con igual rapidez que la deuda pública. Un comercio hiperespeculativo, proveniente de sectores financieros y a partir de sus bases en la Isla de Margarita, se agrega a todo esto e inunda el país de licores, perfumes, objetos de lujo y mercaderías importadas, entrando así en contradicción con los industriales que originalmente apoyaban el proyecto político de Pérez. Es sobre todo el crecimiento sin límites de una masa monetaria en circulación lo que va a incidir, por primera vez en la historia moderna venezolana, en una inflación y un aumento del costo de la vida a partir de allí incontenibles.

La demagogia populista empieza entonces a desviar hacia afuera la atención del pueblo, insistiendo en consignas antimperialistas, en llamados al nuevo orden internacional, en posiciones expansionistas en términos de zona de influencia en el Caribe y Centroamérica, etc. En tales condiciones, el chantaje de la gran prensa nacional y de la radio y la televisión privadas surtía un efecto agobiante en los personeros del régimen, altamente identificados además, de manera directa en algunos casos o indirecta, con los intereses económicos concretos de los dueños de los medios.

La cohesión estructural del sistema de anunciantes/publicistas/ medios y su carácter de punta de lanza a la vez persuasora en lo económico e inculcadora en lo ideológico-político, han infundido un "santo temor" a los gobiernos democráticos a partir de 1958. Olvidando la enorme dependencia económica, financiera y aún política de las ayudas, préstamos, subsidios y el carácter de primer anunciante en términos relativos del Estado y sus organismos, que caracterizan el permanente paternalismo del gobierno sobre el sistema difusor, los jerarcas políticos se comportan como dóciles *primadonnas* frente a las amenazas de los dueños de los medios, de los publicis-

tas y de algunos periodistas marrulleros. Y tal es el efecto de la implantación de un tipo de democracia formal, fundada en el espectáculo político, en la publicidad, en la creación de "imagen" de los personajes o funcionarios, y en un sinnúmero de presiones y componendas que anteceden a la vida de cada núcleo de gobierno, imponiéndose desde la etapa pre-electoral y desatando negociaciones oscuras y compromisos futuros sobre la base del apoyo en las campañas; luego vendrán los contratos publicitarios, de relaciones públicas, de "propaganda institucional", las ayudas, los sobresueldos a los palangristas, etc.

Es de suma importancia constatar que la estructura económica, con su recurso necesario a la publicidad –en forma desproporcionadamente más intensa que en ninguna otra formación latinoamericana– marca ya una característica que luego se extiende naturalmente al juego político: la *inculcación* se ha naturalizado como modo de vida, como cultura, como "comunicación", como lenguaje. De un mercado estrecho, sobrealimentado monstruosamente por el más intenso martilleo publicitario del mundo, para mantener en ascenso una tasa de ganancia inflada, se pasa sin sobresaltos a la aplicación del mismo mecanismo al juego político electoral y luego a un esquema aparentemente natural de "comunicar" que adoptará el gobierno de turno, y que regirá sus relaciones con el sistema difusor masivo.

Como constatación final a la situación aquí descrita, decíamos en 1976: "Es en tal contexto que se comprende la imposibilidad de una *política de comunicación* que pudiera encerrar elementos de autonomización económica, política o ideológica, sin un cambio profundo de las articulaciones internas y externas del capitalismo dependiente. Las más preciosas visiones de una coyuntura aparente de poder soberano fundamentadas en la lucha por el rescate de las materias primas y por la independencia económica, y flanqueadas por una autonomización política e ideológica frente a la dominación de la metrópoli, resultan claramente falaces, al ponerse de manifiesto la inamovilidad de la estructura interna de poder de clase, que es a su vez efecto y causa del fortalecimiento y reproducción ampliada del modo de producción capitalista dependiente" (6).

Sin embargo, al mismo tiempo quedaba muy clara la dimensión democrática y progresista –aún vigente después de RATELVE– de una continuidad en la lucha por las P.N.C., en todos los flancos al mismo tiempo y articulando la investigación a los grupos de base o profesionales comprometidos en la lucha cultural. Como reflexión final sobre la problematica específica venezolana en materia de "política de comunicación", parece conveniente preguntarse sobre las posibilidades de acción que se plantean a los partidarios conscientes de un cambio radical en la conformación ideológico-cultural del país, como una de las vías –no la única para obtener una sociedad más justa, propiciadora de un perfeccionamiento humano a través de la interacción social. Lamentablemente no existe en el país un *"frente cultural-comunicacional"* que integre a los sectores progresistas, desde aquellos grupos más interesados e involucrados en la práctica o en la teoría de la comunicación social y la información colectiva –como investigadores, periodistas, trabajadores de los medios, etc.– hasta los sectores más amplios de la conformación social quienes, sea en términos de clase, sea en términos de consumidores pasivos y de víctimas de la ideología de consumo, tendrían también que comenzar a reaccionar frente a la sociedad unidireccional y a participar en diversos niveles de lucha por cambiarla. En Venezuela, los partidos políticos y grupos militares no han comprendido aún cabalmente la extraordinaria importancia que asume específicamente aquí y ahora la problemática de la difusión masiva. La índole particular del Estado venezolano y del poder político en general que manifiesta la dominación clasista, con su corte populista-demagógico, facilita al menos la creación de movimientos de opinión que ayudan a desenmascarar las contradicciones entre la "cara" popular del Estado y su vinculación real con la clase dominante y sus patrones de Ultramar. Para ello es necesario que una lucha concreta *integre* la problemática de la cultura con las determinaciones económico-políticas, a través del concepto de *modo de vida capitalista dependiente*, impuesto y reproducido por la vía prioritaria de la difusión masiva (7).

Y así llegamos a una constatación básica, aunque parezca elemental: la democracia comunicacional basada en la participación, y componente fundacional y operativo a la vez de la democracia política que se desea –la que se confunde inextricablemente con la igualdad social y con la democracia económica de nuestros países–, no puede implantarse, siquiera en forma atenuada o experimental, siquiera parcial o fragmentadamente, en los planes de gobiernos mediadores de la dependencia, incapaces de afrontar o distender sus lazos de clase.

Ello permite insistir en la necesidad de *analizar el bloque histórico*, como estructura vertebral de la formación social en una coyuntura a mediano plazo, vistos siempre claramente los aspectos de sobredeterminación de la estructura en la reproducción ampliada de las clases. Y ese análisis permitirá solamente adecuar la lucha estratégica, que avanzará en dos frentes: haciendo visibles y acentuando las contradicciones verticales (disritmias) en el bloque histórico y las contradicciones horizontales de la formación, en primer término; y en segundo lugar, contribuyendo a afirmar y afinar los

(6) Ibídem, pp. 184-185.

(7) Ibídem, p. 185.

criterios de lucha de las clases subalternas en la lucha ideológica, intentando aumentar el alcance de las ideas de renovación histórica entre los sectores intelectuales profesionales y de trabajadores.

De igual manera, ello reduce las ambiciones y expectativas de las P.N.C. en tanto supuestas alternativas inmediatas, y obliga a verlas como momentos estratégicos en una lucha concientizadora que debe intentar unir a los sectores nacionales e internacionales a que hemos hecho referencia, alrededor de los mismos objetivos.

Asimismo, el tema replantea lo que hemos venido defendiendo acerca de no abandonar la otra línea de batalla, que consiste en la experimentación social crítica en el campo de la comunicación, con exploración de las posibilidades de alternativas *aquí y ahora* que practiquen en pequeña o mediana escala los principios y las prácticas de la llamada comunicación alternativa, inmiscuida, desde luego, en lo profundo de experiencias de relación con la realidad social cotidiana y con los problemas concretos a través de los cuales se vive la dominación y se sufre la explotación por parte de las mayorías nacionales (8).

La democracia está en la comunicación sólo si está en la toma de decisiones de todo lo social; y sólo está en lo político-social si existe en lo económico y en lo comunicacional-cultural.

(8) Véase el trabajo "Venezuela: ¿política de comunicación o comunicación alternativa?" en revista ININCO, No. 1, Caracas, agosto, 1980. Allí hacemos algunas consideraciones sobre esa disyuntiva.

LA DISCUSION SOBRE EL DERECHO A LA INFORMACION EN MEXICO

Fátima Fernández Christlieb

EL DERECHO A LA INFORMACION, PROPUESTA DE LA REFORMA POLITICA DE 1976

A diferencia de otras experiencias institucionales latinoamericanas, en las que puede hablarse de realizaciones o proyectos, en el caso mexicano se hablará únicamente del proceso que siguió una *discusión*, que hasta el momento de redactar estas líneas (enero de 1981), no había entrado siquiera al ámbito del proyecto.

Si hablamos con toda propiedad, habría que apuntar que la llamada discusión no ha sido más que una exteriorización de puntos de vista, sin llegar propiamente al examen detallado de consideraciones favorables o contrarias indispensables en toda discusión. Sin embargo, esta limitación no le resta importancia, ni disminuye la validez de la experiencia mexicana, ya que se trata de un proceso originado en el seno mismo del gobierno de la república y enmarcado en la reforma política más importante llevada a cabo por el Estado en los últimos cuarenta años.

¿Cómo y por qué surge el debate sobre el derecho a la información? En 1975, año importante en el calendario político mexicano (como lo son todos los años llamados "del destape", o del hacer público el nombre del siguiente Presidente de la República), se manifestaron con toda claridad los primeros visos de una crisis de legitimidad en el sistema político mexicano. El mito del pluripartidismo se venía abajo, porque el siguiente candidato del Partido Revolucionario Institucional (en el poder desde 1929) sería elegido sin contrincante alguno. Los llamados partidos de oposición no presentarían candidato propio. El Partido Popular Socialista (de antigua inspiración marxista) y el Partido Auténtico de la Revolución Mexicana (integrado por veteranos del movimiento armado de 1910) se adherirían a la candidatura presentada por el PRI, mientras que el Partido Acción Nacional (fundado en 1939 como oposición al cardenismo) se encontraba

en plena crisis de identidad y resolvió no presentar candidato para las elecciones presidenciales de 1976.

Ante esta situación, los ideólogos del régimen presentaron un proyecto de reforma política cuyos primeros lineamientos aparecieron en el documento titulado "Plan Básico de Gobierno 1976-1982", cuya paternidad se adjudicó al PRI. Es aquí donde se menciona por primera vez el término "derecho a la información", entendido como la facultad que tienen todos los sectores sociales de expresar sus puntos de vista a través de los más diversos medios de difusión masiva, en especial por radio y televisión.

El primer paso en esta reforma política fue una enmienda de la Constitución, que consistió en modificar aquellos artículos referentes al proceso electoral y a la composición de la Cámara de Diputados. Asimismo, al Artículo Sexto sobre libertad de expresión se añadió esta frase: "El derecho a la información será garantizado por el Estado". Para que esta nueva garantía constitucional se hiciera efectiva, era necesaria una ley reglamentaria; ley cuya elaboración tendrá, como primer paso, la discusión que aquí se analiza.

¿Por qué fue incluido el derecho a la información dentro de la reforma política?

¿Por qué desde la cúspide del poder —sin que ningun sector social haya efectuado la más mínima demanda sobre el particular— se concede esta garantía?

Las respuestas se encuentran en la trayectoria seguida por los medios de difusión audiovisuales durante los últimos cincuenta años. Desde 1930, año en que comienza a operar la radiodifusión privada de gran auditorio, esta industria ha tenido una fuerte participación de capital extranjero y ha seguido invariablemente el modelo comercial norteamericano, tanto en lo que respecta al contenido como a la estructura monopólica. Al poderío económico que fue alcanzando el consorcio privado de la radio y la televisión, se le añade poco a poco una marcada influencia política, tanto en lo tocante a emisión de mensajes como en la toma de decisiones dentro del gobierno. Para mediados de la década pasada, resulta ya evidente que los industriales de radio y televisión han asumido una función que por décadas se había reservado el Estado para sí: *hacer política de masa.* Es decir, en un sistema político como el mexicano, donde cualquier grupo organizado pasaba a integrarse, tarde o temprano, a la maquinaria estatal, resultaba peligrosa una entidad autónoma, generadora de mensajes políticos, culturales y educativos.

La modificación al artículo sexto de la Constitución se plantea, pues, a partir de la necesidad que tiene el propio Estado de fortalecer la presencia del sector público en los medios de difusión más penetrantes con que cuenta la sociedad de masas. Si el partido del gobierno propone una "democratización de los medios de difusión", es que para garantizar en éstos su propia presencia a través de los partidos afines al gobierno o de los sectores obrero, campesino y popular, integrantes de la maquinaria corporativa del Estado.

La reforma política comienza a concretarse con el registro de tres nuevos partidos: el Comunista (fundado en 1919, pero sin registro por más de treinta años), el Socialista de los Trabajadores (fundado en 1975, en amplia concordancia con la fracción progresista de la burocracia política) y el Demócrata Méxicano (con antecedentes cristeros y sinarquistas organizados desde los años veinte). Estos tres partidos participan por primera vez en el juego electoral en julio de 1979, cuando se renueva la legislatura federal. Esta innovación en el sistema político aparece como acto temerario y riesgo innecesario ante las corrientes tradicionales del aparato estatal y ante las organizaciones empresariales. Con el transcurso de los meses, lo que se había planteado como una reforma política va quedando en la práctica reducida a una reforma electoral y lo que se había denominado "derecho a la información para todos los sectores sociales", va quedando, en el terreno de los hechos, como el acceso que tendrán los partidos políticos a la radio y la televisión en horarios estrictamente vigilados. El 1o. de septiembre de 1979 marca el inicio del período ordinario de sesiones de la Cámara de Diputados con representantes de siete partidos políticos; ese mismo día el Presidente de la República rinde su tercer informe de gobierno sin hacer ninguna mención al derecho a la información, aun cuando un año antes, en el segundo informe, promete el envío de una iniciativa de ley a las cámaras, para reglamentar el derecho en cuestión. Este silencio ante un tema tan relevante, aunado a una crítica desafortunada que hizo el mismo Presidente hacia los medios de difusión en general, le valió un cúmulo de comentarios desfavorables que lo obligaron a rectificarse unos días después. A menos de dos semanas del tercer informe de gobierno, la Oficialía Mayor de la Cámara de Diputados lanza una convocatoria en la que se invita a partidos, organizaciones y ciudadanía en general a expresar públicamente su parecer sobre la ley reglamentaria del artículo sexto que garantiza la libertad de expresión.

Con esto, el Presidente, además de dejar en claro que el derecho a la información es un tema aún vigente en la agenda política, manifiesta entre líneas que pese a que el principal ideólogo de la reforma política ha dejado de formar parte de su gobierno, el proyecto sobre la democratiza-

ción de los medios de información continúa en marcha, con lo que legitima al mismo tiempo al nuevo secretario de Gobernación.

LAS AUDIENCIAS PUBLICAS EN LA CAMARA DE DIPUTADOS. FEBRERO-AGOSTO DE 1980

Durante el último trimestre de 1979 se lleva a cabo el registro de quienes participarán en las Audiencias Públicas que serán escuchadas por la Comisión de Gobernación y Puntos Constitucionales de la Cámara de Diputados. El 21 de febrero de 1980 se abre formalmemente la discusión, que durará hasta el 6 de agosto del mismo año. Durante este período se realizan veinte audiencias públicas, trece en la capital del país y siete en los estados, presentándose un total de 140 ponencias. Desde un principio la discusión se polarizó: la mayor parte de los ponentes se manifestó a favor o en contra de la reglamentación. Una parte menor no se definió o vertió puntos de vista sobre comunicación en general, sin atender al llamado de la Cámara que solicitó proposiciones para la reglamentación.

Los polos del debate fueron claramente definidos desde un principio. Televisa, el monopolio privado de la televisión, encabezó el grupo de quienes se opusieron a todo intento de reglamentación. Los ponentes que adoptaron esta postura fueron empleados o accionistas del mismo consorcio televisivo (que registró a once ponentes diferentes) y representantes de agencias de publicidad u organismos vinculados a los medios privados.

El otro polo, que defendió la propuesta de elaborar una ley que permitiera una pluralidad de emisores en la radio y la televisión, estuvo integrado por una variedad de ponentes entre los que sobresalieron los partidos políticos, algunos sindicatos, organizaciones de profesionales, asociaciones políticas, gremiales, periodísticas y académicas, así como conocidos intelectuales.

Respecto a los partidos políticos, cabe señalar que de los siete con registro (existen otros siete, no reconocidos aún como partidos políticos nacionales), participaron cuatro. Se abstuvieron el Partido Auténtico de la Revolución Mexicana —que no tiene presencia en ningún género de actividad—, el Partido Demócrata Mexicano— cuya declaración de principios y programa de acción son aún precarios e indefinidos— y el Partido Revolucionario Institucional. Esta última ausencia sí resultó significativa, porque se trata del partido en el gobierno, el mismo que formuló por primera vez la necesidad de una democratización de los medios de difusión.

La razón de fondo por la que el PRI no expuso su posición respecto al derecho a la información es la carencia total de una política nacional de comunicación, explícita y propia. Lo que ha primado en México durante los últimos cuarenta años, es el proyecto coherente, definido y explícito del capital privado, ante el cual el Estado ha respondido como aval o como gestor de modificaciones secundarias. Los últimos diez años han demostrado que si bien el Estado se ha lanzado a la recuperación de la tribunas electrónicas, indispensables en el ejercicio del poder político, no ha acertado en la forma de lograrlo. El sexenio del Presidente Luis Echeverría Alvarez (1970 - 1976), en su intento de modificar el régimen de concesiones y tras lanzar todo género de reprobaciones a los concesionarios privados, lo que hizo fue fortalecer la estructura monopólica de los medios comerciales.

Los primeros cuatro años del actual gobierno del Lic. José López Portillo han tenido momentos de clara definición y de marcada confusión. Haciendo un balance, no puede decirse que este régimen tenga un proyecto articulado en materia de comunicación. Esto se hace especialmente evidente en la presente fase de cambio de gobierno.

Cabe señalar que en un sistema político en el que el presidencialismo tiene un peso tan marcado como en México, los actores sociales relevantes suelen actuar con cautela y definirse sólo cuando el Ejecutivo lo ha hecho. Esto fue notorio en el ya mencionado silencio del PRI durante las Audiencias Públicas y en la variación de matiz en la posición de Televisa. Subrayamos que la variación es de matiz y no de fondo, ya que el monopolio privado defendió en todo momento la estructura actual de los medios de difusión y sólo cuando el Presidente López Portillo pareció decidido a reglamentar el derecho a la información, aceptó este hecho, señalando los lineamientos que a su juicio debería seguir la ley reglamentaria del artículo sexto de la Constitución. Esto sucedió inmediatamente después del discurso presidencial del 7 de junio de 1980, pronunciado el día de la libertad de prensa, en el que se reiteraron los conceptos de democratización y participación, en el sentido en que los presenta el Informe Final de la Comisión MacBride de la UNESCO. Sin embargo, en el terreno de los hechos, la retórica presidencial se vio contradicha. Poco tiempo después, en el mes de octubre, el gobierno firmaba dos convenios con Televisa, uno para permitir que la señal del monopolio llegue a todos los rincones del país y otro para instalar un servicio de televisión mediante pago de cuota.

He aquí una contradicción-definición del régimen de López Portillo. Si bien por una parte fomentó la discusión nacional sobre el futuro de los

medios de difusión y escuchó durante seis meses diversas proposiciones para su democratización, —todas coincidentes en la necesidad de contrarrestar la fuerza del consorcio privado—, por otra parte, los actos de gobierno inciden justamente en el fortalecimiento del monopolio radiofónico y televisivo.

Si tuvieramos que seleccionar la proposición más relevante hecha en la Cámara de Diputados entre febrero y agosto de 1980, diríamos que la que obtuvo mayor consenso fue indudable aquella en la que coincidieron partidos, asociaciones académicas, gremios, intelectuales y periodistas: la creación de un Consejo Nacional de Comunicación Social integrado por representantes de todos los sectores sociales organizados, cuyas dos funciones principales serían: una, ser órgano de consulta para todas aquellas cuestiones relacionadas con el régimen de concesiones, y dos, ser organismo con facultades decisorias en materia de programación en los medios audiovisuales.

Es esta la demanda concreta en la que creemos incidirán las fuerzas sociales de aquí en adelante.

LAS PROPOSICIONES DE LA ASOCIACIONES MEXICANA DE INVESTIGADORES DE LA COMUNICACION ANTE LA CAMARA DE DIPUTADOS. 3 DE JULIO DE 1980

En la decimoséptima audiencia pública compareció la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación A.C. con un documento que además de dar somera cuenta de lo hasta entonces expuesto ante los diputados, tiene el mérito de haber sido realizado colectivamente por un grupo de investigadores que previamente elaboraron un diagnóstico pormenorizado de la situación de los medios de difusión. Presentamos a los colegas latinoamericanos la síntesis de este documento, ya que creemos que además de proporcionar más elementos que permiten ubicar el debate que nos ocupa, contiene una síntesis del desarrollo de los medios de difusión en México a partir de los años veinte, lo que permite a la vez tener presente la génesis del derecho a la información. A continuación, el texto de la ponencia:

La AMIC, integrada por académicos que trabajan en el campo de las ciencias de la comunicación en universidades públicas y privadas, presenta hoy ante la comisión de gobernación y puntos constitucionales de la Cámara de Diputados, sus puntos de vista sobre la futura reglamentación del derecho a la información en un documento que consta de 420 cuartillas y es resultado de un trabajo que integró las ideas y proposiciones de los

miembros de la Asociación y que quedó finalmente compilado por nueve investigadores.

Ante la imposibilidad de exponer el diagnóstico y las proposiciones completas, nos limitaremos a presentar el sentido general del trabajo y una apretada síntesis de su contenido.

Punto de partida imprescindible a estas alturas del debate, es la explicitación del concepto de derecho a la información aquí utilizado.

Antes de entrar en esta definición, es pertinente aclarar que sin desatender la vieja polémica sobre ciencia e ideología, nos sumamos a quienes piensan que no existe ciencia libre de valores. Si partimos de una inevitable y deseable imbricación de los principios personales y políticos con los profesionales, resultará comprensible que si como investigadores buscamos mejores formas de comunicación para todos los sectores sociales, nuestro discurso no esté fundamentado en teóricos que respaldan formas de difusión incomunicantes.

Es por ello que en nuestro recorrido por las teorías de la comunicación, por las disciplinas jurídicas, por la ciencia política y por la economía, nos hemos detenido en aquellas ideas que arrojan luz sobre las nuevas formas de participación en el terreno de la comunicación social.

Por lo que toca a las primeras, hemos partido de una postura teórica que si bien concibe a la información como mercancía para explicar la situación actual, considera a los mensajes como posible manifestación cultural de individualidades, colectividades y de naciones, confiriéndole a esta vinculación un carácter de mediación, cuya finalidad es contribuir a mejorar la vida material y espiritual de hombres y pueblos partícipes en el proceso.

Nos centramos, pues, en postulados teóricos que tienden a configurar una ciencia de la comunicación y que toman en cuenta condiciones históricas particulares y globales, para plantear la desaparición de la división emisor-receptor.

Respecto a la normatividad jurídica a que debe sujetarse el derecho a la información, consideramos que es indispensable tomar como punto de partida, por una parte, las ya aprobadas categorías del derecho internacional surgidas en un marco que permite la participación y la democratización en la información, y por otra, el concepto de derecho a comunicar incluido en el Informe Final de la Comisión para el Estudio de los Problemas de la Comunicación —mejor conocida como Comisión Mac Bride— y que con-

templa, entre otros, el derecho a ser informado, a informar, a preguntar, y el derecho a la cultura.

Igualmente, es importante considerar los aportes de los cada vez más numerosos juristas que pugnan porque el derecho en cuestión deje de ser solamente un derecho subjetivo derivado de la norma y pase a ser un derecho objetivo o norma misma, constituyendo una rama especial del derecho público.

Los juristas que consideran a los medios de difusión como patrimonio científico de la humanidad y componentes fundamentales de la cultura nacional y universal, utilizan en sus análisis la noción de servicio público que permite extraer a los medios de difusión del campo privado y ubicarlos como propiedad social. Este marco jurídico, sin restarle importancia a ninguno de los dos aspectos del derecho a la información, es decir, sin descuidar ni el derecho a informar ni a estar informados, permite centrar la atención en la participación social dentro de la actividad informativa y atender también la exigencia de información sobre el acontecer nacional.

Sin menospreciar este segundo aspecto del derecho, o sea, sin profundizar especialmente en los mecanismos a través de los cuales los ciudadanos pueden ser informados sobre la actividad estatal, hemos centrado nuestro análisis en el primero de los aspectos mencionados, esto es, en el ejercicio de la facultad que todos tenemos de informar, de expresarnos, de manifestarnos a través de los medios de difusión. Hacia este punto, hacia el por qué y cómo lograr que los distintos sectores de la población expresen colectivamente su sentir y su pensar, hemos dirigido nuestros esfuerzos.

La razón de esta elección se ubica en el origen mismo del derecho a la información en nuestro país: la Reforma Política.

El artículo 6o. de la Constitución fue modificado junto con otros 17 artículos, que de acuerdo a la iniciativa presidencial contribuirían a ampliar la democracia o el cauce para la participación, con miras a vigorizar la presencia del pueblo en las decisiones que le atañen, según ratificó el Legislativo al dictaminar sobre las reformas y adiciones a la Carta Magna.

En 1977, Poder Ejecutivo y Poder Legislativo coincidieron explícitamente en que el derecho a la información encuentra su origen y su razón de ser en el ámbito del ejercicio de la democracia. Estamos pues, fundamentalmente frente a un problema de poder en el que la última palabra no puede ser dicha por las teorías de la información ni por las disciplinas jurídicas. El fundo del debate es competencia primordial de la Teoría Política

y de la Economía. Y el punto neurálgico radica en la cuestión del Estado y particularmente en la forma que éste adopta en México.

Si entre 1929 y 1940 se sentaron las bases del crecimiento económico y de la estabilidad política del Estado mexicano, a partir de la segunda fecha se originó un desarrollismo en lo económico y una velada y paulatina crisis en lo político, que veinte años después se evidenció con nitidez para alcanzar su más clara manifestación en la década pasada. El terreno de la comunicación social o de los medios de difusión masiva es escenario representativo de la agudeza con la que brota esta crisis política.

El gobierno pasado, mediante una retórica que se prolongó durante seis años, planteó el ajuste que requerían los medios informativos o los legitimadores más penetrantes con que hoy cuentan los Estados para mantener su autoridad dentro de la sociedad de masas. Seis años fueron insuficientes para enmendar el error histórico de haber cedido casi en exclusiva los medios audiovisuales al capital monopólico nacional e internacional. Craso error en un país que se precia de tener una economía mixta, de ser una nación con un fuerte sector público y una importante iniciativa privada. En el ámbito de la información masiva no fue así. No ha sido así en los últimos cuarenta años. En este país donde la lectura es una actividad menor frente a la cotidiana costumbre de atender a sonidos e imágenes, los medios audiovisuales no quedaron bajo el control directo del aparato estatal. A partir de 1958 los distintos gobiernos, con mayor o menor intensidad según la fuerza de la crisis política, han intentado ganar terreno en la actividad de la difusión masiva dentro de los medios audiovisuales. Nos encontramos en estos momentos, en una nueva etapa de ese intento de recuperación histórica.

Asistimos hoy a una nueva disputa por los medios de información masiva. Pero asistimos en condiciones distintas a las anteriores. Ahora los medios de información han sido definidos. Se han explicitado y evidenciado sus funciones. No son más unos simples transmisores de información. Innumerables estudios los definen como medios de control político, como aparatos de hegemonía cultural y como acortadores del ciclo de circulación del capital. La polémica cambia de tono. No sólo por las implicaciones del objeto en debate, sino por los sujetos que intervienen en él. No se da ya la falsa dicotomía gobierno-concesionario; el debate ya no es bipolar. Nuevos actores sociales participan en él. Fuerzas sindicales y partidarias incluyen a los medios de difusión en sus programas de acción. Esta nueva situación impide que el debate se traduzca en un nuevo fallido intento de ajuste o modernización del sistema político, tal como ha sucedido desde 1960, año en que en el ámbito informativo comienza el rescate de la hegemonía estatal perdida al término del gobierno cardenista.

La historia del desarrollo de los medios de difusión masiva es rica en experiencias que hoy el legislador no puede desdeñar. En el recorrido histórico que para este efecto presentamos, nos hemos centrado deliberadamente en la radio y la televisión porque consideramos que son éstos los medios que tienen un mayor peso en la cultura, en la educación y en la politización de la sociedad mexicana.

Para quien no esté familiarizado con las decisiones de los gobiernos caudillistas o institucionales de los años veinte y treinta en materia de información, parecerá que todo ha sido error u omisión estatal. Pero no. La época de consolidación del nuevo Estado mexicano dejó constancia de haber vinculado su política de comunicación social a los proyectos de nación. Puede decirse que el llamado Estado de la Revolución comenzó con el pie derecho en materia de difusión masiva. Entre los primeros actos de gobierno registrados en los anales de la radiodifusión, encontramos la instalación de varias estaciones radiofónicas entre las que destaca la de la Secretaría de Educación Pública, y el rechazo a un proyecto de reglamento elaborado por radiodifusores privados, en el que se proponía que las estaciones del gobierno no efectuaran trasmisiones entre las 19 y las 22 horas, mientras que las estaciones comerciales podrían hacerlo todos los días a cualquier hora. Lo que rechazó el gobierno de Alvaro Obregón fue el establecimiento de una especie de horario triple "A", privativo para las estaciones lucrativas.

En este mismo período, cuando la radiodifusión comercial estaba en plena expansión en los Estados Unidos, donde operaban ya medio millón de aparatos receptores, y cuando las corporaciones eléctricas pugnaban por instalar la industria radiofónica en México, el general Calles promulgó la Ley de Comunicaciones Eléctricas que impedía el otorgamiento de concesiones a extranjeros. Para 1930, en la fundación de la XEW esa medida ya había sido burlada mediante el sistema de prestanombres. En el Registro Público de la Propiedad puede comprobarse que la mayoría de las acciones de esta estación que siempre se dijo mexicana, estuvieron en manos del consorcio estadounidense Radio Corporation of America.

El sexenio del general Lázaro Cárdenas es abundante en intentos de vincular los medios audiovisuales con la política general de gobierno. Cárdenas repetía constantemente que el pueblo mexicano es profundamente auditivo, y por lo tanto, había que utilizar la radio para llevar a las masas proletarias educación, arte y literatura. Esto hizo el general a través de la estación XEFO e intentó hacer a través de la televisión, invento que en 1935 quiso instalar en el local del entonces todavía PNR, pero técnicamente resultó imposible. Faltaban todavía quince años para que este medio naciera oficialmente en México.

1940 marca el final de una etapa y de un gobierno consecuente con las mejores formas de hacer política. Después, se canceló la vinculación de los medios de difusión con las necesidades culturales y educativas de la población, y se otorgaron todas las facilidades para subordinar los medios informativos a las necesidades de expansión del capitalismo dependiente.

A partir del gobierno de Avila Camacho la política informativa se subordina a la política económica. La burguesía industrial financiera comienza su vertiginoso desarrollo bajo la múltiple protección estatal; se abandonan los postulados económicos y sociales de la reforma agraria; el atraso político del escaso proletariado industrial facilita la consolidación de los mecanismos de control oficiales, y el Estado, sin obstáculos enfrente, se dedica a promover abiertamente la consolidación capitalista. En esta tarea los medios de difusión, especialmente los audiovisuales, cumplen una importante misión.

En ningún otro continente, más que en el americano, se evidencia la participación definitiva de la radio y la televisión en el desarrollo del capitalismo de la posguerra. En América, por imposición directa de los Estados Unidos se adopta un modelo radiofónico y televisivo subordinado a las necesidades de expansión del capital monopólico. En Europa, durante el mismo período, los medios audiovisuales encuentran formas de financiamiento que permiten vincular la programación a los objetivos educativos y culturales de los Estados Nacionales y no a las necesidades de acumulación de los grupos económicos dominantes.

México, país clave en la expansión del modelo comercial en América Latina, presencia sin inmutarse la consolidación de las cadenas radiales norteamericanas dentro de su territorio. Bajo las siglas XEW y XEQ se arraigan en nuestro suelo y nuestros aires los capitales RCA y CBS que con el financiamiento de las transnacionales de época difunden música y canciones de autores y compositores mexicanos. Esto, aunado a la titularidad de las concesiones por parte de empresarios locales, ha hecho creer al país que contamos con una radio y una televisión eminentemente mexicanas. Nada más falso que eso. Detrás de esta apariencia de nacionalismo está un modelo de financiamiento totalmente ajeno a las necesidades educativas, recreativas y culturales del pueblo de México. Este modelo fue cuestionado incluso por el mismo Estado.

Antes de que la televisión entrara en los hogares, en 1948 desde el Instituto Nacional de Bellas Artes el gobierno de México se preguntó por la conveniencia de establecer o el modelo norteamericano o el modelo europeo. Tras un detallado informe sobre el funcionamiento de ambos, en un estudio prologado por Carlos Chávez, entonces director de Bellas

Artes, se afirmó: "La radio (y consecuentemente la televisión), ha recaído en los Estados Unidos en las manos de la iniciativa privada, asumiendo por ello el carácter de una industria más de explotación comercial. En la Gran Bretaña, en cambio, radio y televisión caen bajo el dominio de un monopolio (de Estado) que excluye toda mira comercial". Más adelante, el informe redactado por Salvador Novo dice: "... los programas con que se vende la mercancía son simplemente el envoltorio de esa mercancía y no aspiran a otro propósito ... la BBC nos proporciona el ejemplo de cómo pueden conciliarse los intereses superiores del auditorio y del Estado (que la radiodifusión desdeña considerar) con los intereses materiales del talento profesional".

Este estudio quedó, por supuesto, archivado para siempre. En 1950 el modelo televisivo financiado por el capital monopólico hizo su aparición. México no ha conocido todavía mejores formas de educación y recreación colectiva. El país vive como natural y nacional un modelo informativo antinatural y antinacional.

Durante los últimos treinta años, la radio y la televisión han cumplido sobradamente el objetivo que les impone el modelo de financiamiento a que están sujetas. Han contribuido de manera decisiva a la acumulación del capital de industrias y comercios, en su mayoría transnacionales, que respaldan la actual programación por la vía publicitaria. Mediante el fomento del uso y consumo irracional de servicios y mercancías han logrado reducir el ciclo de circulación del capital monopólico nacional y transnacional. La televisión en particular facilita las condiciones de reproducción de este capital en la sociedad mexicana.

Es éste el verdadero punto de partida para un análisis de los determinantes nacionales y transnacionales del proceso informativo. Soslayar el financiamiento de los medios informativos significaría dejar de lado las raíces últimas del problema y no ver que el asunto informativo es mucho más que una cuestión de política interna.

Si este debate ha suscitado tan encontradas polémicas en foros internacionales y si el Reporte Final de la Comisión MacBride de la UNESCO tardó tres años en elaborarse, fue porque en realidad se estaba discutiendo sobre el terreno más fértil de reproducción con que cuenta hoy el capitalismo mundial. No en balde, asimismo, dicho Reporte previene contra la determinación de la política editorial y la programación de los medios por quienes con publicidad los financian.

Todo esto lo saben nuestros anunciantes, nuestros publicistas, nuestros concesionarios. Es por eso que en la batalla por la hegemonía informativa han utilizado todas las formas de lucha.

No sólo han invertido hasta la saciedad en anuncios, en tecnología, en producción, sino que han recurrido a las formas más sofisticadas e insospechadas de hacer política. Se han organizado como grupo de presión nacional e internacional. Veamos algunos ejemplos. El proyecto inicial de la actual Ley Federal de Radio y Televisión fue modificado por ellos. El Acuerdo del 1o. de julio de 1969 que creó el 12.5%o de tiempo fiscal fue una dádiva de los concesionarios para eludir las medidas tributarias aprobadas en diciembre de 1968, que tenían como fin lograr una participación del Estado en la radio y la televisión, cuestión que en aquellos momentos resultaba indispensable dado el desprestigio y la crisis que primaban en torno al régimen de Díaz Ordaz.

Los casos de actuaciones exitosas como grupo de presión ante el Estado son numerosos. Baste mencionar que han tenido una injerencia decisiva en la elaboración de las principales leyes y reglamentos que hoy rigen a la industria de radio y televisión. Disposiciones legales que en realidad son muchas. Sí. Porque son resultado del caos estatal en la materia: intentos fallidos de regulación, proyectos contradictorios para darle racionalidad a la acción estatal, gobiernos que ignoran lo legislado por sus antecesores. Política informativa que varía por sexenios. Todo esto, mientras el monopolio que es uno y que ha sido el mismo desde hace ya medio siglo, avanza sobre una misma línea.

En este marco no es de extrañar que sus representantes hayan expuesto aquí una larga lista —incompleta por cierto— de las disposiciones legales vigentes. No es gratuito tampoco que con su lógica empresarial hayan preguntado si no resulta absurdo hablar de vacío jurídico o de una nueva ley.

Si se desconociera el origen y el sentido de nuestra legislación informativa, las preguntas tendrían cabida. Pero ya no la tienen. No sólo porque cada día se conoce mejor el pasado informativo, sino por las recientes precisiones del Ejecutivo en la materia. La vuelta presidencial al tema pendiente de la reglamentación provocó un cambio en la postura de los concesionarios. La actual posición parece ser la siguiente: reglamentación sí, pero respecto a la fuente informativa y no al medio; y canales y estaciones para otros grupos sociales sí, pero mientras no se toque al monopolio.

Numerosos ponentes han evidenciado la violación del artículo 28 constitucional y las negativas consecuencias que esto trae para el país. No vamos a insistir en ello, simplemente queremos reiterar que la regla-

mentación debe apuntar hacia el régimen de concesiones atendiendo a la democratización y la participación, pues ni una sola de las disposiciones jurídicas vigentes señala formas concretas de participación de la sociedad civil en los medios de difusión. La reglamentación en este sentido es indispensable.

Y lo es, no sólo por una necesidad histórica del Estado Mexicano ante la amenaza de que la dirección ideológica de la sociedad sea asumida por un grupo empresarial, sino porque éste no actúa únicamente en el ámbito interno. Sus proyectos, desde hace muchos años, forman parte de un proyecto global de conducción del capitalismo mundial.

Paralelamente a las presiones internas de los industriales de radio y televisión ha habido presiones originadas en el exterior, en las que las empresas locales han jugado un papel determinante. Por ejemplo, la Asociación Interamericana de Radiodifusión fundada en el año de 1946 con respaldo del capital Rockefeller, se dedicó a expandir hacia América Latina el modelo informativo seguido en Estados Unidos y a unificar, con criterios mercantiles, la legislación radiofónica y televisiva de los países latinoamericanos. Sería largo enlistar las actividades que en este sentido ha desarrollado la mencionada Asociación en cada país de América Latina durante los últimos treinta años. Baste mencionar que trabaja coordinadamente con la Sociedad Interamericana de Prensa y ambas, mediante un Acuerdo denominado "Doctrina de Panamá", acordaron oponerse a cualquier intento de participación estatal en los medios de difusión masiva controlados por el capital que estas sociedades representan. Como una muestra de la eficacia de la AIR en la materia que directamente nos ocupa, cabe señalar que el jurista mexicano Gabino Fraga, al ser consultado sobre la naturaleza de la actividad radiofónica y televisiva, en vísperas de la promulgación de la ley vigente, apoyó sus puntos de vista justamente en las llamadas "bases jurídicas" de esta Asociación, posiblemente ignorando su origen y objetivos.

A veinte años de distancia, las tácticas para incidir en las políticas informativas de los Estados Nacionales han cambiado. La AIR es un organismo viejo y desprestigiado, sobretodo después de sus abiertos enfrentamientos a la UNESCO durante la década pasada. Hoy se utilizan nuevas instancias de penetración.

La reformulación de las grandes líneas del capitalismo mundial propuesta por la Comisión Trilateral no pudo hacerse sin los medios de difusión. A esto obedeció en 1978 la modernización de los organismos informativos del gobierno de los Estados Unidos. En este marco surge la International Communication Agency contando entre sus objetivos la incidencia en

políticas informativas de otros países. Objetivo que en estos momentos se está intentando llevar a cabo en México. Una primera evidencia de esto pudo comprobarse con el convenio que firmó el gobierno con una asociación de académicos en comunicación vinculada al aparato estatal norteamericano, para asesorarnos en políticas de comunicación. Cabe señalar que durante varias semanas, en abril y mayo pasado, conocidos periodistas se encargaron de quitarle el ropaje académico a esta intromisión extranjera, sin que una sola de sus líneas pudiera ser desmentida. La táctica quedó al descubierto: se trata ahora de que universidades e intelectuales legitimen las actividades informativas del capital monopólico internacional.

El objetivo final de todo esto rebasa el ámbito informativo y se ubica en el terreno de las materias primas y los recursos no renovables, así como en el desmantelamiento parcial de la actividad estatal con miras a una inserción pasiva de México en el mercado internacional. Ante esta amenaza, otros países con similar grado de desarrollo que el nuestro han tomado precauciones. Han analizado las posibles salidas. Se han adherido a proyectos internacionales alternativos. Han definido en lo interno la política a seguir. México no. Su participación en los foros donde esto se discute es mínima, y cuestiones tan candentes en el exterior como políticas nacionales de comunicación y nuevo orden informativo internacional, son dentro del país temas sólo para iniciados.

Una de las razones por las que esto ocurre puede encontrarse en la base de nuestro sistema político. Definir un plan nacional de comunicación y depositar la responsabilidad de instrumentarlo en un ministro de información, que por el solo hecho de serlo es ya un candidato potencial a la presidencia, es riesgoso para la mecánica acostumbrada de la sucesión sexenal. En la lógica del sistema político mexicano los medios de difusión masiva no deben quedar en manos de un secretario de Estado que pueda hacer uso personal de ellos en el penúltimo año de gobierno. De aquí que en nuestro país contemos con *medios de gobierno* y no con *medios de Estado.*

Mientras la política informativa se subordine a la transmisión y sostenimiento del poder personal o de grupo, el país será vulnerable ante los embates del capital privado organizado y de sus proyectos continuos y coherentes. Al tiempo que los medios de información gubernamentales sufrirán una constante autocensura y una permanente indefinición por no saber si lo que difunden contradice los deseos no explícitos del gobernante en turno.

La explicitación de una política nacional de comunicación no puede esperar ni debe quedar sujeta a los vaivenes del cambio sexenal.

En estos momentos,ni medios privados ni medios estatales están insertos en una política racional que los integre a los proyectos culturales y educativos. Cada uno de los medios, sea impreso o audiovisual, es fiel al desarrollo que le impone su naturaleza de empresa o de propagandista político. Cada uno lleva su propio rubro. Cada uno responde ante el poder económico o político que le ha dado vida. Ninguno es expresión directa de la clase trabajadora, en la que dice apoyarse el Estado.

Para apartarnos de las generalizaciones y no hacer referencia en abstracto, hemos elaborado un diagnóstico sobre los medios de difusión en México, en el que analizamos por separado a los periódicos, a las revistas, al cine, a la radio, a la televisión y a los satélites. Es a todas luces claro que el desarrollo y la situación de cada uno de estos medios es distinto. Ni el modelo de financiamiento, ni el grado de dependencia del capital monopólico, ni la posición política, ni la penetración entre la población, es igual en los medios impresos que en los audiovisuales.

Las diferencias entre ellos y las particularidades de cada uno, así como las proposiciones para su reglamentación, están comprendidas en el documeto que entregamos.

En un intento por sintetizar lo más relevante de cada una de estas partes, proponemos: para el caso de la prensa, la explicitación del derecho a la rectificación con coerción jurídica hacia la publicación que no difunda la versión de los actores sociales afectados.

En la parte correspondiente al cine, hacemos un análisis de su desarrollo a partir de la fase preindustrial ubicada a finales del siglo pasado, pasando por la consolidación de las bases de la industria que termina en el cardenismo y continuando hacia la fase meramente industrial que comienza a finales de los años cuarenta. En cada una de las fases se hace referencia a los aspectos de producción, distribución y exhibición. Se pone especial atención en el esfuerzo que se hizo a principio de la década pasada por darle un sentido nacionalista a la industria y se subraya la actual política de desestatización que se sigue y la injerencia que en este proceso está teniendo el monopolio de la televisión privada. Se señalan también los mecanismos de participación social en este medio de difusión que presenta menos dificultades para su democratización que los demás medios audiovisuales, así como aspectos de la Ley de la Industria Cinematográfica que deben revisarse.

A lo que ya hemos expuesto sobre radio y televisión, cabe agregar algo más sobre la responsabilidad del Estado en cuanto al modelo vigente. Si desde hace más de cincuenta años se arraigó en nuestro país una forma

de invertir el tiempo libre subordinada a la expansión del capitalismo, no fue por imposición del capital monopólico internacional sino por adopción deliberada del Estado. Los llamados gobiernos de la revolución no son en este proceso ni víctimas ni culpables por omisión; son partícipes directos y principales impulsores del modelo.

Una de las muchas formas en que ésto se hace evidente ahora; es mediante el análisis de la publicidad estatal en televisión. Presentamos un ejemplo reciente: En el Distrito Federal, durante el mes de agosto pasado, 30 instituciones estatales y paraestatales difundieron 57 campañas o anuncios diversos, realizando un gasto de 113 millones de pesos, de los 631 millones gastados en publicidad durante este mes. Es decir, el equivalente al 18o/o del gasto total, mientras que el segundo lugar fue ocupado por transnacionales de alimentos y bebidas que gastaron 92 millones o el equivalente al 14o/o del gasto publicitario.

Esto permite subrayar la contradicción que se da entre la retórica oficial que frecuentemente ataca a la televisión comercial y la práctica. Si en un mes hubo 239,210 segundos de publicidad gubernamental contra 112,530 segundos de las transnacionales de alimentos, puede decirse que quien en primer término está avalando el contenido actual de la televisión es el mismo gobierno, ya sea por la vía del pago por los anuncios que incluye en programas que él mismo selecciona o por la vía del cobro, a través del tiempo fiscal.

También en otras áreas el Estado es respaldo y aval de las actividades empresariales privadas. Una de ellas es la de telecomunicaciones y satélites. Sobre este rubro habría que preguntarse qué proyección social tiene finalmente la inversión estatal. Todo parece indicar que hasta el momento el Estado ha considerado a la tecnología telecomunicativa como un mero instrumento de modernización sin atender sus implicaciones políticas y sociales, cuando es un hecho que satélites como el denominado "sensor-remoto" tienen capacidad para clasificar suelos, describir su rendimiento, identificar cosechas, determinar cuantía de recursos minerales y líquidos subterráneos.

En este marco y atendiendo a la importancia mundial que ha adquirido México por sus recursos no renovables, es pertinente exigir una diversificación de la dependencia en materia de satélites y revisar los convenios establecidos con COMSAT, INTELSAT, SATELAT, así como pedir cuentas sobre el uso que se dará al satélite nacional que anunció el gobierno en adquisición para 1983. La legislación en materia de satélites debe hacerse con una prospectiva que permita incluir los futuros cambios tecnológicos. Por ejemplo, debe contemplarse desde este momento la posi-

bilidad de que en cada hogar se pueda recibir directamente la señal de un satélite sin intermediación de estaciones terrenas gubernamentales. Recuérdese que hace ocho años en la UNESCO se aprobó la Declaración de Principios para la Orientación y el Uso de las Transmisiones por Satélite para el Libre Flujo de Información, que se oponía justamente a la difusión de la señal en territorio que no forme parte del país de origen de la transmisión. En la votación para aprobar esta Declaración, Estados Unidos fue el único país que se opuso.

Los satélites son un claro ejemplo de que en materia de innovaciones tecnológicas es indispensable legislar mirando hacia el futuro. No sería de extrañar que dentro de unos años los legisladores busquen la forma de reglamentar los mensajes subliminales o imágenes que inciden en el inconsciente, cuando esto es técnicamente posible hace tiempo y probable que ya esté ocurriendo sin que nos demos cuenta.

Convendría también revisar el tímido Reglamento sobre el servicio de televisión por cable promulgado el año pasado. Es esta forma de transmisión de imágenes la que más claramente echa por tierra el argumento del obstáculo técnico para la participación popular en los medios audiovisuales. Como es sabido, por medio de un cable coaxial puede transmitirse un altísimo número de señales con la ventaja de tener un costo más bajo que la transmisión por aire y de poderse transmitir en exclusiva a localidades pequeñas, terminando así con el forzoso modelo de proyección nacional, válido para noticias pero no para programas de otro tipo. Pero lo más importante de la televisión por cable es que permite la comunicación instantánea en dos sentidos, es decir, el receptor puede convertirse a la vez en emisor, lográndose una verdadera comunicación. Tal vez el potencial revolucionario que esta técnica encierra fue lo que hizo omitir el Reglamento en cuestión al representante del monopolio televisivo que leyó en esta misma tribuna las disposiciones jurídicas vigentes.

CONCLUSIONES

Somos conscientes de que al formular proposiciones para la reglamentación del artículo 6º de nuestra Constitución debemos atender a su instrumentación dentro del Estado de Derecho que nos rige. Sabemos que el modelo informativo vigente en nuestro país es parte y resultado del sistema económico y político en que vivimos.

Quisiéramos plantear aquí un uso liberador y humanizante para los medios de difusión. No es el lugar ni es el momento. Están pendientes todavía numerosas luchas sociales. No seremos los académicos quienes

determinemos el sentido de la comunicación social que quiere y necesita el pueblo de México.

Sin embargo, el país espera la prometida reglamentación sobre el derecho a la información. Los trabajadores del campo y de la ciudad requieren la concreción de una garantía que les permitirá avanzar hacia formas de expresión propias de su clase y de su tiempo. Para este avance, consideramos pertinentes e instrumentables las siguientes tres proposiciones:

Primera: Revisión y modificación de leyes, reglamentos, convenios, decretos y acuerdos vigentes en materia de información, dentro del espíritu de participación y democratización que acaba de proponer el Informe Final de la Comisión MacBride a la UNESCO.

Segunda: Incorporación de México al Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos formulado en Nueva York el 16 de diciembre de 1966, cuyo artículo 19 garantiza el derecho a comunicar. Suscribiendo México ese Pacto quedará incorporado a nuestro Derecho Positivo el tema que ha sido objeto de estas audiencias, de manera más amplia que la expresada en la parte final del artículo sexto.

Tercera: Creación de un Consejo Nacional de Comunicación Social integrado por representantes de organizaciones académicas, sindicales, partidarias, y sociales en general, que demuestren representatividad y cuyas dos funciones principales serían: una, definir y organizar el régimen de concesiones y permisos, con todas las tareas de aquí derivadas, y dos, definir e instrumentar la política nacional de comunicación.

Si propusimos aquí la entrada de los distintos sectores sociales a la toma de decisiones en materia de difusión, no es para que las organizaciones de masas se subordinen al aparato de dominación de los gobernantes.

Si proponemos el fortalecimiento del Estado Nacional es porque resulta una cuestión inaplazable ante la amenaza que sufren nuestros recursos humanos y materiales por parte de las potencias de más alta tecnología informativa y ante el poder que en nuestro país ha alcanzado la burguesía concesionaria.

Pero creemos que la fuerza del Estado mexicano no puede provenir más de la fragmentación y corporativización de la sociedad civil. La historia de las últimas décadas es en buena medida la historia de la neutralización de las iniciativas populares, es la historia de un Estado que encontró la fórmula idónea para mantener dentro de sí a masas y clases sin expresión propia.

SEÑORES DIPUTADOS: Se han vertido en estas Audiencias Públicas múltiples proposiciones tendientes a democratizar el sistema informativo nacional. Existen bases y principios para sustentar la reglamentación correspondiente. Contamos todavía con un Congreso posibilitado para dictar leyes que fortalezcan un Estado Nacional. Tenemos a la vista, también, la historia de la información en el país, que no apunta precisamente hacia este fortalecimiento. Sin embargo, aún se tiene la palabra, y con ella, la posibilidad de corregir el rumbo de esta historia.

Hasta aquí el documento presentado por la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación, en la última fase de las Audiencias Públicas.

La comisión de gobernación y puntos constitucionales que la escuchó (integrada por representantes de los siete partidos políticos nacionales) expresó su reconocimiento al trabajo presentado por los académicos y afirmó que sería un texto indispensable para la labor que realizaría la subcomisión encargada de evaluar el material recabado en la consulta nacional.

1981: EL DERECHO A LA INFORMACION EN VIAS DE CONVERTIRSE EN BANDERA DE LOS SECTORES DEMOCRATICOS

En los meses inmediatamente posteriores al término de las Audiencias, el Partido Comunista Mexicano elabora un proyecto de Ley Federal de Comunicación Social que presenta en el mes de diciembre de 1980, casi al término del periodo ordinario de sesiones del Congreso de la Unión. Entre otras muchas proposiciones, este proyecto habla del Consejo, al que hicimos referencia y en el que hubo amplio acuerdo. Citamos textualmente de la iniciativa de ley del PCM: "El organismo máximo que regirá la nueva reglamentación será el Consejo Nacional de Comunicación Social, organismo desconcentrado, con autonomía técnica, financiera y personalidad jurídica propia. A su cargo estará diseñar una política nacional en la materia, vigilar el contenido de las programaciones y la publicidad, el derecho a réplica, determinar los horarios de expresiones políticas, fijar las tarifas, diseñar con la Secretaría de Educación Pública un plan de educación a través de los medios".

La presentación de esta iniciativa plantea un serio problema al gobierno pues significa que la oposición puede, a partir de ese momento, convertirse en abanderada de una causa propuesta inicialmente por la burocracia política, justamente cuando ésta concentra su atención en la organización y el acomodo de fuerzas contendientes en la lucha por la sucesión presidencial.

Cabe señalar que si bien el Presidente en funciones es quien elige al candidato del PRI y se lo hace saber a una central obrera para que lo postule públicamente, la elección no atiende únicamente a las razones personales del Ejecutivo, sino que se basa también en la correlación de fuerzas que se establece entre los distintos grupos políticos que aspiran a la Presidencia de la República. Se menciona esto porque es un aspecto relevante para comprender por qué el año de 1981 se presenta como la conyuntura propicia por parte de los grupos democráticos, la oposición partidaria y la izquierda en general, para presionar y avanzar hacia una democratización de los medios, obligando al gobierno a responder con una mínima definición, pese a encontrarse en un año en el que tradicionalmente se guarda silencio para no comprometer a los precandidatos a la presidencia. Estos han sido elegidos siempre entre los miembros del gabinete, quienes llegado el momento del destape son en extremo cuidadosos en sus declaraciones, no así los miembros de la burocracia política que pertenecen al poder legislativo. Es por ello que en los primeros meses de 1981 quienes tuvieron respuesta y externaron preocupación por las presentes y futuras acciones de la oposición en la materia, fueron los miembros del PRI que pertenecen al poder legislativo. Dos miembros de la diputación priísta manifestaron a principios de enero, que era necesario un periodo extraordinario de sesiones del Congreso para reglamentar sobre el derecho a la información. Dos semanas más tarde, el Presidente de la Comisión de Radio, Televisión y Cinematografía de la Cámara de Diputados, declaró que se reuniría la comisión en cuestión (el paso por comisiones es indispensable para una reglamentación) para analizar la iniciativa del PCM y otra presentada por el Partido Acción Nacional para reglamentar la publicidad de bebidas alcohólicas. Este punto coincide con un proyecto del gobierno, elaborado en el marco del Sistema Alimentario Mexicano, para lo cual se creó recientemente el Comité Mixto Consultivo de Publicidad de Alimentos, Bebidas y Medicamentos.

Este anuncio del presidente de la Comisión de Radio, Televisión y Cinematografía fue importante, en primer lugar, porque estuvo acompañado de una defensa de Televisa: "El Estado está obligado a dar facilidades a los concesionarios que han tenido éxito y que han conquistado mercados extranjeros"; y en segundo lugar, porque otro miembro de la diputación del PRI respondió con una posición opuesta y llevó las declaraciones mucho más alla del ámbito de origen. Nos referimos a lo expresado por el coordinador de la diputación obrera, quien subrayó la necesidad de que el Estado elabore una política nacional de comunicación para garantizar el acceso de las clases mayoritarias a los medios de difusión y romper así la estructura cerrada del monopolio privado.

Por los cargos que ocupan ambos diputados del partido oficial, puede desprenderse que sus afirmaciones no responden a posturas personales ni de grupos pequeños, sino que tienen un respaldo gubernamental. La intención que origina este aparente enfrentamiento en el seno de la diputación priísta puede explicarse como "tanteo de terreno" por parte del Ejecutivo, con miras a recuperar la iniciativa y llevar la delantera en las reformas que deben realizarse este mismo año de 1981, o de lo contrario la oposición será la que trazará la ruta a seguir, situación que desde la óptica gubernamental debería evitarse.

LA DEMOCRATIZACION DE LOS MEDIOS DE DIFUSION EN LA DECADA DEL OCHENTA: UNA MIRADA PROSPECTIVA

Sean cuales fueren los actos de gobierno concretos que se llevan a cabo durante los primeros años de la década, se ha desatado ya en México un proceso social y político irreversible, que anuncia la inclusión de un programa de difusión masiva por parte de las diferentes fuerzas sociales.

La discusión sobre el derecho a la información fue planteada desde la cúspide del poder como respuesta a una necesidad de fortalecimiento del aparato estatal; sin embargo, a varios años de distancia, el planteamiento fue rebasado y el tema ha quedado entre las prioridades de partidos, sindicatos y organizaciones diferentes dentro de la sociedad civil.

1981 será, en el ámbito partidario, un año en el que podrán observarse las formulaciones que harán los siete partidos políticos con registro, por ser este el año en que se da a conocer la plataforma electoral para la votación que se realizará el primer domingo de julio de 1982. Todo parece indicar que a partir también de este año, los congresos de las centrales obreras expondrán su programa al respecto y la presión ejercida por el conjunto de todos ellos ocasionará la concreción de los programas y la extensión de éstos hacia otros sectores de la sociedad civil aún no involucrados en la problemática del derecho a la información.

Por el lado del capital, es innegable su fortalecimiento tanto en el aspecto económico (un minuto para comerciales en canal 2-Televisa, durante el fútbol o en transmisiones Univisión, costará 13,000 dólares a partir de septiembre de 1981) como en el terreno político, donde los concesionarios han logrado obtener posiciones relevantes en el ámbito de la toma de decisiones.

Todo esto hace prever una agudización de las contradicciones en el sector comunicación que obligará al Estado a explicitar una posición definida y a los sectores interesados en la democratización no les dejará más salida que plantear estrategias viables a corto plazo y proyectos generales realistas más allá de la coyuntura.

En 1981 es claramente visible la contradicción en la que está inmerso el Estado en México. En lo interno, los actos de gobierno (no la retórica) en materia de comunicación social se enfocan hacia un fortalecimiento de la estructura transnacional de información y, en lo externo, se hacen patentes esfuerzos por diversificar la dependencia.

Es patente que en algunos rubros de la vida política nacional se han adoptado las soluciones propuestas por aquellos organismos internacionales que pugnan por una modernización del capitalismo o por el fortalecimiento del Estado Nacional, mientras que en otros rubros como el de la comunicación social, el Estado ha permitido que sean las fuerzas del "capitalismo salvaje" y los proyectos de la Comisión Trilateral los que marquen la línea a seguir.

Si en la lucha por mantener su soberanía y por alejarse de los proyectos de Washington, México ha establecido compromisos en la Internacional Socialista —como sería el de ser sede del diálogo Norte-Sur e intermediario en los conflictos centroamericanos— bien podría, como un primer paso, diversificar su dependencia ideológica y cultural, vincularse a otro tipo de proyectos de comunicación que no sea el de las fuerzas más reaccionarias del capitalismo mundial, encarnadas en el ámbito interno por Televisa. Si bien el terreno que ésta ha ganado en la conducción de la política, la cultura y la educación nacional es muy amplio, el Estado cuenta aún con mecanismos que pueden brindarle una amplia base social de apoyo (como sería el movimiento obrero organizado en el Congreso del Trabajo) para recuperar la hegemonía que en materia de comunicación comenzó a ceder al capital privado, una vez concluido el gobierno cardenista.

La maquinaría corporativa del Estado comienza a sufrir resquebrajaduras en su seno. 1980 dio cuenta de divisiones serias dentro del grupo parlamentario y de oposiciones a proyectos presidenciales por parte de los mismos diputados del partido del gobierno. 1981 se inicia con una fuerte y seria movilización magisterial encabezada por sectores disidentes de la dirección del Sindicato Nacional de Trabajadores de la Educación, la organización más numerosa de las que aún controla el Estado. Este movimiento que está cobrando una fuerza inesperada y una movilización que trasciende con mucho las peticiones económicas y el ámbito del magisterio, anuncia claramente la actual incapacidad del Estado para

paliar demandas sociales y hacer pensar que es alta la probabilidad de que los sectores que han incluido a los medios de difusión en sus programas de trabajo o proyectos políticos, les impriman viabilidad, obligando al Estado a volver sobre sus mismos planteamientos enunciados en la reforma política, lo que acrecentará la oportunidad de instrumentar los proyectos democráticos que aún reposan en el papel.

III. LAS EXPERIENCIAS DE COMUNICACION POPULAR

COMUNICACION POPULAR Y DEMOCRACIA

Hernando Martínez Prado

PRESENTACION

Este trabajo es el resultado de la investigación que desde 1977 está realizando la Oficina de Comunicación Popular del Centro de Investigación y Educación Popular (CINEP). La investigación tiene dos campos, la asesoría a grupos populares que se interesan por la utilización de la comunicación en su trabajo formativo y organizativo, y la sistematización teórica de las experiencias.

El punto de partida de la investigación fue la elaboración de un documento que recogiera y analizara las hipótesis de trabajo con que se iba a iniciar y que se referían a los criterios necesarios para seleccionar los grupos que iban a integrarse en la asesoría.

Las hipótesis se referían a la lucha como determinante esencial de la transformación de la conciencia y a la situación de la comunicación como elemento activo en esa relación lucha-conciencia. De ahí se dedujo una metodología de trabajo que nos permitía iniciar las asesorías en forma de taller, es decir, poniendo una dinámica que garantizara la relación entre realidad social, circunstancias de vida de los sectores populares, formas de organización y proceso de comunicación. De ahí que la metodología de taller tuviera dos ejes: la investigación (sobre la realidad, sobre las características del medio de comunicación empleado y sobre el contexto popular) y la reflexión sobre la práctica (organizativa, formativa y comunicativa) que se iba realizando.

A medida que se fue desarrollando la práctica en talleres y la sistematización teórica fue apareciendo la complejidad del problema que en las formulaciones comunes se suele reducir a una relación directa y unidireccional entre comunicación y conciencia, y a un problema de cambio de contenidos.

En estas breves páginas trataré de dar cuenta del momento actual de la investigación realizada por un grupo que en este momento se compone de seis personas: Vanessa Marmentini, Marcela Giraldo, Pilar Riaño, Arturo Guerrero, Omar González y Hernando Martínez.

NUESTRA EXPERIENCIA

1. La noticia

Un grupo popular con varios años de experiencia en la edición de un periódico popular nos pidió la realización de un taller para revisar su práctica.

Lo primero que se evidenció fue el bajísimo porcentaje de espacio dado a la noticia, en contraposición con la práctica de los periódicos comerciales. En los primeros prima el comentario, el discurso directamente político; en los segundos lo concreto, la noticia, en tanto que la interpretación está restringida a una o dos páginas.

Se analizó, en segundo término, la técnica de la noticia. Mientras en el periódico comercial es fácil identificar un esquema conductor, en el periódico popular se observa el caos: la mezcla de lo descriptivo con lo interpretativo, del hecho con el comentario.

Dos problemas habían surgido; dos problemas de criterios: ¿qué es lo central en un periódico, la noticia o el comentario? ¿Cómo incide el ponerse un esquema que modele la estructura de la noticia? Pero, más allá de estos problemas específicos, se comenzó a vislumbrar un tercero que cuestionaba el punto de partida del análisis: ¿es válido caracterizar la comunicación popular desde su confrontación con la comunicación comercial o burguesa?

Lo más apto, por ser algo práctico, para iniciar el trabajo de un taller era el problema de la técnica de la noticia. Los manuales de periodismo enseñan que la noticia tiene cuatro partes: el título (y ocasionalmente subtítulo), el *lead* o encabezamiento (que responde al quién hizo qué, a quién, por qué, cómo y con qué consecuencia), el *tie-in* o encorbatamiento, y finalmente, el cuerpo. Titulación y *lead* tienen una función en relación con la percepción (impacto, reclamo del interés) y, simultáneamente, interpretan el hecho en sus estructuras lingüísticas. Al pensar en una ruptura o forma alternativa de la noticia hay que analizar si esa técnica, independientemente de la forma como se utilice, es en sí misma ideológica o si, por el contrario, obedece a exigencias de la percepción como condición para que se establezca la comunicación. En caso de que en sí misma tuviera una carga ideológica, se presenta otra cuestión: ¿el hábito del lector exige la

utilización de esas técnicas, ya que su ausencia provocaría una ruptura comunicativa?

Este problema se puede extender al hábito de percibir un determinado tipo de titulares y de *leads*. ¿Puede proponerse impunemente una alternativa radical en las operaciones de lenguaje?

El encorbatamiento (*tie-in*) es quizá el aspecto más interesante de la técnica reguladora de la noticia. En los medios burgueses consiste en un párrafo en el cual se sitúa al hecho en un contexto. Aquí el problema es: ¿cuál contexto? Analizando la información sobre el diferendo limítrofe entre Venezuela y Colombia, se puede apreciar que el encorbatamiento se reduce a enumerar las reuniones que se han llevado a cabo anteriormente y que podría elaborarse otros que ampliaran ese marco referencial simplemente cronológico.

Las perspectivas se iban ampliando. En primer lugar se precisaban los problemas (al diferenciar lo que es un modelo de su aplicación, para investigar si el modelo está indisolublemente ligado a una práctica o puede ser utilizado desde otra perspectiva); en segundo lugar aparecieron problemas que el grupo popular no se había planteado y que en otros talleres se corroboró que era una deficiencia generalizada, lo cual se puede confirmar más ampliamente en el análisis de periódicos, revistas, sonovisos, etc., realizados por sectores populares. Son los problemas del lenguaje, de la percepción y de los condicionamientos que tiene la producción en comunicación popular, al enfrentar el conflicto de la aprehensión de lo nuevo a partir de lo conocido, de lo viejo.

Desde esta perspectiva era posible comenzar la búsqueda de algunos criterios para definir la relación en un periódico entre la noticia y el comentario o discurso explícitamente político. Criterios que ponían el problema en un campo distinto del estrictamente ideológico, pero relacionado con éste: ¿por qué se hace un periódico y no un folleto de comentarios? Alguna característica tiene el periódico en el proceso de percepción y participación que desencadena en el espectador, y ese proceso está relacionado con la presencia o ausencia de la noticia y con el tratamiento de ésta.

Quedan pues algunos elementos para enfocar el problema de la noticia y de su estructuración desde un esquema regulador: Elementos que podían guiar la reflexión del grupo sobre su propia práctica. Pero permanece sin apoyo el problema de fondo: ¿es válido caracterizar la comunicación popular por contraposición a la burguesa?

2. *La verdad y la manipulación*

En otro taller, con un grupo que trabajaba en el sector sindical, se presentó una cuestión concreta sobre la manipulación de la realidad. El sindicato había organizado una huelga y al cabo de quince días el número de participantes comenzó a disminuir. Sin embargo, el periódico seguía informando que "los 2,500 obreros estamos en pie de lucha".

La relación entre realidad y noticia en este caso se analizó desde los siguientes puntos de vista: se trata de un mecanismo de manipulación típico de la prensa burguesa, un mecanismo que busca –porque es consciente– un efecto de seguridad y un resultado inmediato (dar impresión de unidad y constancia); por lo tanto es un mecanismo que responde a las necesidades inmediatas de la organización, pero con deterioro de la función educativa que se suele aceptar como una de las funciones fundamentales de la comunicación popular.

Propuesto el caso de esta forma, daba pie para retomar el problema de la caracterización de la comunicación popular por contraposición a la burguesa y para enfrentar dos nuevos aspectos: el de la relación comunicación-organización y el de la función educativa, este último relacionado con el problema de la manipulación.

Partimos de una concepción de la comunicación como proceso relativo a otro más amplio, o sea de la capacidad relativa de la comunicación para producir significaciones según el contexto social en el cual se inscribe y que es, en último término, donde se produce la génesis de significaciones. La comunicación burguesa maneja un tipo determinado de mecanismos de selección y combinación de hechos y del lenguaje que tienen su origen en la producción social de significaciones, en la organización social de la producción. Pero, estando la organización popular incrustada en la organización social global, ¿qué significaciones puede producir?, ¿qué contexto puede generar en el cual la comunicación adquiera una lógica interna?

Este planteamiento colocaba la relación comunicación-organización en otro plano, en el de la necesidad que tiene la comunicación popular de estar integrada a una organización como contexto en el cual adquiera una lógica, ya que en sí no tiene capacidad de producir significaciones autónomas. Pero, al mismo tiempo, quedaba por estudiar la caracterización de ese contexto-organización popular –en su capacidad de generar significaciones al estar inserto en el contexto social global.

De esta forma se relativizó el problema práctico e inmediato de la organización de una huelga, de una movilización y, de otra parte, se

abrieron perspectivas para enfrentar la cuestión educativa de la comunicación popular.

Es el momento en el cual todo –organización, educación y comunicación– se integra en un solo problema. En el planteamiento inicial del caso era evidente la sujeción de la comunicación a las necesidades de la organización. Esto, que en el caso se trataba de algo tan práctico como la organización de una huelga, en otros casos se vuelve discurso político que interpreta los hechos desde una posición de partido de izquierda, cátedra que dice la explicación monolítica que tienen los directivos del periódico o de la organización. Se termina entonces por aceptar que educación es transmisión de ideas, de valores, de comportamientos, concepción que reproduce la concepción burguesa de educación. Cambian los contenidos pero permanecen las formas, los mecanismos y, por consiguiente, la concepción de perceptor y de educando, y el tipo de participación que se produce en ésta.

Todo conduce a desplazar el centro de interés, que se pone en los contenidos, hacia el proceso para cuestionar la relación entre comunicación y contexto y entre mensaje, formas y percepción, con miras a la forma participativa generada.

3. *El sonoviso*

Cuando un grupo popular emprende el trabajo de elaborar un sonoviso o audiovisual, suele elaborar un texto para el cual después se buscan imágenes –*slides*– que lo ilustren. Ese conjunto es proyectado ante el público con el cual se debate. El resultado es un texto racional (prácticamente una conferencia) que dice todo lo que se quiere decir, explicando las causas y resultados del problema tratado y la forma de solucionarlo.

Así trabajó un grupo de un barrio bogotano su sonoviso sobre la pavimentación de la calle principal. En la asesoría se les cuestionó: a) ¿Por qué utilizan el medio sonoviso si todo el peso significativo recae sobre el texto y la imagen se reduce a una función ilustrativa? En ese caso sería más fácil trabajar con cassette o directamente con una conferencia. b) La estructura lógica, racional del texto –por consiguiente del sonoviso estructurado sobre él– choca con la característica espectacular-emocional de los medios audiovisuales. (Esta espectacularidad es una exigencia real o es impuesta por la teoría de los medios elaborada por estudios burgueses). c) El tema del sonoviso es fundamentalmente reivindicativo, por lo tanto cuestionable desde el punto de vista político que busca una lucha total y no reformas a los problemas parciales.

No voy a relatar todo el proceso con el grupo, para este trabajo me basta señalar que a partir de los cuestionamientos el grupo vio la necesidad de investigar el tema –el problema de la pavimentación– en primer lugar para no repetir lo que ya la gente del barrio sabía (que para el transporte, la salud y la economía doméstica la pavimentación era necesaria), sino para trascenderlo proporcionando los elementos de análisis que explican la existencia en esta sociedad de barrios en esas condiciones. De esta manera quedaba propuesta una hipótesis de trabajo para responder al tercer cuestionamiento (letra c) anterior: se conserva lo reivindicativo como factor de aglutinamiento e interés, pero se proporcionan elementos de análisis que permiten conducir el debate hacia la organización social como instancia explicativa.

Pero el hecho de "proporcionar elementos" tenía relación con los dos primeros cuestionamientos (letras a) y b)): ¿se iban a *dar* (explícitamente en el texto) o se iban a *construir* (en las relaciones imagen-sonido y en las relaciones internas constitutivas de la estructura)? ¿Se iban a *dar* (directamente a la razón) o se iban a *construir* en espectáculo que impactara los sentidos, la emoción y, consecuentemente, la vivencia? Una decisión en uno u otro sentido implicaba –además de una concepción del proceso de comunicación y de educación– una determinada forma de planear el foro o debate posterior a la proyección del sonoviso.

El hecho de "proporcionar elementos" tenía, además, otra perspectiva: ¿qué elementos? La respuesta tenía dos condicionantes, el nivel de desarrollo de la conciencia de los habitantes del barrio y la presencia en la sesión (proyección y debate público) de posibles enviados de las fuerzas militares.

Lo que en un primer momento parecía sencillo se fue volviendo complejo; exigió seis meses de investigación, elaboración de propuestas de estructura, definición de objetivos concretos, y diseño del guión y del proceso que se llevaría en el foro o debate.

El resultado fue, en primer lugar, que el público percibió que la información en medios compuestos audiovisuales no proviene solamente de la palabra sino que también la proporciona la imagen y que, en consecuencia, la significación de este tipo de comunicaciones está en la relación imagen-sonido. En segundo lugar, que el público se sintió estimulado a buscar relaciones que lo llevaron de lo reconocible, de lo conocido, a lo nuevo. En tercer lugar que, a partir de este conocimiento, el público revisó las formas de lucha que había conducido hasta el momento (memoriales al alcalde, a los concejales, solicitudes a los jefes políticos) y propuso nuevas formas que constituían un comienzo de ruptura de la estructura del poder político gamonalista y paternalista.

4. Diagnóstico

Las experiencias enumeradas hasta aquí nos han conducido a un diagnóstico del estado de la comunicación popular:

1. Es necesario revisar la definición de comunicación popular que se hace en los sectores populares por confrontación con la comunicación burguesa. Esta sería un aparato ideológico al servicio de la clase dominante para inmovilizar, masificar, alienar, ocultar la realidad e inyectar ideología con el fin de mantener el sistema de explotación.

De esta base surge una comunicación popular que se limita a cambiar los contenidos, reproduciendo el tipo de participación en los perceptores, que concibe el lenguaje –con sus formas y mecanismos– como elemento pasivo en el proceso, y que se concibe a sí misma como generadora de significaciones y de conciencia.

El problema de fondo, no teórico sino operativo, es, por una parte, que se trabaja sobre la concepción de la existencia de "la" comunicación, que puede ser de la misma manera burguesa y popular, y no de formas concretas de comunicación. Por otra parte, que se trabaja con un modelo de comunicación como proceso autónomo, desarraigado del contexto en que se realiza. Esto es válido tanto para la forma como se analiza la comunicación burguesa como para la práctica comunicativa de los grupos populares.

Es ahí donde se hace necesario introducir el concepto de contexto popular, no como algo aislado del contexto social global sino como componente de éste. Esta relación de contexto global a contexto popular, puede clarificar la producción de significaciones y el rol de la comunicación popular.

Pero el concepto de contexto popular requiere precisiones. Existen las organizaciones políticas, los sindicatos, las organizaciones de barrio y de sectores campesinos, los gremios. El problema está en definir qué constituye un contexto, qué características debe tener para que genere significaciones alternativas y qué relación tiene con la comunicación.

Hasta ahora ha primado en los medios populares la solución más fácil, que se puede concretizar en el siguiente caso: Un periódico sindical que sólo tiene artículos de los directivos del sindicato. Preguntado el coordinador respondió que no podía publicar las colaboraciones de la base porque lo vetarían las directivas que son las que definen la línea de la organización sindical.

2. Es necesario revisar la concepción de los medios, del lenguaje de los medios en concreto, para caracterizar la especificidad de cada una en sus formas de apropiarse de la realidad y en los procesos de participación que estimula. Es la única forma de aprovechar las potencialidades diferenciadas de los medios para el proceso educativo.

3. Pero al hablar de proceso educativo hay que insistir en la necesidad de revisar su caracterización como transmisión de contenidos, concepción que está muy ligada a la práctica de la comunicación popular actual, y que encierra una visión de la educación como proceso autónomo.

Esta revisión llevaría a cuestiones concretas: ¿Qué es en último término lo educativo? ¿Qué función cumplen en el proceso educativo la comunicación, la lucha, la historia, la teoría y la reflexión?

4. Al interior del problema educativo hay un aspecto íntimamente relacionado con el lenguaje y las estructuras del conocer. Es el de la tendencia a la producción de códigos, esquemas desde los cuales se modela la realidad y cuyo oponente es lo creativo. Verón, Mattelart y Ricoeur hablan de fenómenos de estereotipia, de *slogans*, de codificación.

Son elementos que se encuentran indistintamente en la comunicación burguesa y popular. El problema es doble. En primer lugar está el conflicto de la comunicación que requiere la presencia de lo reconocible y que, al ser comunicación popular, se propone romper con los modelos existentes de apropiación de la realidad. En segundo lugar está el conflicto de la relación entre forma y contenido, conflicto que parecía resuelto y que ahora resurge cuando se afirma que los esquemas y *slogans* —además de ser movilizadores— tienen valor ideológico diferente según su proveniencia (del sistema o de la izquierda). ¿Por qué no usar —se pregunta— los mecanismos de la comunicación burguesa si son útiles, si el perceptor-masa se mueve por esquemas y consignas?

5. Es necesario revisar la concepción racional de hombre que prima en las prácticas de comunicación popular. El universo de los sentidos, de las emociones, de los mitos, está completamente marginado. Parece como si no existiera sino la lógica, la razón y que ésta fuera no sólo la más fuerte sino la única fuente de energía humana.

EL CONTEXTO

1. La violencia estructural

En los últimos años se ha caracterizado a la sociedad colombiana como

una democracia restringida y un régimen de excepción. En su estudio sobre la evolución del Estado en Colombia (1) Fernando Rojas analiza cómo estas caracterizaciones contienen una añoranza del régimen burgués "normal", liberan a la dominación capitalista de la violencia que le es inmanente y conllevan tácita o explícitamente unas recomendaciones de lucha: "no hay en ellas un repudio de la dominación capitalista sino una adhesión ingenua a las falacias ideológicas dominantes; no contienen siquiera un reconocimiento de la contradicción capital-trabajo, pues están dominadas por la fe en principios sociales naturales, suprahistóricos, carentes de contenido de clase. Subyacente a todas ellas se encuentran las dicotomías políticas burguesas libertad-opresión y consenso-violencia, detrás de las cuales se esconde el permanente cautiverio del proletariado (...). Pero, además de la dicotomía política fundamental de la ideología dominante, las denuncias de la anormalidad estatal están amañadas también con las coordenadas jurídicas, filosóficas y, en general, con todos los planos ideológicos burgueses. Allí está latente el ideal de un ciudadano libre e igualitario, a pesar de que esa exaltación de la persona sólo rige en el campo de la circulación de las mercancías, esto es, sólo habilita al proletario para contratar la venta de trabajo tras la máscara de un intercambio bilateral entre propietarios iguales" (2).

La propuesta de lucha popular que conllevan estas caracterizaciones reduciría su horizonte a reconquistar la falaz democracia burguesa, reconstituir el paraíso fantasmagórico de los derechos humanos y ciudadanos. Como si anteriormente la realización de las libertades, de los derechos políticos, económicos y sociales hubiera sido completa. Como si el problema hubiera comenzado con el Estatuto de Seguridad y el consiguiente predominio del poder militar.

Son caracterizaciones que se quedan en la crítica "a la real o supuesta ineficiencia de las formas políticas capitalistas y no a su existencia y significado social (...). Allí no hay un Estado capitalista esencial a la reproducción de este modo de producción, sino una separación transitoria e indeseable entre la sociedad civil y el Estado, desviación ésta imputable a la miopía política o a la fragilidad ética de la dirección militar, administrativa o partidista o, en fin, a vicios atávicos de la estructura política colombiana que siempre habría dado la espalda a las aspiraciones de la sociedad. No se mencionan allí las necesidades coyunturales del capital; tampoco

(1) Rojas H., Fernando. "El Estado en los ochenta: ¿un régimen policivo?". *Controversia*, No. 82-83. Centro de Investigación y Educación Popular, Bogotá, 1980, pp. 59-78.

(2) Rojas H., Fernando; *op. cit.*, p. 60.

hay luchas sociales que moldeen y transformen el aparato estatal, y que efímera y remotamente anuncien su superación" (3).

De hecho, gran parte de la lucha se ha orientado hacia esa recuperación de los derechos humanos, cuando, como lo propone Guillermo Hoyos V., su enfoque debe ser distinto: "Sólo si se rompe con la abstracción y se toca lo real, se puede comenzar a hablar con sentido de los derechos del pueblo. Esto trae consecuencias políticas, en cuanto los derechos del pueblo significan liberación real, lucha contra la opresión, cambio radical de la situación de explotación". (4)

2. *La lucha popular como contexto*

Al hacer el diagnóstico de la situación de la comunicación popular, ponía el énfasis en la necesidad de establecer las características del contexto en el cual pueda adquirir una lógica y sentido que le permitan desarrollar toda su capacidad. Se trata entonces de definir el contexto de la comunicación popular como espacio generador de nuevas significaciones, un espacio equivalente, por decirlo así, al generador de significaciones sociales en el cual adquiere sentido y lógica la comunicación burguesa.

El hecho de concebir la violencia como constitutivo estructural de la democracia capitalista conduce a la definición de lo alternativo como lucha que se sitúa en un proyecto de sociedad liberadora, no opresiva ni explotadora. Este proyecto y las luchas que buscan construirlo, rompiendo el orden del capital, se convierten entonces en el espacio generador de nuevas significaciones. La comunicación alternativa, por consiguiente, no lo es por oponerse a la comunicación burguesa sino por su inserción en ese contexto alternativo.

Pero aquí comienzan los matices. Para asumirlos me apoyo en tres autores que desarrollan su pensamiento en el CINEP. Para Fernando Rojas, la lucha que rompe con el orden del capital es la lucha global o autónoma, ya que ésta es la única que no añora el orden burgués. La caracteriza así: "Los conceptos de globalidad y autonomía hablan de las luchas que trascienden la parcelación y el encasillamiento a que pretenden someterlas el marco organizacional burgués (...). La lucha popular autónoma es aquella que apunta a la reconstitución del sujeto (revolucionario) mediante el rechazo a la separación de las instancias económica y política; es aquella que reúne el sujeto igualitario elaborado por la política y el derecho, al sujeto de la esfera de la circulación de mercancías, con el sujeto social desposeído y desigual de la producción; es aquella que confunde nuevamente el trabajo manual con el trabajo intelectual y que al hacerlo destruye el burocratismo y el vanguardismo de las organizaciones sindicales y políticas; es aquella que busca la integración del valor en uno sólo y elimina por ende la forma dinero del valor; es, en fin, aquella que junta lo que el capital ha dividido para los fines de su propia preservación. La lucha global, que no significa interclasista, es la conjunción de las diferentes facetas de una misma dominación y el afán de destruirla" (5).

Por la cita que traje anteriormente de Guillermo Hoyos, aparece cómo éste se coloca fundamentalmente en la misma línea de Rojas al concebir la lucha popular como cambio radical de la situación de explotación. El punto de divergencia entre los dos está en los límites de la autonomía. Para Rojas no existen límites, la lucha va encontrando por sí misma formas propias sin necesidad ni posibilidad alguna de prefigurarlas: "La estructuración del punto de llegada y aun del camino de la transición hacia el socialismo quedan, como dice Althusser, á las imprevisibles sorpresas del movimiento obrero y, en general, de la incansable imaginación de la historia" (6). Para Hoyos esa prefiguración —así requiera continuas modificaciones— no sólo es posible sino necesaria.

La importancia del debate radica en que la primera posición limita el campo de la educación y de la comunicación popular al eliminar la perspectiva o proyecto general desde el cual analizar y proyectar las luchas concretas.

Y aquí entra el aporte de Alejandro Angulo para hacer más complejo el problema. Al analizar los derechos del pueblo, no hace distinción alguna entre lucha autónoma y lucha reivindicativa (7). Habla en general de organización popular y afirma que han sido estas organizaciones las que han llevado a la reacomodación del Estado: "El Estado colombiano, convaleciente de la guerra entre las clases dominantes, que se ha denominado la Violencia, vuelve paulatinamente al estado de guerra con el reforzamiento del estado de sitio, a fin de conjurar la amenaza de unas clases populares; amenaza que ya no pueden conjurar las oligarquías, a través de enfrenta-

(3) Rojas H., Fernando, *op. cit.*, p. 74.

(4) Hoyos V., Guillermo. "Lo abstracto de los derechos humanos y lo concreto de los derechos del pueblo", *Controversia*, No. 81. Centro de Investigación y Educación Popular, Bogotá, 1980, p. 9.

(5) Rojas H., Fernando, *op. cit.*, pp. 14-15.

(6) Rojas H., Fernando, *op. cit.*, p. 20.

(7) Angulo, Alejandro, S.J. "Deberes humanos y derechos inhumanos". *Controversia*, No. 81. Centro de Investigación y Educación Popular, Bogotá, 1980, pp. 42-43.

mientos partidistas. El débil Estado colombiano tiene que revestirse de casco y botas para impedir que la libertad, la igualdad y la fraternidad vengan a disminuir las ganancias de unos cuantos nacionales y de bastantes extranjeros. Y así se establece el derecho de violar el derecho" (8) o, como él mismo lo expresara en páginas anteriores: "el estado de sitio, estabilizado en Colombia, es el instrumento de combate de una clase dominante contra los intentos de organización de las clases trabajadoras" (9).

Lo interesante es que Angulo, como Hoyos y Rojas, demuestra que estamos viviendo en una violencia estructural (10); sin embargo, no define exigencias ni características específicas para la lucha popular que permitan establecer diferencias entre lucha asimilable por el sistema y lucha que al desestabilizarlo pronuncia y tiende hacia su ruptura, entre lucha reivindicativa y lucha radical o autónoma. Según esta posición cualquier tipo de lucha se constituiría en espacio alternativo, en espacio generador de nuevas significaciones.

Son dos debates —el de la prefiguración y el del valor de la lucha reivindicativa— que, como está visto, no son abstractos sino, por el contrario, tienen relación íntima con la concepción de comunicación popular.

3. *Las luchas hoy*

El hecho que se impone es la dimensión reivindicativa de las luchas populares que se dan actualmente en el país. Se lucha por los servicios, por los salarios, por los derechos humanos. Más aún, se constata que gran parte de estas luchas se llevan a cabo mediante mecanismos aceptados o regulados por el Estado, como los pliegos y los mediadores ante las autoridades, y son conducidas por organizaciones obreras, campesinas y barriales aceptadas oficialmente.

¿Se puede desvirtuar tajantemente esta lucha reivindicativa, apoyándose en el criterio absoluto de la globalidad o autonomía, desde el cual se les quita toda posibilidad transformadora? Fernando Rojas sale al paso de la objeción al afirmar, apoyándose en el señalamiento hecho por Marx y Engels sobre la ambigüedad de la lucha sindical (autónoma en cuanto a su fuerza motriz, sometida en tanto que se canaliza por las vías de restricción de objetivos y de la transacción con el capital), que lo reivindicativo lleva en sí mismo las semillas de la lucha política puesto que constituye cuando

(8) Angulo, Alejandro, *op. cit.*, p. 48.

(9) Angulo, Alejandro, *op. cit.*, p. 39.

(10) Angulo, Alejandro, *op. cit.*, pp. 43-48.

menos un ejercicio de organización y autonomía obreras frente a la dominación del capital" (11). El problema que surge al aceptar esta posición está en que termina por destruir el criterio inicial. Si toda lucha es transformadora, ya sea porque en sí misma sea autónoma o porque sea un ejercicio de organización, ¿entonces para qué la noción de autonomía y globalidad? La única respuesta que puede aclarar la contradicción es definir la autonomía como tendencial, como concepto límite al cual se tiende. Pero entonces se abre otro conflicto: ¿cualquier tipo de lucha reivindicativa, en cuanto ejercicio de organización, puede conducir a la autonomía y globalidad?

Guillermo Hoyos acepta el valor de la lucha reivindicativa siempre que no se tome como fin en sí mismo, sino como un paso dentro de la lucha más amplia: "si se toma esta perspectiva de emancipación (cambio radical de la situación de opresión) y no simplemente la de tolerancia, todavía puede ser válido el discurso de denuncia de la violación de derechos en las democracias formales, con tal de que éste discurso no se agote en exigir el funcionamiento aparente de la democracia, olvidando los derechos del pueblo" (12).

Considero que esta posición aclara bastante el problema: la lucha reivindicativa se toma como relativa y en cuanto tal se concibe en la perspectiva de la autonomía y de un proyecto social alternativo. Sin embargo, queda todavía en el aire la existencia de un criterio que permite percibir al interior de la lucha realmente su dinámica hacia la autonomía y hacia el proyecto social alternativo.

4. *La participación*

El camino recorrido en este trabajo ha sido desde la crítica a la caracterización del régimen colombiano como Estado de excepción y democracia restringida (para analizar las propuestas de luchas populares que desde allí se hacen, para confrontar a éstas con el concepto de lucha autónoma y para situar las luchas reivindicativas que se dan actualmente en el país) hacia la búsqueda de una noción que me permita definir el espacio alternativo generador de nuevas significaciones, en el cual la comunicación adquiere la dimensión de lo popular.

Parto del análisis de Guillermo Hoyos, quien concluye en la inexistencia actual de participación. Encuentra esta carencia en forma de despolitización y conformismo como resultado de la violencia del sistema, no sólo de

(11) Rojas H., Fernando, *op. cit.*, p. 16.

(12) Hoyos, Guillermo, *op. cit.*, p. 9.

la violencia represiva militar sino de la que proviene del orden económico (relación capital-trabajo y modelo concreto de acumulación de capital), del orden político (la fachada democrático-liberal del Estado, la ausencia de oposición) y de la administración total: "la razón del hombre, concluye Hoyos, queda reducida a razón instrumental. Una razón que se atreve a sospechar críticamente de ella, es señalada como anormalidad, ilegalidad y subversión" (13). Es el hombre unidimensional. Y ahí encuentra el entronque con la comunicación, ya que ese hombre unidimensional resultante de esa organización social "es el objeto de la manipulación, ésta abarca desde la propaganda comercial pasando por el entretenimiento mediante las diversiones y el tiempo libre, hasta llegar a la propaganda política. De esta forma queda establecida una red que se coloca sobre el pensamiento acrítico y falta de adiestramiento, a fin de lograr un total manejo de la opinión" (14).

Alejandro Angulo, al analizar un escrito del Ministerio de Defensa, encuentra también en el orden social actual la ausencia de democracia participativa: "Parecería indicarse aquí (en la tesis del Ministro) que todos los ciudadanos tienen una palabra que decir acerca de las funciones que les corresponden dentro de la sociedad. Y ese sería el caso de la democracia, al menos en su nivel utópico, y suponiendo que se crearan los mecanismos adecuados para que todos los ciudadanos pudieran aportar a la construcción del orden público y a su defensa" (15).

Por el camino del análisis de los derechos humanos y de los derechos del pueblo, Hoyos y Angulo han llegado a la misma conclusión: la eliminación de la participación es inmanente al sistema, de ahí la unidimensionalidad del hombre actual y la ausencia de mecanismos participativos en la sociedad actual.

Están puestas así las bases para concebir la participación como producción de conocimientos científicos en condiciones sociales que los hagan posibles. Con este concepto se viene a llenar el vacío de criterios, que anotaba al final del numeral anterior, para definir la real tendencialidad de una lucha popular hacia la autonomía y hacia el proyecto de nueva sociedad. La existencia de mecanismos de participación en la organización y en la lucha es lo que permite identificarlas como instancias alternativas reales al orden actual y, por lo tanto, generadoras de nuevas significaciones.

(13) Hoyos, Guillermo, *op. cit.*, p. 15.

(14) Hoyos, Guillermo, *op. cit.*, p. 15.

(15) Angulo, Alejandro, *op. cit.*, p. 38.

Desde este punto de vista se comprende la crítica que hace Fernando Rojas a las estructuras sindicato y partido, en cuanto en sí mismas encierran vanguardismo, fragmentación de la lucha en económica y política, burocratización y división del trabajo que reproduce la división capitalista del mismo, ya que todas estas características se convierten en mecanismos que obstaculizan o anulan la participación de las masas (16). De ahí concluye Rojas que los resultados obtenidos en las luchas "son en sí mismos inocuos o contraproducentes mientras no conduzcan a la plena participación de las clases trabajadoras en sus procesos de liberación y allí es justamente donde el partido muestra la incapacidad de su viciada estructura" (17).

Si la participación se constituye en criterio de tendencialidad hacia la autonomía y hacia el proyecto alternativo, el problema de lo reivindicativo como espacio generador de nuevas significaciones se aclara, puesto que el término se refiere al objeto de la lucha por mejorar condiciones de vida (servicios, salarios, garantías legales, etc.), y este tipo de lucha es absolutamente necesario como elemento de aglutinamiento, de motivación e interés, pero la forma como se conduce es la que puede bloquear o generar la participación.

Para precisar esto volvamos al texto de Guillermo Hoyos sobre la participación, citado anteriormente. Al estudiar la frontera entre el liberalismo y el totalitarismo, detecta en los dos los siguientes fundamentos y mecanismos que tornan estéril toda posible voluntad de permitir o provocar participación: a) Un irracionalismo comprendido como ausencia de teoría y actividad crítica que conduce a la mitificación o absolutización de lo abstracto (el jefe natural, la patria, el partido, la nación, el orden). b) La "administración total", montada como organización técnica-sistemática de todas las necesidades, incluso de las intelectuales, que reduce la razón del hombre a razón instrumental. c) Todo esto conduce a la despolitización del pueblo que desemboca en una concepción de la educación apoyada en el criterio del rendimiento: el adoctrinamiento, la convicción y la disciplina de trabajo (18). Es una magnífica síntesis de los mecanismos de diverso orden que eliminan toda posibilidad de participación: irracionalismo, marginación de la crítica, administración total, adoctrinamiento, disciplina.

En este contexto se pueden entender mejor las propuestas de Alejandro Angulo —también citadas anteriormente— sobre la democracia definida desde la participación: el ciudadano tiene una palabra que decir acerca de

(16) Rojas, Fernando, *op. cit.*, p. 15-30.

(17) Rojas, Fernando, *op. cit.*, p. 31.

(18) Hoyos, Guillermo, *op. cit.*, p. 12-17.

las funciones que le corresponden en la sociedad, tiene algo que aportar a la construcción del orden público y su defensa (19), o lo que concluye al final de su análisis sobre la forma como el Estado ha aprovechado la subversión: "Si se quisiera hablar con propiedad y llamando a las cosas por su nombre, debería decirse que se trata de apagar el descontento por las armas porque se pretende seguir en una situación de injusticia. Esta sería la verdadera dimensión del asunto. Pero entonces tampoco habría que empeñarse en llamar democracia a un régimen en el que no tiene voz el pueblo, ni república a un territorio que pertenece a dos o tres grupos privados, ni constitucional a un sistema de gobierno basado en el único artículo de la constitución que permite al ejecutivo suprimir el resto de la carta. En una palabra, no habría que crear la subversión para sostener la dominación esclavizante" (20).

En estas condiciones —descritas por Hoyos y Angulo— resulta utópico exigirle a la comunicación burguesa una dinámica participativa. Pero es igualmente utópico exigírselo a la comunicación popular que no está enclavada en una organización y lucha que por su forma, así su objeto sea reivindicativo, sean alternativas —o tengan gérmenes para llegar a serlo— a los mecanismos del sistema antiparticipativo anteriormente analizados.

Por lo tanto, la participación es otro concepto tendencial y no se logra sino en la medida en que se ponen los mecanismos que efectivamente crean sus condiciones de existencia. Este es en último término el nuevo contexto generador de nuevas significaciones en el cual puede adquirir sentido y lógica la comunicación popular; más aun, es la articulación con este contexto lo que hace que la comunicación pueda ser llamada popular.

COMUNICACION POPULAR Y DEMOCRACIA

En la primera parte de la ponencia intenté exponer cómo en los talleres y asesorías a grupos populares la metodología aplicada por el Equipo de Comunicación del CINEP consiste en detectar los problemas operativos que tienen los grupos en su práctica, para provocar en ellos una reflexión que sitúe esos problemas particulares en relación con dos cuestiones globales desde las cuales se puede volver, con otra mirada, sobre lo particular: ¿cuál es el contexto generador de significaciones y a qué tipo de participación se tiende en la organización y comunicación popular?

Esta posición implica un concepto de comunicación como proceso al interior de un proceso social, con lo cual se pone en crisis la concepción

(19) Angulo, Alejandro, *op. cit.*, p. 38.

(20) Angulo, Alejandro, *op. cit.*, p. 46.

de comunicación como relación entre emisor, mensaje y perceptor, que de una u otra forma conduce a posiciones voluntaristas y a centrar el análisis y la práctica en los efectos, muchas veces camuflados bajo la denominación de resultados.

Pero al decir que la comunicación no es un proceso autónomo sino relacionado con el proceso social, quedan todavía por definir las características de esa relación. Tanto el análisis de casos concretos (primera parte) como el del contexto (segunda parte) se apoyan en la concepción de que es en las relaciones sociales donde se generan las significaciones que son asumidas en el proceso de comunicación. Se le niega a éste, por consiguiente, la capacidad autónoma de generar significaciones. ¿Cuál es, entonces, la actividad de la comunicación en esa relación con el proceso social?

1. *Potenciar*

Cuando no se quiere hablar de efectos de la comunicación, se habla de refuerzo. Se dice que los medios masivos refuerzan la ideología del sistema, los comportamientos violentos y consumísticos, y que los medios de comunicación popular refuerzan o deben reforzar la ideología y comportamientos revolucionarios.

El concepto de reforzar, además de no haber sido precisado, tiene relación con algo (un universo de conceptos que conforman la falsa conciencia) que pre-existe independientemente y que se reafirma repitiéndolo, fomentándolo o concretizándolo. Todas estas son actividades pasivas en el sentido de que no aportan nada propio. De ahí la necesidad de buscar una noción que defina lo que es propio de la comunicación en la producción social de significaciones.

Lo propio de la comunicación es la producción intencional de mensajes. Pero esa producción pasa por una serie de operaciones de selección y combinación que modelan todo discurso. El problema está entonces en las características que tienen en un momento histórico esas operaciones que se convierten en mecanismos estructurantes de cualquier discurso.

Paul Ricoeur (21), después de rechazar el concepto de ideología que la define como conciencia falsa y sistema de pensamiento, y después de analizar cómo lo ideológico está ligado a la necesidad que tiene todo grupo social de representarse dándose una imagen de sí mismo, estudia cómo esa imagen adquiere fuerza motriz, dinamizadora y consensual en la medida en

(21) Ricoeur, Paul. "Science et idéologie", en *Revue Philosophique de Louvain*, Mayo, 1974.

que es simplificadora y esquemática: "Es una clave, un código para darse una visión de conjunto, no sólo del grupo sino de la historia y, en último término, del mundo. Este carácter codificado de la ideología es inherente a su función justificadora; su capacidad de transformación no se preserva sino a condición de que las ideas que lleva consigo se conviertan en opiniones, que el pensamiento pierda el rigor para aumentar su eficacia social". De ahí que defina el fenómeno ideológico como "la mutación de un sistema de pensamientos en uno de creencia" (22).

Tales características de lo ideológico exigen la formación de códigos de expresión que efectúen esa simplificación y esquematización a nivel de discurso: la ritualización, la estereotipia, la terminología "correcta", las fórmulas, máximas y *slogans*. No se trata, sin embargo, de una producción consciente de códigos: "el código interpretativo de una ideología es algo en lo cual los hombres habitan y piensan, más bien que una concepción que ellos proponen. Una ideología es operativa y no temática. Obra a nuestras espaldas y no es un tema que tengamos ante nuestros ojos. Más que pensar sobre ella pensamos a partir de ella" (23).

Tenemos así unas relaciones sociales de producción que generan una imagen social que, a su vez, genera unos códigos de simplificación y esquematización. La actividad de éstos —en cuanto operaciones de lenguaje que modelan todo discurso y, en concreto, el que se produce en la comunicación— no se limita entonces a reforzar la imagen y las relaciones sociales, sino a potenciarlas al elevarlas, a trasladarlas al nivel de modelo de producción de conocimiento y discurso.

2. *El texto-símbolo*

La noción de esfuerzo, ligada a la ideología como universo de contenidos, es lo que ha centrado las investigaciones en el análisis de ideas y valores falsos (democracia, libertad, mujer objeto, etc.) y en ver cómo éstos desmovilizan y alienan. Se descuida la arquitectura del mensaje, su estructuración, que es donde se colocan los códigos o esquemas de producción del discurso.

Esa noción de arquitectura o estructura del discurso es importante por ser el punto de encuentro de dos conceptos que trabaja Ricoeur en la misma línea: el del texto y el del símbolo.

(22) Ricoeur, P., *op. cit.*, p. 101.

(23) Ricoeur, P., *op. cit.*, p. 102.

El texto, en cuanto discurso fijado en una escritura, separa el acto de escribir del de leer e interrumpe la dinámica referencial del diálogo hacia lo mostrativo. Al separar e interrumpir, estimula su apropiación por parte del lector, apropiación en la cual éste se conoce a sí mismo y en relación con el contexto (24).

El símbolo, entendido como región del doble sentido en la cual hay una estructura intencional que suscita un trabajo de interpretación, estructura que no consiste en la relación del sentido al objeto sino en la arquitectura del primer sentido que hace que el segundo se oculte y manifieste simultáneamente (25), viene a completar la tendencia a estimular la apropiación del texto.

Apropiación del texto e interpretación del símbolo son dos actividades complementarias en la cual el lector hace propio el discurso. Pero la capacidad estimuladora del texto símbolo es relativa, en primer lugar, a la arquitectura del mismo y, en segundo lugar, al universo del lector.

3. *Comunicación popular*

Las consideraciones anteriores sobre potenciación, texto y símbolo permiten proponer que la cuestión de la comunicación popular está en aceptarse como producción de textos símbolo potenciadores de una nueva génesis de significaciones, o sea de un proyecto de nueva sociedad y de lucha alternativa que tienda a construirla.

Si caracterizamos la organización social actual por la división (trabajo-capital, trabajo intelectual-material, política-economía, etc.) y por la producción de un hombre unidimensional de conocimiento instrumental, la organización y lucha popular tenderá a reconstituir lo fragmentado y a generar un hombre productor de conocimiento. Sólo en esta base se puede pensar en la producción de textos-símbolos que potenciara la producción de nuevo conocimiento. Al interior de la imagen esquemática de la "seguridad social" es imposible pensar símbolos que rompan la codificación expresiva. Esta ruptura, expresión y estímulo de una nueva forma de conocer, no puede darse sino al interior de una nueva praxis, ya sea de organización o de lucha.

(24) Ricoeur, Paul. "Qu'est-ce qu'un texte?". *Hermeneutik und dialecktike,* Edit. C.B. Mohr, Tübingen, 1970, pp. 195-196.

(25) Ricoeur, Paul. *De l'Interprétation, Essai sur Freud*, Editions su Seuil, 1965, Paris, pp. 17, 18 y 26.

En la primera parte (numeral 1. La noticia) hablaba del modelo que estructura la noticia en la prensa burguesa (titulación, encabezamiento, encorbatamiento y cuerpo) y proponía el problema de sus alcances: ¿obedece a un mecanismo perceptivo que trasciende lo ideológico, o tiene en sí mismo una lógica dentro de las relaciones sociales y de una determinada imagen o representación que la sociedad se ha hecho de sí misma? Si se afirma lo primero, bastaría cambiar la forma como se utiliza actualmente el modelo; pero si se concibe que éste en sí mismo es un código, entonces habría que formular otro modelo que permitiera dar a la noticia una relación con el contexto.

Este nuevo modelo es una nueva arquitectura del discurso que garantiza (si es nuevo) la posibilidad de establecer una red de relaciones compleja y de hacer un discurso abierto que en vez de persuadir tienda a estimular la producción de conocimiento. Pero un texto abierto, que proporciona elementos de análisis complejo, encuentra bloqueada su capacidad de provocar apropiación e interpretación en grupos lectores determinados por la organización social actual, en tanto que su fuerza se desencadenará al interior de sectores en los cuales la organización y la lucha hayan comenzado a poner en crisis la imagen social y sus correspondientes operaciones o códigos de expresión.

Esto no quiere decir que la ruptura de códigos y modelos vaya necesariamente detrás de los avances de la lucha, también puede prefigurar estados posteriores y en este sentido adquiere la plenitud de su valor la noción de símbolo, en relación con un hombre productor de conocimiento crítico.

BRASIL: EXPERIENCIAS PARTICIPATIVAS Y VINCULACION CON MOVIMIENTOS POPULARES

Carlos Borromeu Limeira de Mélo

El tema que me fue propuesto para presentar en este seminario es de una vastedad sorprendente. Brasil, como todos saben, tiene la dimensión de un continente, y dentro de este país-continente las experiencias participativas proliferan, se multiplican en capitales, ciudades, barrios, pueblos y en el área rural. Sería absurdo pretender relatar en este breve espacio de tiempo lo que existe en materia de movimientos populares participativos. No habría condiciones indispensables para abarcar todo el rico material existente sobre el tema.

Intentaré, al abordar este tema, presentar el relato de algunas experiencias sin pretender, no obstante, cubrir todos los elementos en ellas involucrados.

Considero que el movimiento denominado *Comunidades Eclesiais de Base* ("Comunidades Eclesiales de Base") presenta marcadas características participativas, dando origen a otros movimientos comunitarios. Mi abordaje del tema, por lo tanto, versará fundamentalmente sobre estas comunidades y su vinculación con otros movimientos.

En un país acostumbrado a la dominación de los tecnócratas que detentan el poder sobre la mayoría de la población (a la que no dan cuenta de los errores cometidos en su nombre), donde la historia es la historia de las élites y se cultiva la ideología de la "nulidad del pueblo", base de tal dominación tecnocrática, las *Comunidades Eclesiais de Base* apuntan hacia una alternativa de criticidad y participación para una parte significativa de la población brasileña.

La Iglesia católica, en Brasil, está desempeñando un papel fundamental en la liberación de las capas oprimidas. Hace pocos días, en São Paulo, el Premio Nobel de la Paz, Adolfo Pérez Esquivel, afirmaba en su encuentro con el episcopado brasileño que en Brasil la Iglesia está dando un testimo-

nio, no tanto con palabras sino con actos concretos en este marchar junto al pueblo, citando como ejemplo las *Comunidades Eclesiais de Base.*

A pesar de toda la represión existente, la Iglesia Católica se mantuvo como un importante organismo de la sociedad civil, acentuando su preocupación junto a las capas desfavorecidas de la sociedad brasileña.

El régimen instaurado en Brasil en 1964 no consiguió manipular al episcopado, como sucedió con militares o personas que ocupaban cargos públicos. Dom Evaristo Arns, Dom Hélder Câmara y muchos otros, en sus diócesis, dieron continuidad a un trabajo que se sedimentaba lentamente, y hoy tenemos este importante movimiento extendido en Brasil entero. Parte considerable del clero y de los laicos, con el incentivo de la jerarquía, proporcionó condiciones y estímulos para la organización de fuerzas populares en la sociedad.

La Iglesia ofreció refugio y espacio para movimientos estudiantiles, sindicatos y demás, desvinculados de cualquier filiación religiosa, constituyendo núcleos de resistencia a la opresión del Estado autoritario. Ninguna otra institución hubiera tenido recursos e independencia como para proteger a estas formas de resistencia popular y de defensa civil.

Una expresiva demostración es la Comisión de Justicia y Paz, creada en muchas diócesis, que pasó a actuar de manera directa y sistemática, en nombre de la Iglesia, en la defensa de los derechos humanos. "La intransigente lucha contra la tortura practicada por aparatos militares y policiales, la defensa de presos políticos y presos comunes, la acción junto a los menores carenciados, constituyen ejemplos de acción eclesial en cuanto formulación positiva de una ética social". Se percibe la presencia de la Iglesia Católica en movimientos no confesionales como los sindicatos, o los que luchan por reivindicaciones salariales, mejoras urbanas e incluso por contener el alza del costo de la vida, etc. No podemos negar la importancia de esta participación para la construcción de la democracia en el país. Se observa claramente que el catolicismo ha demostrado preferencia por las clases populares, por sus iniciativas representativas y por su lucha. Y para que la Iglesia participe efectivamente en el proceso de liberación del pueblo latinoamericano es necesario que esté comprometida con las clases populares, lo que implica "la ruptura con los intereses y privilegios de las clases dominantes; canonizar la miseria es traicionar la esperanza del pueblo".

Por todo ello resolví relatar la experiencia de este importante movimiento, dada su gran dimensión y difusión en el Brasil de hoy, sin pretender de ese modo afirmar que es mejor que otros.

Pero ahora podemos preguntarnos: ¿qué son las *Comunidades Eclesiais de Base?*

Según Frei Betto, en su reciente obra *O que é Comunidade Eclesial de Base*, publicada en 1981 por Editora Brasiliense, las CEB son pequeños grupos organizados en torno a la parroquia (urbana) o a la capilla (rural) por iniciativa de laicos, padres u obispos. Las primeras surgieron alrededor de 1960. De naturaleza religiosa y carácter pastoral, las CEB pueden tener diez, veinte o cincuenta miembros.

Son comunidades, porque reúnen a personas que tienen la misma fe y viven en la misma región. Motivadas por la fe, tales personas viven una común-unión en torno a sus problemas de supervivencia, de vivienda, de lucha por mejores condiciones de vida, y anhelos y esperanzas liberadores. Son eclesiales porque se congregan en la Iglesia, como núcleos básicos de comunidad de fe. Son de base porque las integran personas que trabajan con sus propias manos, es decir las clases populares: amas de casa, obreros, desocupados, jubilados, jóvenes y empleados de la periferia urbana, y en la zona rural los asalariados agrícolas.

Dos factores marcan a los miembros de las comunidades rurales y urbanas: la expropiación de la tierra y la explotación del trabajo. Según Frei Betto, migrantes y oprimidos, los miembros de las comunidades que antes buscaban en la religión un elemento sedativo para soportar los sufrimientos, encuentran ahora un espacio de discernimiento crítico frente a la ideología dominante y de organización popular capaz de resistir la opresión.

Las *Comunidades Eclesiais de Base* tienen en común el ideal de mantener y cultivar lazos de relación humanos, fraternos y solidarios. Como movimiento religioso dan participación y amplían el espacio de acción de los laicos en el culto, en la prédica del Evangelio, en las tomas de decisión. Se trata de un proceso social en desarrollo, que busca su propia forma de expresión religiosa en lugar de ser un modelo preestablecido. Así, constituyen formas de organización popular haciendo frente a las condiciones precarias de supervivencia compartidas por la mayoría pobre de la población.

Los problemas más agudos, como los de saneamiento, iluminación, seguridad, pavimentación, limpieza, desagües, etc., comienzan a ser percibidos como privaciones que afectan a toda la comunidad. "Las CEB son un lugar donde se crea conciencia acerca de por qué el ómnibus es así, por qué no hay desagües, por qué el salario es así". Las fundamentales exigencias cristianas de igualdad son planteadas como criterios para condenar la injusticia. De ahí las reivindicaciones dirigidas a las autoridades. "Su naturaleza polí-

tica está signada por un rasgo característico: se trata de una exigencia de justicia y no de un pedido de favor".

La experiencia de este proceso que se multiplica conduce a un aprendizaje de la táctica de reivindicaciones y a la incorporación de sectores más amplios que sufren las mismas condiciones de existencia.

Se descubre que la fuerza de los débiles es la unidad en la acción. En la expresión de un miembro de CEB (citado en el libro *Sao Paulo, O Povo em Marcha* (Sao Paulo, el pueblo en marcha) de Editora Vozes 1980): "Lo que se exige primero para que los hombres se vuelvan pueblo de Dios es que sean un pueblo de pobres. Pobres son aquellos que saben que solos no son capaces de nada".

Es bueno recordar, como dice Paul Singer, que las CEB pretenden básicamente formas de vida comunitaria que realicen ciertos valores cristianos, de igualdad y solidaridad entre todas las personas. Consiguientemente, tienden a asumir reivindicaciones locales e incluso generales. Su objetivo primordial es crear una sociedad nueva entre quienes participan en ellas, y entre éstos y los demás miembros de la sociedad; sociabilidad que niega lo que se encuentra establecido por el carácter competitivo del capitalismo.

Se estima que existen actualmente en Brasil 80 mil comunidades eclesiales de base, que congregan a cerca de dos millones de personas. Este número es aun más significativo si se lo relaciona con otros movimientos autónomos incentivados por las CEB, como es el caso de los movimientos de barrio que asumen un carácter interclasista, reuniendo al conjunto de los habitantes en su enfrentamiento con los poderes públicos.

El diario *A Folha de Sao Paulo* publicó en su edición del 25 de febrero el siguiente título: "Associacoes defendem o bem comun" ("Asociaciones defienden el bien común"). En el cuerpo del artículo se decía:

"Una calle, un barrio y hasta incluso un grupo de barrios que forman una asociación para la defensa de intereses comunes se ha convertido ya en un hecho normal en la vida de Rio de Janeiro. Todos los días, diarios y radios de la ciudad divulgan reclamaciones y reivindicaciones de esas entidades, cada vez más numerosas. Tan numerosas que resolvieron unirse para formar otra. En los últimos tres años ella ha sido el gran portavoz de los cariocas ante las autoridades. Se trata de la Federación de Asociaciones de Vecinos del Estado de Rio de Janeiro, a la que están vinculadas 96 asociaciones de barrios que, a su vez, representan a cerca del 60 % de la población carioca. En su trabajo, la Federación considera básicamente asuntos

relativos a la salud, la vivienda, el transporte, el costo de la vida, la seguridad, el saneamiento y las actividades ligadas al uso del tiempo libre, los entretenimientos, las actividades deportivas, etc."

Y añade el artículo: "Como las entidades asociadas están generalmente vinculadas a las iglesias Católica y Protestante, existe una relación directa con las Comunidades Eclesiales de Base, cuya importancia está creciendo".

Lo que acabo de citar nos da una idea de la magnitud e importancia del trabajo que las CEB vienen desarrollando en Brasil.

¿Cómo actúan? Según Frei Betto, en los últimos años las Comunidades Eclesiales de Base recorrieron tres etapas interrelacionadas. La primera está representada por la Comunidad en sí, centrada en su motivación religiosa. La segunda es la de los movimientos populares, surgidos con la participación de los miembros de las comunidades. En estos movimientos entran todos los que se ubican del lado de los oprimidos, independientemente de sus credos. Al reflexionar y actuar sobre los problemas del barrio, de la familia y del trabajo, las comunidades ayudan a crear o recrear los movimientos populares autónomos, tales como los Clubes de Madres, el Movimiento del Costo de la Vida, grupos de teatro, asociaciones en defensa de los caucheros, núcleos que actúan en respaldo de la causa indígena, consejos de vecinos, etc.

Estas organizaciones surgen del pueblo y lo ayudan a tomar conciencia de su realidad y a luchar por la defensa de sus intereses.

La tercera etapa es el fortalecimiento del movimiento obrero. Muchos miembros de las comunidades, tanto en la ciudad como en el campo, participan de las luchas sindicales, procurando valorizar al sindicato como el verdadero órgano de clase y actuando en las luchas y en las huelgas de los diferentes gremios.

Los miembros de las CEB participaron activamente en la oposición popular durante el período del régimen militar en Brasil. Muchos fueron detenidos y torturados, y algunos asesinados.

Las Comunidades Eclesiales de Base se abren cada vez más al movimiento popular, ayudando a crear o fortalecer formas de organización popular autónomas, desvinculadas del Estado y de la Iglesia. Incluso no habiendo todavía una conciencia de clase, se percibe en esos movimientos populares un fuerte sentimiento de justicia y la conciencia creciente de sus derechos.

Para formarse una idea de cómo este movimiento comienza a unir a sectores populares, en Olinda y Recife, Estado de Pernambuco (nordeste de Brasil), se intentó hacer una reunión entre comunidades de barrios diferentes, concurriendo a ella un número bastante significativo. Cada una se presentaba durante el encuentro planteando el problema más sentido por la comunidad. En tal ocasión se observó que en la casi totalidad se trataba del problema de la tenencia de la tierra, de la amenaza de expulsión o desalojo y de los proyectos de urbanización que, en última instancia, constituyen expulsiones disimuladas. Al debatirse la necesidad y conveniencia de encuentros de esa naturaleza, todos fueron unánimes en reconocer su importancia por dos razones principales:

1) por el incentivo que dan a la lucha en cada comunidad, ayudando a no desfallecer y a sentirse más apoyados, insertos en una lucha más amplia;

2) por la posibilidad de llegar a luchas conjuntas a partir de las confrontaciones de las diversas situaciones, dando así mayor fuerza a sus reivindicaciones.

Fue citada una segunda reunión para el mes siguiente (21 de junio de 1980), ocasión en la que se continuaría con la discusión sobre posibles luchas conjuntas de las diversas comunidades.

En ese intervalo, las lluvias del invierno recifense hicieron desbordar al río Beberibe y provocaron deslizamientos de tierras en los cerros de un gran barrio de la ciudad. Era la madrugada del día 9 de junio. Según la prensa, más de 20,000 personas quedaron desamparadas y más de 60 murieron.

Motivadas por el encuentro anterior, las comunidades entraron de lleno en un proceso de reuniones continuas para reivindicar ante las autoridades medidas urgentes. Se realizó una gran marcha frente al Palacio de Gobierno. Se percibía claramente el sufrimiento en los rostros de la población afectada, así como eran expresivas las denuncias sobre el descuido de las autoridades y el deseo de encontrar una solución digna para los problemas surgidos.

La solidaridad que los rodeó a causa de la tragedia amplió la discusión acerca de los problemas comunes y la denuncia de la contradicción existente entre los intereses del pueblo y los de la clase dominante. El análisis global de tales contradicciones hizo posible una visión más amplia de los problemas, abriendo varios frentes de lucha a partir de las dificultades sentidas por la población, y utilizando para ello todos los instrumentos de

animación social (reuniones, asambleas, manifestaciones, teatro, actos públicos, prensa, etc).

Todo esto contribuyó a suplir las deficiencias de comunicación entre las diversas CEB, posibilitando la unificación de las luchas y formas de organización.

En las áreas donde existe más organización se observa una movilización más eficiente. La población percibe mejor el comportamiento de los órganos oficiales y se vuelve más activa, recibiendo de ellos una mejor atención de sus necesidades y derechos.

Existen algunas comunidades eclesiales de base que alcanzaron un nivel más avanzado de conciencia crítica, descubriendo en medio de sus reivindicaciones que ellas constituyen sólo un pequeño paso hacia la transformación de las estructuras sociales.

Aunque en forma embrionaria, las CEB se convirtieron en fuerzas participantes en las luchas y tensiones que podrán conducir a cambios económicos y sociales en el país.

Del III Encuentro Nacional de las CEB, realizado en Joao Pessoa, una localidad del nordeste, durante el mes de julio de 1978, merecen mencionarse, entre otras, las siguientes reflexiones y orientaciones:

"En todo la gente debe partir siempre de nuestros intereses de pueblo pobre y no de los intereses de los que hoy se encuentran en el poder. Toda esa opresión que se abate sobre nosotros tiene su raíz en el pecado: las tierras en las manos de quien no precisa de ellas; los obreros sujetos a ganar un exiguo salario, lo que produce frutos como el hambre, la mortandad de niños, el analfabetismo. Ese gran pecado es ahora social y se llama Sistema Capitalista".

"Participar de todas las herramientas que nos van a ayudar en nuestra lucha por la liberación, como sindicatos, asociaciones, partidos políticos y otros movimientos que sean nuestros, y para nosotros".

"Asumir nuestra condición de clase oprimida, pues tenemos que hacer un trabajo que requiere que confiemos los unos en los otros, ya que nuestros intereses son iguales".

Por las citas y ejemplos vemos que las comunidades eclesiales de base se configuran como una de las formas de la resistencia popular.

La Conferencia Nacional de Obispos de Brasil, que promueve anualmente la "Campaña de la Fraternidad", lanzó el pasado 5 de febrero de 1981 la campaña: "Salud para todos", como lema orientador de los trabajos de las parroquias y de las comunidades eclesiales de base en todo Brasil. No podemos olvidar que salud significa bienestar, vida digna, condiciones para poder vivir sin humillarse y sin matarse trabajando, situación de justicia y de paz. En este sentido, la conquista de la salud es un tema político. Pues salud para todos es un proceso de liberación.

Este tema es de mucha importancia cuando se comprueban las precarias condiciones de salud del pueblo brasileño. Veamos algunos de los datos presentados en el Cuaderno del Centro de Estudios y Acción Social (Sao Salvador, Bahía), en su última edición de enero-febrero de 1981:

Existen en el país 500 mil casos activos de tuberculosis con 80 mil muertes por año, 8 millones de afectados por la esquistosomiasis, 10 millones de afectados por el mal de Chagas, 10 millones de enfermos mentales de los cuales 6 millones son niños.

Todas, enfermedades causadas por el hambre y por las precarias condiciones de vivienda. Mueren de desnutrición 500 mil niños al año; según Funabem existen 25 millones de menores carentes; más de 3 millones de personas viven en *favelas* (barrios precarios extremadamente miserables) sin las condiciones sanitarias básicas. En 1979 los accidentes de trabajo registrados en Brasil alcanzaron el número impresionante de 1'476,056, con 4,673 muertes, o sea 15 muertes diarias.

Ante este trágico panorama podemos comprobar la importancia de la bandera levantada el pasado día 5 de febrero por la CNBB (Conferencia Nacional de Obispos de Brasil): "Salud para todos". Este tema será discutido y trabajado en las bases populares, a través de las comunidades eclesiales de base y otros movimientos. La iniciativa popular es fundamental: es el propio pueblo el que debe conquistar la salud. El pueblo, discutiendo la salud, exigiendo a las autoridades, organizando pequeñas cooperativas, haciendo campañas populares de salud, reclamando agua, pidiendo desagües y mejores condiciones de higiene, está aumentando su nivel de concientización y, consecuentemente, descubriendo sus derechos. En tal perspectiva habrá una relación entre salud y política, y las prácticas sociales podrán sumarse a la práctica política, favoreciendo el proceso de liberación del pueblo.

Raul Cid Loureiro, en la edición del 30 de noviembre de 1980 del *Jornal do Brasil*, afirmaba: Es bueno que los tecnoburócratas, las autoridades, se vayan acostumbrando a tener a la iglesia en la mesa de las negociaciones, a oírla sin preconceptos, a valerse de su experiencia y de su mediación. Porque su participación volvióse irreversible en lo que se refiere a todo lo que libera a los hombres para su plena realización como hijos de Dios.

Es vano el propósito de valerse de ella como elemento "morigerador" de los movimientos sociales, pues la iglesia quiere, como dijo Juan Pablo II (Belo Horizonte, primero de julio de 1980), adoptar el lema del Papa Pío XII: "Construir la paz en la justicia". En verdad, sólo la práctica de la democracia será la hora y la oportunidad de los "sin voz".

Como consecuencia de lo dicho hasta ahora podría hacerse la siguiente pregunta: ¿qué representa este movimiento para el establecimiento de un verdadero proceso democrático en Brasil?

Considero que las comunidades eclesiales de base representan en este momento una forma de acción de la iglesia junto a las clases populares; y no se puede olvidar que la búsqueda de procedimientos democráticos parte constantemente de las propias bases en el proceso de asociarse en pequeños grupos solidarios para enfrentar las adversas condiciones de vida, abriendo un camino a la construcción de una nueva sociedad y de un nuevo poder. Los sectores eclesiásticos más comprometidos con los pobres encuentran en la experiencia de estas comunidades el compromiso que conduce al ejercicio y al aprendizaje de prácticas embrionarias de participación democrática. "Tales prácticas incluyen discusión en grupo, el adiestramiento en el uso de la palabra, el dominio de auditorios cada vez mayores, el ejercicio de la escritura, el manejo de mimeógrafos y de otros modestos vehículos de comunicación y la práctica reiterada del voto para toda y cada una de las decisiones que se adopten". Se ejercita, por lo tanto, la participación democrática en la vida del grupo.

"La democracia y la libertad nacen y renacen a cada instante, no siempre donde se prevé ni siempre como se desea".

Las lecciones populares son innumerables. Cuando 300 mil obreros de los municipios industrializados de la Gran Sao Paulo entran en huelga y realizan asambleas con más de 80 mil obreros en un estadio de futbol, sin utilizar para esa convocatoria casi ningún medio de comunicación de masa, algo nuevo está sucediendo en el proceso de comunicación. Cuando la convocatoria de un acto público en defensa de la amnistía amplia, general e irrestricta (en oposición al proyecto del gobierno), pone en la calle a 30 mil personas, bajo fuerte presión del aparato del Estado, y se

utilizan para tal movilización más de 500 mil volantes, un "nuevo" canal reencuentra su práctica.

La asamblea de los dominados recorre senderos insospechados. La movilización de todos los medios de comunicación de la clase dominante, con el apoyo irrestricto del Estado, pasa a ser inocua ante las determinaciones reales, económicas y políticas, que mueven al pueblo oprimido.

Según Horacio Martins, en su trabajo *A Dominacao Burguesa e o Control Político-Ideológico dos Meios de Comunicacão* (La dominación burguesa y el control político-ideológico de los medios de comunicación), editado en Río de Janeiro durante 1979, las alternativas para democratizar la comunicación en un orden económico capitalista están directamente relacionadas con las luchas populares por las libertades democráticas. La práctica social determina el movimiento de la comunicación. Y la práctica social, en una sociedad de clases, está determinada por la lucha entre las clases y por las formas económicas, políticas e ideológicas de que tales luchas se revisten.

Las formas de organización económica y política de las masas populares reflejan y son un reflejo de la dinámica de las contradicciones entre clases. Por lo tanto, las formas de organización y el discurso que procesan o irradian, así como los medios de comunicación que utilizan, son constantemente modificados, alterándose de modo diferente en los momentos de mayor o menor coerción económica, política e ideológica.

Para cerrar este trabajo me gustaría decir que por cierto fui injusto en relación con otros grupos u organizaciones, distribuidos en todo Brasil que promueven experiencias participativas, pero como dije al principio, era imposible cubrir toda la dimensión del tema que me fue propuesto. Pido disculpas a aquellos movimientos que desarrollan un trabajo serio en este sentido y no fueron mencionados en esta oportunidad.

IV. ALGUNOS PROBLEMAS TEORICOS

PUBLICIDAD, ECONOMIA Y DEMOCRATIZACION DE LAS COMUNICACIONES

Rafael Roncagliolo
Noreene Janus
Diego Portales

El tema de la democracia es de primerísima actualidad hoy en América Latina: trátese de los países del Cono Sur, en los que la conquista de la democracia se ha vuelto condición *sine qua non* de cualquier política nacional y popular, trátese de las gestas de Nicaragua y El Salvador, en las que el desafío de la construcción de la nueva democracia se afirma o se insinúa como problemática central de los respectivos procesos; o trátese de las situaciones "intermedias" (Venezuela, Colombia, Ecuador, Perú, etc.) en las que importa sobremanera preservar y ampliar los márgenes de las libertades políticas. La palabra democracia se ha situado en el corazón mismo del debate político, no ya para denigrar a las "democracias burguesas", sino, más bien, para revalorar, por parte del campo popular, lo que en esas democracias existe de utilidad técnica, de escenario estratégico y de valores y prácticas que sirven como orientaciones rescatables y válidas para la propia constitución de clases y pueblos como sujetos históricos eficaces.

Tras la ola de derrotas de la década pasada, nos hemos vuelto todos demócratas convictos. Lo que en el fondo ocurre es que los movimientos populares latinoamericanos andan en tren de reformular sus prácticas de construcción de la hegemonía, revisando, en este tren, algunos de sus más tradicionales ritos declarativos y prejuicios. Todas las posiciones frente a la Iglesia, frente a la nación como hecho y como sentimiento, y también frente a la democracia, están en revisión. Este esfuerzo político colectivo de re-pensar los presupuestos de los movimientos populares adquiere lógico correlato en la vida académica: son ya numerosas las reuniones de científicos sociales latinoamericanos consagradas a la democracia, la última de las cuales se efectuó hace menos de cuatro meses, en Lima, por iniciativa de DESCO (nos referimos al seminario "América Latina 80: Democracia y Movimiento Popular").

No es pues gratuito ni forzado que esta primera reunión del naciente grupo de comunicaciones de CLACSO sea convocada a considerar las comunicaciones en relación con la democracia. En la medida en que los objetos de la comunicación se convierten más y más en moneda corriente dentro de las comunidades académicas de los científicos sociales, su consideración se hace también crecientemente en términos de sus efectos y usos en relación a los intentos democratizadores. Este enfoque no se restringe a América Latina: la próxima Conferencia General de la Association Internationale d'Etudes et Recherches sur l'Information (AEIRI) a realizarse en París a mediados del próximo año, ha escogido como su tema el mismo de este Grupo de Trabajo: las comunicaciones y la democracia.

EL DIAGNOSTICO DEMOCRATICO DE LAS COMUNICACIONES

Colocados en este terreno, habría que insistir en que el concepto de democracia no puede reducirse a la tradicional definición política liberal que lo asocia sólo al sufragio. Los movimiento obreros, y populares en general, fueron históricamente grandes abanderados de las libertades políticas y del sufragio universal, pero vincularon siempre estas conquistas político-estatales con las medidas tendientes a la cristalización de formas democráticas en lo social y en lo económico. Su propósito fue siempre la conquista de una democracia, real y efectiva, trascendente a la retórica política y a las puras abstracciones legales.

En la segunda post-guerra, la emergencia de los países del Tercer Mundo llevó a una nueva ampliación del ideal democrático: empezó entonces a hablarse de una dimensión internacional de la democracia, correlativa a sus formas nacionales. La igualdad política entre los Estados fue una reivindicación pronto seguida por los propósitos de la emancipación económica, y, en la última década (a partir de la Conferencia Cumbre de los No Alineados en Argel, si es que hubiera que fijar un hito) por los temas de la independencia cultural e informativa. Estos tres momentos acumulativos en la evolución de las posiciones del Tercer Mundo expresan e ilustran esta ampliación de los propósitos de la democratización internacional, y se recogen —como estaciones no terminales del proceso de confrontación— en las fórmulas del Nuevo Orden Económico Internacional y el Nuevo Orden Internacional de la Información (o Nuevo Orden Internacional Socio-Cultural, si queremos ser más englobantes).

En este marco, es comprensible que la comunicación no mereciera hasta años muy recientes un análisis crítico de conjunto desde el punto de vista de su funcionamiento democrático. De hecho, durante muchísimo

tiempo las relaciones entre la comunicación y la democracia se redujeron al problema de la libertad de expresión y a la consiguiente recusación a las censuras provenientes de las dictaduras. Este es el primer elemento que hace a la relación, con todas las urgencias que él adquiere en los países sometidos al autoritarismo militar.

Una segunda especificación del problema proviene de los numerosos estudios dedicados a la estructura de propiedad de los medios masivos: de ellos se desprende con nitidez que tales medios son, por lo general, en América Latina, verdaderos monopolios sociales detentados por una clase exclusiva y minoritaria. Tal monopólio sirve, por lo demás, de vehículo eficiente a una penetración transnacional que opera no tanto a través de la injerencia en la propiedad de los medios, cuanto mediante el control de los recursos financieros y de los centros de producción de los mensajes a ser distribuidos por las empresas comunicativas: es decir que opera principalmente a partir de las agencias transnacionales de noticias, de publicidad, de discos, de cine, de producción de programas de TV, editoriales, etc.

A partir de esas críticas se destacó la necesidad de impedir que los regímenes políticos utilizaran la represión contra los medios masivos y se formuló el principio de poner límites al control monopólico de los propietarios de medios sobre el sistema de comunicación masivo.

Sin embargo, el carácter fragmentario y estrictamente defensivo de las propuestas les quitó potencialidad política y dejó el espacio para que los sustentadores del modelo transnacional contra-atacaran, argumentando que los críticos deseaban reemplazar su control (que ellos llaman el sistema de "la libertad de prensa") por el control unilateral del Estado sobre los medios.

El cuestionamiento de la propiedad y control monopólico está referido sólo al resultado del funcionamiento "natural" de una forma particular de organización del sistema de comunicaciones. De manera que atacar el control de los monopolios sin reestructurar las formas de regulación del sistema tiende a reproducir esquemas no participativos de comunicación y a permitir que los cambios en la situación de poder de la sociedad global hagan retrotraer las cosas a su estado primitivo (como ocurrió en la experiencia peruana).

Esta búsqueda de nuevas formas de regulación del sistema exige revisar cuáles son los factores económicos principales que inciden en su funcionamiento y qué medidas pudieran alterar sustancialmente las cosas. Esta ponencia constituye una exploración preliminar sobre el tema, con particu-

lar referencia a la cuestión del financiamiento de los medios y al uso cultural y político de la publicidad.

LOS OBSTACULOS ECONOMICOS A LA DEMOCRATIZACION

La crítica al control monopólico de los sistemas de comunicaciones comprende dos niveles: el primero es la presencia de grupos económicos monopólicos que operan en forma conglomerada y que tienden a controlar las principales empresas de la comunicación; el segundo se refiere a la propia estructura industrial de la comunicación masiva, o sea al grado de concentración existente en la prensa, la radio, la televisión y demás empresas productoras distribuidoras de mensajes.

Nos interesa detenernos en este segundo nivel. El proceso de industrialización de las comunicaciones, que incluye la incorporación de las sucesivas innovaciones tecnológicas, ha permitido pasar de las formas artesanales de producción y transmisión de mensajes a las formas propias de la gran industria. El desarrollo de las economías de escala en la producción y las exigencias de velocidad en el proceso productivo, sobre todo dado el carácter "perecedero" de algunos de sus productos (en especial las noticias), fue generando tendencias a la concentración del capital y al consecuente incremento de las exigencias de inversión inicial para instalar y operar un medio de comunicación.

Esta verdadera barrera a la entrada a la industria se ve profundizada con las exigencias de un mercado de consumidores que se enfrenta a productos altamente diferenciados; esto implica que todo nuevo medio debe hacer un costoso esfuerzo por ganar un espacio significativo en el mercado; la campaña publicitaria que respalde su introducción y/o el tiempo que demore en conquistar su público exigen recursos adicionales de gran cuantía.

A lo anterior se suma el sistema de financiamiento de la operación de los medios. En el modelo comercial de comunicaciones, éste corresponde principalmente a la publicidad. Existen dos formas de obtener publicidad; la forma "normal" se da cuando las empresas y las agencias de publicidad siguen los criterios de consumo del medio (ventas, audiencia, espectadores); pero en una estructura de comunicaciones ya dominada por determinados medios, son ellos los que acaparan porcentajes enormes del total de publicidad, por lo que un medio nuevo se enfrenta a trabas importantes que salvar.

La otra forma de obtener publicidad (o subvención, a secas) es el respaldo económico por razones extraeconómicas. Esto se da cuando las

grandes empresas y grupos económicos monopólicos tienen intereses permanentes que defender y entran a invertir directa o indirectamente en el sector. En ocasiones esto puede materializarse como el respaldo a un medio en el lapso que logre alcanzar una fracción significativa del mercado; en otras, el grupo económico estará dispuesto a cargar a pérdida por un largo tiempo su incursión en el campo de la comunicación de masa, dado el poder o valor de uso político que le reporta su presencia allí. Incluso son numerosas las empresas de comunicación latinoamericanas que funcionan a pérdida en razón de la utilidad política e influencia que conceden a sus propietarios.

Todas estas formas de incorporación a la industria de la comunicación están vedadas para amplios sectores políticos, económicos y sociales, de manera que si éstos quieren disponer de medios propios tendrán que resignarse a una posición marginal en el sistema.

En suma, el funcionamiento "natural" del sistema de comunicaciones conduce a la concentración de la industria en una estructura oligopólica donde una pequeña cantidad de grandes medios posee todas las ventajas económicas, tecnológicas y de mercado, y a la marginalización de un conjunto de medios que sólo aspiran a la subsistencia en precarias condiciones. Esto incluso en los casos en que el poder del Estado no reprime las manifestaciones de los sectores populares ubicados en posición más o menos marginal.

Las barreras económicas son variadas y se tra[illegible]an en escalones cada vez más difíciles de transitar: inversiones in[illegible], tiempos de maduración de los proyectos y acceso a las fuentes de financiamiento, constituyen las partes de este proceso. En este contexto, el uso de la publicidad como herramienta de presión política se realiza, también, por dos vías: una, es la simple marginación de aquellos medios contestatarios al sistema, muchas veces bajo el simple pretexto que el nuevo medio no aporta nada a las campañas publicitarias, sea porque llega a poco público, sea porque éste tiene escaso poder adquisitivo o por cualquier otra razón. La otra presión se materializa cuando un medio inserto en el sistema entra en contradicción con el consenso de la gran empresa y sus representantes políticos; en estos casos, más bien excepcionales, se produce la presión directa expresada en el retiro masivo de la publicidad del medio o en la simple amenaza de hacerlo.

Es el conjunto de esta estructura comunicacional y de sus mecanismos de regulación el que determina el surgimiento de un sistema no democrático ni participativo de comunicaciones.

Es este sistema el que no permite a las fuerzas sociales mayoritarias disponer de medios propios o tener acceso a los medios del Estado. Es el mismo sistema que combate los proyectos de cambio social progresivo y, obviamente, los intentos de su propia transformación. Es él quien, enfrentando a ciertas coyunturas críticas, está dispuesto a abandonar sus declaraciones de principio en aras de la estabilidad del sistema global y del predominio irrestricto de la modalidad comercial de la comunicación masiva, como ha ocurrido en varias experiencias dictatoriales.

A su vez, el contenido de los mensajes que transmiten los medios insertos en la parte dominante del sistema es contrario a los procesos de democratización política, económica y social. Esto se refleja en los mensajes informativos, en la ideología subyacente a la mayoría de los contenidos de entretenimiento, y en los contenidos y funciones sociales del propio mensaje publicitario.

La suma de una estructura comunicacional antidemocrática y de sus mensajes contrarios a los procesos de democratización determina una relación negativa entre comunicación y democracia, aún en los casos donde rigen en forma completa los principios liberales de organización de los sistemas de comunicación. En lo que sigue profundizaremos este análisis para el caso particular de la relación entre publicidad y democracia.

PUBLICIDAD Y DEMOCRACIA

Para 1980, se calcula que los gastos de publicidad a nivel mundial superarán los 70 mil millones de dólares, y si bien la mayor parte de este monto se usa al interior de los países industrializados, es no menos cierto que el modelo de promoción y motivación de consenso, así como la aceleración de la circulación del capital que la publicidad provoca, traspasa las fronteras, impulsando situaciones análogas en los países periféricos.

Más importante aún es el hecho de que la publicidad en una de las ramas de la actividad económica con un crecimiento más alto en todas las regiones del mundo. La Tabla 1 muestra la expansión que ha tenido la publicidad en América Latina, entre 1968 y 1974. Subyace a estos datos la creciente omnipresencia de la publicidad en la geografía social: no sólo los medios de comunicación sino que también los letreros publicitarios, las paredes, las cajas de fósforos, etc., se han convertido en vehículos de la publicidad. De esta manera, la publicidad se ha transformado en la sociedad capitalista contemporánea en la *Parole culturelle dominante* (Cathelat, 1976: 246).

Es claro que la publicidad contemporánea ha dejado de ser "el anuncio conciso, simple y franco", "que nunca enmascara nada, y que va directo a su objetivo" que pregonaba Emile de Girardin en el siglo pasado como norma de conducta de los anuncios. Adicionalmente, la publicidad se ha transformado en un instrumento fundamental en la realización y acumulación del capital, en la apertura de nuevos mercados y en la mantención de los antiguos, así como en la utilización de la estrategia de producción que incluye la llamada "obsolescencia planificada". El lugar ideológico y económico alcanzado por esta actividad tiene un conjunto de características que la hacen francamente autoritaria y anti-democrática. Ellas son, por lo menos:

En primer lugar, la publicidad sólo puede entenderse, desde su gestación inicial en los Estados Unidos, como una herramienta de perpetración de un tipo específico de sociedad y como parte del manejo industrial capitalista en su conjunto. En los Estados Unidos, durante los conflictos laborales de las primeras décadas del siglo XX, la idea del consumo y la ideología consumista fueron utilizadas, junto con otras formas de control, para contener la protesta social. La función de la publicidad, así como de los programas de asistencia social, forma parte de un giro mayor en la política del *establishment* destinado específicamente a combatir "la así llamada idea democrática", como Ewen lo ha demostrado ampliamente (1976).

Durante la segunda post-guerra, la finalidad y el contenido político del consumismo y la publicidad se volvieron absolutamente explícitos: consumir significaba ser patriota. Los medios de comunicación proclamaban la identidad entre el patriotismo y la idea de "comprar, no importa qué, pero comprar". En este contexto, la publicidad se convierte en uno de los mecanismos por los cuales se intenta superar los problemas sociales por la vía de una ideología que pone el acento en el egoísmo, el consumo y el individualismo. La "democracia del consumo" emerge como sucedáneo de todas las formas de lealtad política y de participación social. Es ésta la representación que va a exportarse de los Estados Unidos a la mayor parte de los países del Tercer Mundo, aún cuando en éstos la "democracia del consumo" se reduzca a la esperanza inalcanzable de llegar a consumir.

La publicidad cumple así un rol fundamental en la expansión de las corporaciones transnacionales. No sólo a nivel económico sino también ideológico. Barnett Muller (1974: 89-91), informa que el Consejo de las Américas había sugerido a sus miembros el *slogan* "la Democracia del Consumo es más importante que la Democracia Política". En este sentido la estrategia consiste en avanzar hacia la constitución de la *Global Village*, o más bien del *Global Supermarket*, intentándose crear identificaciones

primarias con los productos y estilos de vida promovidos, antes que con las comunidades políticas y las organizaciones sociales capaces de articular las protestas públicas.

En segundo lugar, el precio de los bienes que se ofrecen al consumidor deben incluir los costos de publicidad de modo que perjudica a la propia promesa de la "democracia del consumo". Diversas investigaciones han demostrado que las industrias con un alto nivel de publicidad obtienen ganancias muy por arriba del promedio (Comanor y Wilson, 1974). Bernal (1974) informa que en distintas industrias mexicanas, los costos por publicidad y promoción llegan a exceder a los costos directos de producción. Esto es particularmente notable en la industria del tabaco, que es, al mismo tiempo, una de las de mayor tasa de penetración relativa de capital extranjero.

En tercer lugar, la propia producción de bienes en este modelo de desarrollo, es antidemocrática. Las decisiones acerca de tipos y volúmenes de producción, son tomadas por las corporaciones, de acuerdo a su potencial de ventas dentro de los limitados sectores con poder adquisitivo. Es decir que la producción no se determina de acuerdo a las necesidades de la mayoría de la población, sino de acuerdo a la regla básica del desarrollo capitalista: la maximización de utilidades.

Y los productos que reditúan los más bajos beneficios, son, a menudo, bienes de consumo de utilidad marginal, que requieren de un alto presupuesto para publicidad. Los productos más publicitados tienden a ser los detergentes, el tabaco, los fármacos, los alimentos preparados, la cerveza y los refrescos.

En cuarto lugar, la publicidad moderna utiliza todos los avances científicos en el terreno de la psicología, de la psicobiología y de las ciencias sociales, con el fin de manipular a los potenciales consumidores. Mientras que el ideal democrático se basa en la libertad de pensamiento, en la libertad que cada uno tiene de tomar sus propias decisiones y en el derecho a decidir autónomamente sobre sus propias acciones, la publicidad utiliza todas las técnicas disponibles para restringir esta libertad, reorientándola hacia un consumismo creciente. El asalto más evidente a esta libertad de elección se da en el caso de los niños, cuyo libre desarrollo es distorsionado y constreñido de acuerdo a la lógica del mercado, a menudo contraviniendo eficazmente las políticas nacionales de educación.

De esta manera, el control que ejerce la publicidad en el contexto de la producción y el consumo, es enteramente análogo a la coerción y a la represión (censura) que practican los regímenes dictatoriales: aunque operen de diferentes maneras y con diferentes propósitos, ambos resultan profundamente antidemocráticos.

De todo lo cual se sigue que para pensar la democratización de las comunicaciones, resulta indispensable asumir desde el inicio la significación concreta de la inserción económica de los medios, y dentro de ella, el papel específico de la publicidad.

Lo anterior se revela tanto más crucial cuando se considera la creciente subordinación de los medios masivos a la publicidad. Se trata de un proceso que se remonta hasta mediados del siglo pasado, época en la que el periódico se transforma en un vehículo efectivo de publicidad (Cathelat, 1976: 33-37). Desde entonces, los medios se han industrializado en un alto grado, y las partes no-comerciales de la comunicación, incluyendo las noticias y las informaciones culturales, se han transformado en mercancías, sujetas a las leyes de la oferta y la demanda, y a la maximización de las ganancias. Más grave aún, los medios se han transformado en *productores de mercados potenciales* (los públicos) que luego son vendidos como mercancías a los anunciadores.

Los análisis empíricos muestran hasta qué punto los medios dependen de la publicidad. En América Latina, más de la mitad del espacio de los periódicos más importantes lo ocupa la publicidad. Si se toma en cuenta la totalidad del espacio comercial (incluidos los anuncios clasificados), la parte que se vende del diario puede alcanzar cifras del orden del 70%, dejando apenas un 30% para la función propiamente periodística: noticias, entretenimientos, etc. (1).

El caso de la radio y la televisión en América Latina es incluso más grave, puesto que dependen casi enteramente de la publicidad (según el modelo norteamericano que sólo existe en 31 países del mundo, ¡16 de ellos latinoamericanos!).

Sin embargo, la abultada presencia de la publicidad dentro de los medios no se reduce a un problema del uso del espacio y el tiempo. Más

(1) Hay una variación considerable en las mediciones del espacio dedicado a la publicidad en los periódicos latinoamericanos.
En Costa Rica, cuatro periódicos analizados promediaron aproximadamente 42% de publicidad, siendo el porcentaje más alto de 6 6% (José M. Fonseca, *Las políticas de comunicación en Costa Rica*, París, UNESCO, 1976, p. 47). En el Perú, durante 1968, los siete periódicos de mayor circulación incluían una cantidad no menor del 35% de publicidad, llegando, en uno de los casos, a un 58.4% (*Investigación de los medios de comunicación colectiva*, Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, 1969). Se pueden encontrar porcentajes más altos en Schmid, 1977.

significativo aún que las cifras anteriores es el poder que sobre ellas se sustenta. Schmid (1977) señala que aproximadamente el 80o/o de los ingresos de los diarios proviene de la publicidad. Hay situaciones límites en las que este poder ha llevado al boicot publicitario, cuando un diario se apartaba de la pauta común asumiendo posiciones favorables a las nacionalizaciones o las reformas: son conocidos los casos de *El Nacional* de Caracas, durante la conducción de Miguel Otero Silva, y de *El Comercio* de Lima cuando este órgano de prensa apoyaba la nacionalización del petróleo. Si bien estos casos extremos no abundan, la consideración acerca de qué pensarán los anunciantes está siempre presente en la dinámica cotidiana de las redacciones. En este sentido, el corte de publicidad es más bien una amenaza última, una "espada de Damocles" a ser utilizada sólo cuando los mecanismos de control regular por parte del monopolio, señalados en la sección II de este trabajo, no resultan suficientes.

HACIA UNA COMUNICACION DEMOCRATICA

La importancia de los problemas aquí planteados se define en relación a la viabilidad histórica de proyectos de comunicación alternativa de naturaleza democrática.

Sin duda, el funcionamiento del modelo comercial de comunicaciones, de origen norteamericano y expandido posteriormente a la manera transnacional, conduce a la concentración de la emisión de mensajes en muy pocas voces. Ya se ha mencionado la traba que implica el alto volumen de inversión inicial para poner en marcha medios de comunicación tecnológicamente avanzados; también se habló del tiempo de maduración de los proyectos en su objetivo de conquistar mercados; por último, se analizó con mayor profundidad las consecuencias antidemocráticas que el financiamiento publicitario acarrea sobre las posibilidades de acceso a la emisión y sobre el contenido de los mensajes.

Pero de las constataciones anteriores no surgen respuestas fáciles e inmediatas acerca de cómo financiar la comunicación alternativa. La tendencia natural —tanto de críticos, como de defensores del modelo comercial— ha sido pensar en el rol protagónico del Estado —para los críticos, un "Estado democrático"— en la propiedad y/o financiamiento de los medios, lo que plantea una serie de interrogantes y problemas que nos interesa esbozar a modo de eslabón.

En primer lugar está el problema de la naturaleza democrática del Estado; el grado con que éste permite el acceso de los diferentes sectores

sociales a la emisión de mensajes, la forma más o menos participativa en que funciona el sistema de comunicaciones, las posibilidades del público organizado para opinar y orientar al sistema, etc.

En segundo lugar está el problema de la asignación de los recursos públicos a la función de comunicar. Cualquier Estado dispone de una cantidad limitada de recursos que debe asignar según las prioridades del desarrollo nacional; muchas veces la comunicación aparece minusvalorada en relación a otras actividades consideradas más esenciales.

Si un Estado democrático debe garantizar el acceso a los medios, por lo menos a los sectores organizados más significativos de una sociedad, y debe desarrollar la "capacidad nacional de comunicar", entonces debiera otorgarse una mayor prioridad a ello. Pero, ¿cómo se financia ese mayor gasto público?

En tercer lugar, consideramos relevante analizar las situaciones complejas (que es donde seguramente nos tocará movernos en América Latina). Esto es, situaciones en las cuales los procesos de democratización —globales y de la comunicación— son parciales y desiguales; las posibilidades aquí son infinitas, pero cabe considerar algunas: ¿Es posible sustraer enteramente a la comunicación del dominio del mercado en sociedades predominantemente capitalistas? ¿Funcionará eficazmente un control democrático de las comunicaciones articulado con algún tipo de financiamiento publicitario? ¿Será posible estructurar un sistema planificado y regulado legalmente de asignación de recursos fiscales a los distintos sectores nacionales, sin que el control del público (expresado a través del mercado) impida el derroche de recursos? Y en condiciones más desventajosas para una comunicación democrática: ¿Interesa hoy a los sectores populares reivindicar la democratización de las comunicaciones? ¿Será posible que las iniciativas más o menos marginales de comunicación alternativa reivindiquen la regulación estatal del mercado de la comunicación de manera de que se asegure un mayor pluralismo? ¿Se considera viable que en sociedades periféricas, como las latinoamericanas, se establezcan las modalidades de uso de los medios y de subsidios estatales similares a algunas experiencias europeas actuales?

Nuestra conclusión señala que existen contradicciones insalvables entre el modelo comercial y la publicidad, por un lado, y el funcionamiento democrático del sistema de comunicaciones, por el otro; pero falta un mayor esfuerzo de investigaciones sobre cómo se operacionaliza la marginalización económica de las comunicaciones y acerca de los problemas

que supone levantar un sistema alternativo. Nuestra intención, en este trabajo, es abrir nuevos temas y enfoques que aporten efectivamente a la perspectiva de la democratización de las comunicaciones; las preguntas enunciadas –y otras más– nos introducirán en la problemática concreta de cada proyecto específico, aunque eso será tarea de un próximo futuro.

TABLA 1
CRECIMIENTO DE GASTOS PUBLICITARIOS, EN AMERICA LATINA ENTRE 1968 - 1974

	1968	1974	68-74 %
Argentina	247.4	285.0	15.2
Bolivia	7.6	3.6	– 52.6
Brasil	233.7	941.9	303.0
Chile	33.7	31.2	– 7.4
Colombia	66.0	81.7	23.8
Costa Rica	1.1	12.8	1063.6
Ecuador	11.0	23.4	112.7
El Salvador	2.1	2.9	38.1
Guatemala	3.2	7.2	125.0
Honduras	1.6	2.4	50.0
México	319.7	353.4	10.5
Nicaragua	1.2	3.4	183.3
Panamá	.9	8.9	888.9
Perú	33.6	59.5	77.1
Puerto Rico	50.0	72.3	44.6
Uruguay	5.6	10.2	82.1
Venezuela	48.2	124.3	157.9
Total	1066.6	2024.1	89.8

Fuente: Starch, INRA, Hooper and International Advertising Association, *World Advertising Expenditures* (anual).

Notas: Todos los datos corresponden a millones de dólares.
Los datos han sido deflacionados en relación al índice de precios en la industria publicitaria.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

BARNETT, Richard and MULLER, Ronald E. (1974), *Global Reach*, New York, Simon and Schuster.

BERNAL SAHAGUN, Víctor M. (1974), *Anatomía de la publicidad en México*, Ed. Nuestro Tiempo.

CATHELAT, Bernard. (1976) *Publicité et Societé*, Paris, Petite Bibliotheque Payot.

COMANOR, William S., and WILSON, Thomas, A. (1974), *Advertising and Market Power*, Cambridge, Mass., Harvard University Press.

EWEN, Stuart. (1976), *Captains of Consciousness*, New York, McGraw-Hill.

SCHMID, Alex. (1978), "The North American Penetration of the Latin American Knowledge Sector –Some Aspects of Communication and Información Dependence", trabajo preparado para la 7º Reunión Internacional de la Asociación de Investigadores para la Paz, Oaxtepec, México.

SANTA CRUZ, Adriana y ERAZO, Viviana. (1979), *"Compropolitan": El orden transnacional y su modelo femenino*, México, ILET-Ed. Nueva Imagen.

SOMAVIA, Juan. (1979), "Democratización de las Comunicaciones: una perspectiva latinoamericana", trabajo presentado a la Comisión para Estudios de los Problemas de la Comunicación de la UNESCO.

REFLEXIONES ACERCA DE LA TEORIA Y ACCION COMUNICATIVAS DENTRO DE LOS PROCESOS DE TRANSICION A LAS DEMOCRACIAS

Ana María Nethol

Sería tal vez más sencillo obviar la palabra democracia y desarrollar un tema entendiendo que lo que se propone en esta exposición estaría directamente vinculado con lo que entendemos por democracia en el marco de los procesos comunicativo-educativos. Sin embargo, me resulta ineludible, aunque sea en forma muy concisa, hacer una alusión o tratar de situar algunos rasgos de lo que ubicaría la dimensión de este término: democracia. Bien sabemos los trajines históricos a que el vocablo ha estado sometido, utilizado para detractarlo o para subsumirlo en amplias generalizaciones políticas donde su caracterización quedaba poco definida: desde "el disfraz burgués superado por el socialismo" hasta "el socialismo como plena realización de la democracia". De todos modos, en el campo comunista, la posibilidad de vincular dialécticamente ambos términos, democracia y socialismo, fue rota entre otras razones porque:

1. El modelo comunista fue y es autoritario en su teoría y en su práctica política; y

2. La decisiva presencia del Estado para gobernar dentro de un proyecto económico no capitalista provocó un empobrecimiento cada vez mayor de los espacios democráticos.

En los modelos liberales adoptados por muchos países de América Latina, democracia fue el nombre que funcionó como caballito de batalla de las alianzas dominantes entre grupos oligárquicos y de poder que, a partir de los modelos triunfantes en otros países del mundo, determinan una visión política del concepto que opone, desde las formas ideológicas dominantes, el mundo de la civilización al de la barbarie, el de los intereses económicos de las mayorías al de las minorías triunfantes. Esto acarrea, por supuesto, la valoración de formas políticas y culturales provenientes de países centrales con el consecuente intento de destrucción de las formas de oposición, especialmente de aquellas que provienen de las necesi-

dades de los sectores populares. Esto, obviamente, con momentos de flujo y reflujo.

Si sentamos aquí algunos puntos generales que atañen a la concepción de democracia que sustentamos, nos iremos acercando a los planteamientos más específicos de este trabajo. En primer lugar y dada la realidad socio-política de la mayoría de los países de nuestro continente, podemos concebirla como un grado variable de expansión del poder de decisión autónoma de los diferentes sectores que conforman la sociedad. Sin embargo, esa misma definición nos sitúa ante el problema de interrogarnos hacia qué tendemos cuando situamos los diversos niveles de decisión en el terreno de la pugna ideológica y política. En última instancia y siendo muy cautelosos en lo que concierne al límite entre realidad y utopía, una preocupación importante sería la de la articulación entre el problema de la democracia y el socialismo, considerando a la primera como un movimiento que anticipe el socialismo en el interior mismo del capitalismo. En este sentido la democracia se sitúa como creación y lucha, y no como cierre de la relación entre sociedad y Estado. Se sitúa además como consecución de un espacio que abra el juego, no a la coexistencia pacífica entre sectores sino como camino hacia modelos societarios diferenciados de otros: un camino que implica nuevas formas de vida política, desarrollo de procesos culturales que nacen de las necesidades populares y una forma de existencia moral en las relaciones colectivas e intersubjetivas. Digamos entonces que, para los sectores populares, la lucha dentro de la democracia no constituiría un aspecto puramente anecdótico sino un modo de *conocimiento* y constitución de las potencialidades políticas para el desarrollo de su papel histórico. Más aun, una vanguardia que habla por los sujetos históricos se convierte nuevamente en un elemento autoritario cuya palabra intenta cohesionar lo diverso, cuando es en la realización de lo diverso donde puede situarse una verdadera democracia.

La lucha democrática supone entonces una necesidad estratégica para las mayorías, tanto para desarrollar una dinámica de creación permanente de la sociedad, como para proyectar los conflictos en el momento de socialización del poder con una práctica que puede llevar realmente el nombre de socialismo: una práctica que los hombres han desarrollado en el conocimiento de sus propias relaciones éticas e históricas y en la que han recuperado el sentido y las verdaderas necesidades de la existencia.

En ese proceso de conocimiento que tiende a posibilitar tanto el papel histórico de los sujetos como la reflexión sobre las necesidades de la existencia, el papel de la comunicación y de la palabra adquiere un estatuto privilegiado en la medida en que las actividades comunicativas se encuentran interconectadas a todo lo largo de la experiencia humana. Estatuto

privilegiado adquiere también la meditación, reflexión y perspectiva de acción de nuestro papel como agentes incorporados a este problema. Agentes que, en ese movimiento diverso, táctico y estratégico, y dentro de los límites de posibilidad de lo real tanto como de las prioridades sociales y políticas, sólo cumplirán un papel histórico eficaz en la medida que tiendan a la construcción de una contrahegemonía en el terreno de los intercambios simbólicos.

Más allá de las diversas estrategias que las fuerzas dominantes adoptan para la mantención y reproducción de las ideologías del poder, existen mecanismos que las identifican: estas estrategias se basan primordialmente en la utilización de medios técnicos que extroyectan elementos masificadores político-culturales cuya formas responden a sectores orgánicos que ejercitan fuerzas que, en la mayoría de los casos, se oponen a las perspectivas de constitución de formas democráticas de existencia en el sentido en que lo postulábamos más arriba. Hablar de estrategias de comunicación del poder nos llevaría un tiempo que aquí no tenemos. Baste por el momento decir que:

1. Esas estrategias no son unívocas; adoptan matices que se sitúan prioritariamente tanto en las mismas pugnas que diferencian a los sectores como en la forma de ubicación y modo de localización del receptor.

2. Que tienen, sí, una dimensión de identidad dada por sus mecanismos comunicativos: las formas verticales que adoptan los medios construyen un sistema de propagación ideológico de anti-dialogicidad y verticalidad, de uso de una palabra fetichizada por el desarrollo de los medios técnicos y por la distancia que pone entre sujetos.

Estos mecanismos, en especial, constituyen una dinámica aparentemente irreversible que corresponde homólogamente a las formas de estructuración de la sociedad en estructuras capitalistas y dependientes. Sentemos desde ya una hipótesis que concierne a la palabra, a la producción de discursos y a la actividad comunicativa: en tanto los esquemas de producción discursiva y los intercambios de símbolos mantengan el estatuto vigente en lo específico comunicativo, estaremos reproduciendo modalidades antidemocráticas.

De allí resulta clara la preocupación en lo que atañe a modalidades diferenciadas en la producción de discursos como perspectiva que se inserta en la totalidad de lo social.

UNA PREGUNTA PRELIMINAR

Esta preocupación puede resumirse en una pregunta: ¿Cuáles son las formas más adecuadas para elaborar líneas de investigación y acción en el ámbito de la comunicación social en vistas a un proceso que tienda a concebir ese desarrollo humano y conocimiento de las relaciones éticas e históricas?

En primer lugar, parece surgir la necesidad de situar las producciones teóricas que han tenido lugar en América Latina como parte de un proceso impugnatorio y de denuncia de los productos masivos. Estas producciones se han centrado primordialmente en el conocimiento de las estructuras de poder de los medios y en el análisis de la dimensión ideológica que subyace a los diferentes tipos de manifestaciones.

Sea por la relevancia social adquirida a los medios masivos en su papel generador de consenso, sea por la fuerza de la herencia funcionalista que postulaba una ciencia basada en el estudio de esas manifestaciones, lo cierto es que los discursos producidos como alternativa crítica se volcaron en un metalenguaje impugnatorio de las formas y productos masivos que sólo en casos excepcionales se tradujo en propuestas alternativas para la puesta en práctica de hechos de comunicación diferenciados de aquellos que se cuestionaban. Estos esfuerzos críticos, considerándose en muchos casos como reflexiones inmanentemente alternativas, no siempre se abocaron a incidir con propuestas de acción en el terreno medular de los fenómenos estudiados.

No es mi propósito detenerme en el análisis de la vasta producción elaborada durante los últimos años en nuestras regiones. Intento más bien considerar el tipo de formas y perspectivas, que partiendo de un conjunto de instrumentos puedan incidir en prácticas consideradas como acciones transformadoras. Respecto a las producciones impugnatorias a que hacemos referencia, su relevancia no la ponemos en cuestión: no cabe duda que están inmersas en la pugna ideológica por cuanto implican un denodado esfuerzo crítico situado en la necesidad de revertir y transformar las pautas vigentes. De todos modos, la diferencia entre esas producciones y la preocupación que aquí intentamos esbozar reside en que nuestro punto de vista tiene lugar a partir de la dimensión que involucra como totalidad la teoría y la acción. ¿Comenzaremos desde esta perspectiva a dar un principio de respuesta a la pregunta inicial? Si consideramos que es necesario elaborar acciones que se diferencien en sus mecanismos de las pautas comunicativas y tecnológicas que sustentan las formas culturales masificadoras de nuestras sociedades, es necesario que intentemos desarrollar instrumentos teóricos y prácticos de reversión conjuntamente con la reflexión de nuestra

inmersión como sujetos en procesos de comunicación considerados como procesos de conocimiento.

DE LO ALTERNATIVO COMO FENOMENO SOCIAL Y COMUNICATIVO

Si más arriba postulábamos un concepto de democracia que implicaba la necesidad de concebir nuevas formas de vida política, de desarrollo de procesos culturales que nacen de las necesidades y realidades de los sectores mayoritarios y de una forma de existencia moral en las relaciones colectivas e intersubjetivas, estábamos implícitamente planteando la materialización de fenómenos disímiles a aquellos que tienden a aculturar, masificar y subordinar, en una palabra, a restringir el derecho expresivo y el desarrollo de una conciencia crítica y productiva.

Esa "otredad", esa discrepancia, nos lleva a internarnos en el concepto de lo alternativo haciendo algunas salvedades que nos conciernen. Es evidente que la existencia de formas alternativas como contrarrespuesta a las presiones sociales y culturales dominantes existe mucho antes de que las hayamos ubicado como necesidad de nuestro quehacer y compromiso profesional. El hecho de que actualmente hayamos situado el problema responde a un aspecto de la crisis profesional y académica que lleva a esfuerzos incrementados de actividad política dentro de las ciencias sociales, con el objeto de desarrollar nuevos paradigmas que permitan una asociación más íntima del quehacer comunicativo con las cuestiones societarias urgentes.

A propósito de esta cuestión, es ilustrativa la preocupación que plantea Faro en relación a la situación de los estudios comunicacionales en Brasil:

"En los estudios sobre comunicación hechos en Brasil todo se da como si la producción cultural de nuestra Sociedad estuviera exclusivamente en las manos de grupos urbanos e intelectualizados vinculados al circuito universitario de elaboración, divulgación y debate. Pero el problema no está ahí. Las transformaciones ocurridas en Brasil en los últimos años pusieron en movimiento fuerzas sociales. Sofocaron segmentos expresivos anteriormente vinculados a la estructura del Brasil agrario. Regiones enteras del país, bajo el impacto de un desarrollo económico que les es ajeno, recibieron de otras apenas el subproducto de su proceso cultural. Pues bien, ¿cómo ese Brasil reacciona en el plano de su proceso de comunicación?" (1).

(1) "Una cultura de resistencia", en *Comunicacao e sociedade*. Edit. Metodista, 1980, No. 4.

A título inicial, entendemos por formas alternativas aquellas "otras" que no se encuentran inmersas en el circuito de los poderes dominantes y que implican, explícita o implícitamente, la subversión del orden comunicativo establecido en las relaciones piramidales a que tienden los intercambios simbólicos de la masmediatización. Tal vez sea necesario, para abundar en estos conceptos, precisar esta especie de definición delimitando qué entendemos como morfología de estas formas y bajo qué condiciones la situamos como verdadera comunicación, no en el sentido de pureza sino de intercambio racional.

1. Entendemos que el concepto de alternativa corresponde a un modelo ético político donde los actores sociales se implican horizontalmente en sus participaciones en los intercambios de signos.

2. Las formas concretas y estrategias que se instrumentan están situadas en el terreno de la lucha ideológica. Lucha que puede adquirir diferentes matices y realizaciones, micro y macro, desde la organicidad programática que puede promover un Estado hasta la experiencia que tiene lugar en una comunidad o sector autoconvocado de la sociedad pero que, en última instancia, confluyen a la materialización de una contra-hegemonía.

3. La identidad política de las formas alternativas está situada en la necesidad de oposición de un estilo de existencia basado en estrategias de participación a otro estilo constituido por la agresividad cultural y en los mecanismos imperativos dominantes. Opone también las necesidades y convocaciones surgidas de los sectores oprimidos a la cultura masificadora transnacional de penetración y alta tecnificación.

4. Por último, la consideración de una práctica alternativa no puede estar desligada de la preocupación por un nuevo orden informativo, de la instrumentación de políticas nacionales y regionales, y de una visión política que oriente el trabajo hacia líneas de investigación-acción.

UNA DOBLE RUPTURA

Si realizamos un proceso de autorreflexión considerándonos como sujetos inmersos en el quehacer político-social, preocupados especialmente en este caso por la dimensión comunicativa y su papel en la constitución de un proceso de democratización, la consideración de los hechos alternativos en el terreno del intercambio de significaciones nos obliga a la generación de nuevas ópticas que implican una doble ruptura:

1. Ruptura con la compartimentación científica y la reducción de objetos que, en el campo de los estudios sobre comunicación, se ha centrado

primordialmente en los análisis y perspectivas de producción de las llamadas formas de comunicación masiva.

2. Ruptura con las formas verticalistas y aculturantes que, a diversos niveles, inciden en los procesos sociales y en las pautas cognocitivas e ideológicas de los sujetos. Esta ruptura, que entraña también el cuestionamiento de muchas nomenclaturas y conceptos, se vincula con la posibilidad de promover la existencia de micro-sistemas que intenten contrarrestar el poder macrocefálico de los mecanismos de comunicación imperante.

En relación con la primera ruptura, es decir, la que concierne a las compartimentaciones estancas desarrolladas por las ideologías científicas, tenemos que los desarrollos en investigación comunicativa se han centrado en el estudio de las estructuras que atañen a las formas de información masiva. Sin descartar ni desestimar la perspectiva de continuidad de estos estudios, reclamamos la necesidad de seguir formulando propuestas y de desarrollar el instrumental teórico y técnico que rompa con ese tipo de centralización en el trabajo sobre una sola dimensión de objetos. Esto lo plantearíamos fundamentalmente en dos sentidos:

1. En el desplazamiento y apertura de mirada hacia intercambios colectivos cuyas manifestaciones tienen lugar en el ámbito de los núcleos subalternos de la sociedad.

2. En la incorporación de formas de acción cuya identidad puede no encontrarse en los contenidos tradicionales de la llamada ciencia de la comunicación, sino en dimensiones que la trascienden. En este segundo sentido, si entendemos a la comunicación como diálogo y proceso de conocimiento para el desarrollo de capacidades críticas que constituyan a los sujetos en hombres éticos e históricos, nuestra matriz estaría constituida por la aproximación y confluencia de los hechos comunicativos con los educativos.

Algunas observaciones a 1. En relación a los intercambios comunicativos y a las situaciones y acciones de los sectores subalternos, no estamos pensando en una apertura de mirada que implique regodearse, por un afán científico, en las manifestaciones culturales de aquellas que sustentan una palabra sin poder. Lo importante reside, a mi entender: 1) en el reconocimiento de la existencia y materialización de modalidades de acción e intercambio que, con diverso grado de internalización de las culturas dominantes, constituyen formas simbólicas inherentes y constitutivas de los sectores populares urbanos y campesinos, y cuyo potencial político reside en los procesos de resistencia socio-cultural a partir del desarrollo de su autovaloración histórica 2) En la interpretación ya no sólo de fenómenos

culturales sino políticos y sociales que están ligados a la dialéctica de los sectores, al choque de intereses, en fin, a las contradicciones originadas en la oposición de clases. Dicho en otras palabras, interpretar y promover las manifestaciones subalternas es interpretar un aspecto fundamental que atañe a la totalidad de la dinámica social y es promover hechos que derivan de la identidad política y cultural de los sectores mayoritarios.

COMUNICACION Y EDUCACION

Para seguir con este primer nivel de ruptura, es decir, la que consistiría en el despegue de las ideologías científicas que han consolidado objetos de conocimiento en comunicación, quisiera hacer un ligero rodeo para internarme por un momento en algunas consideraciones que hacen a la relación histórica y sincrónica entre educación y comunicación. En primer lugar, quisiera decir que son esas mismas ideologías científicas las que colocan ambos quehaceres en ámbitos separados por la barrera de la "disciplina". Sin embargo, se ha acuñado en la actualidad un término sospechoso: el de comunicación educativa, que consistiría, según un documento pergeñado por la UNESCO "en una rama de la comunicación social que se ocupa de la producción de materiales para optimizar y mejorar los procesos educativos". Se trata entonces de una misma concepción subyacente. Sólo que en este caso la comunicación social se pone al servicio de los planes pedagógicos en la producción de telemensajes.

En el plano de la herencia histórica, la barrera entre ambos quehaceres presenta cierta nitidez: mientras que la trayectoria histórica educativa ha tenido siglos para el desarrollo de su identidad, la comunicación como disciplina nace con el auge de la expansión capitalista, en función de los medios tecnológicos que la humanidad y en especial los países centrales disponen para elaborar las comunicaciones para las periferias y con el auge de las metodologías funcionalistas cuyos portavoces acuñaron el término de comunicación masiva. Más allá de la trayectoria histórica cuya delimitación suscita un apasionante interrogante, podemos delimitar otras condiciones que los diferencian; en el caso de la educación, su pertenencia a procesos formales e institucionales generalmente regulados, si bien no siempre cubiertos, por el Estado, situación que sólo en casos excepcionales de los sistemas capitalistas se da generalmente a la inversa en el caso de la comunicación. Por otra parte, la actividad educativa supone un trabajo explicitado como tal en las conceptualizaciones tradicionales frente a la comunicación social, situada más específicamente en el terreno del entretenimiento, información y uso del tiempo libre. Si nos trasladamos al campo de la cultura también podemos rescatar algunas diferencias en la matriz que se transmite desde la educación y desde la cultura masiva. La cultura pedagógica transmite un saber pretendidamente objetivado. La cultura que

transmite es la de las formas consagradas por los saberes de la "cultura culta", en tanto los mecanismos de la cultura masiva están ligados a los deseos de consumo inconsciente del sujeto: la cultura de masas opera con el deseo y con el potencial de consumo humano; esa tensión hacia el deseo está a su vez revestida de toda la mitología cotidiana, fetichizada en su inmanencia genérica, inmanencia que toca la ambición de lo posible dirigida hacia la objetuación.

Desde nuestra perspectiva los rasgos de *identidad*, es decir, los no diferenciales, los que los subsumen, se presentan con una coloración más fuerte. Para abreviar podrían resumirse en lo siguiente:

Tanto los hechos educativos como los comunicativos suponen:

1. Procesos de información.
2. Mecanismos de socialización.
3. Fenómenos de violencia simbólica y cultural.
4. Estatutos discursivos verticalistas y anti-dialógicos.

Si partimos de la distinción que remite a las condiciones de producción, de distribución y de consumo, podemos situar las diferencias en las condiciones de producción y distribución (raíz histórica, pautas de transmisión, diferencias en el contexto de circulación, etc.) y las identidades en la esfera del consumo, dicho de otra manera, en la zona que tiene que ver con la producción de efectos ideológicos. Queda por determinar el grado de efecto ideológico dentro de la tipología y estructura de los mensajes masivos.

De todas maneras, y a pesar de que tanto los intereses del sistema como las ideologías científicas tienden a separar ambos planos, lo cierto es que día a día se puede observar el incremento de programas explícitamente educativos en los medios, muy especialmente en la televisión. Programas transnacionalizados y masificadores que van ganando espacio entre el público infantil y los adultos de sectores marginados.

Esta dimensión, apropiada a su manera por el sistema, no tendría que sernos ajena. Pensar la comunicación como educación puede ser una premisa que podría sacar de muchas dudas respecto al carácter espontaneísta o consciente de los hechos comunicativos populares. En tanto consideremos que tenemos un compromiso de inserción en el marco de nuestras tareas específicas, esta problemática nos concierne. Si se logra la ruptura o las rupturas (que son, por cierto, rupturas de conocimiento) reconoceríamos

la dimensión de lo comunicativo como proceso y no como puro intercambio. La visión de lo alternativo que sustentemos negará la descripción de hechos como si ocurrieran fuera de nosotros y afirmará a los hechos comunicativos como fenómenos que se insertan en un desarrollo de conocimiento, creador de instancias más complejas y de redes de intercambio político-cultural. Esta posición, en suma, plantea un papel incidente y no descriptivo.

Quisiera, por último, incorporar dos conceptos y luego una relativización de mi discurso:

1. La reversión de las pautas comunicativas vigentes no se resuelve con el mero planteo de la desverticalización. La introyección de ese mecanismo supone un proceso pedagógico popular donde los sujetos, movidos siempre por intereses no antagónicos, construyen en conjunto y trascienden a su vez los objetos de conocimiento en vistas al desarrollo de una manifestación consciente donde incorporan la reidentificación de sus paradigmas culturales.

2. A partir de lo anterior, quisiéramos incorporar la noción de pedagogía de la comunicación que nos implica en acciones tendientes a desarrollar métodos de reflexión comunicativa, tanto para una lectura crítica de la comunicación vigente, como para la promoción de capacidades culturales y políticas en torno a estrategias de participación.

La relativización de mi discurso a la que acabo de aludir, se vincula con otra interrogante, interrogante y duda en torno al problema de las coyunturas políticas en que nos manejemos y en el uso de los instrumentos conceptuales. Que lo dicho hasta ahora se interprete con la misma cautela con que lo propongo, donde *cautela* no es sinónimo de temor sino de realismo. Sin embargo, que el exceso de cautela no nos haga olvidar que la búsqueda primordial reside en un intento conceptual y de acción en función del desarrollo de relaciones entre los hombres que puedan abrir caminos a verdaderas situaciones democráticas, por lo menos en lo que concierne a la producción y distribución de símbolos y palabras.

LA COMUNICACION ALTERNATIVA COMO RESPUESTA DEMOCRATICA

Fernando Reyes Matta

El mundo de la comunicación alternativa es complejo y desconcertante. Complejo porque presenta formas y estilos diversos, desarrollados en distintas circunstancias sociales y con instrumentos que van desde lo industrial a lo tradicional primitivo. Desconcertante porque es un fenómeno difícil de definir y encasillar, estando en gran medida determinado por la fuerza y dinámica social de quienes lo desarrollen.

Al hablar de comunicación alternativa surgen de inmediato las preguntas de definición. ¿En qué se diferencia de la llamada comunicación marginal? ¿Es lo mismo que la comunicación horizontal y participativa? ¿Cuál es la distinción que guarda con las expresiones de oposición política, plasmadas en periódicos, revistas u otras formas? En suma, ¿qué es lo propio de la comunicación alternativa?

LO ALTERNATIVO: CREACION DIALOGADA

No somos los primeros en proponernos tratar de dar ciertas definiciones en la materia. Las formas alternativas de comunicación son un terreno fértil, donde los investigadores latinoamericanos tienen la oportunidad de la investigación-acción, quizás más que en ningún otro campo de nuestras preocupaciones. Y, en consecuencia, las definiciones y ajustes conceptuales seguirán surgiendo (1).

A nuestro juicio, la comunicación alternativa es un fenómeno caracterizado por un intento de creación dialogada, donde los propósitos comunicativos apuntan no sólo a una participación en la gestión y creación de mensajes, sino a objetivos más amplios de cambio estructural de la socie-

(1) Entre otros trabajos, cabe señalar el aporte de ININCO a la XII Conferencia de AIERI, con múltiples citas al respecto; la revista *Comunicación*, No. 28-29, con una guía bibliográfica de 198 entradas en el tema; *Media Development*, No. 3, 1980, dedicado al tema de la comunicación popular.

dad. Para ello, la comunicación alternativa surge como un concepto de horizonte más amplio, que engloba los aportes de las experiencias de comunicación popular que se originan en propuestas marginales, las cuales crecen hacia una verdadera capacidad de *alter* y se identifican en ciertos periodos con el periodismo y las diversas formas de oposición.

Sin embargo, hay dos elementos ineludibles de la comunicación alternativa para ser tal. Por una parte, la fuerza que le aporta una *praxis social.* No hay comunicación alternativa sin un proceso de dinámica social, donde amplios sectores postulen objetivos y plataformas de acción. Es allí, en la riqueza de la creación social cotidiana, donde lo alternativo se alimenta, se refuerza, se justifica y se ratifica. El segundo elemento es el *carácter contestatario* del mensaje y el instrumento creado. Lo alternativo se construye en la elaboración ideológica y práctica de una posición de ruptura frente a un modelo de desarrollo caracterizado por las propuestas individualistas, consumistas, atomizadoras y que, en el plano de las comunicaciones, refuerza dinámicas verticales de relación entre emisor y receptor.

Por ello, cuando la comunicación alternativa emerge, sólo puede hacerlo con un propósito que va más allá de la mera perspectiva comunicacional: debe ser expresión de un proyecto histórico de cambio, de resistencia cultural y de construcción solidaria. Un proyecto que va en dirección inevitablemente opuesta a los autoritarismos políticos, económicos y culturales que son propios de la racionalidad del modelo capitalista transnacional. Se trata de una perspectiva de confrontación con una dinámica de hegemonía, que anula la participación de las mayorías sociales. Es dentro de ese marco que debemos identificar las expresiones alternativas: en el nivel de la confrontación, no de los medios. Es necesario superar aquella perspectiva que sólo ve en la comunicación focalizada o de pocos recursos lo alternativo, ignorando que en definitiva de lo que se trata es de la calidad de la confrontación en su contenido, más que de los medios con los cuales se lleva adelante. Así planteadas las cosas, es posible identificar un hilo conductor que va desde la experiencia de una agencia internacional de noticias de carácter alternativo —el más inmediato ejemplo en América Latina es IPS— hasta aquella tarea que cumple un grupo de comunicación popular en un barrio, en un lugar de trabajo o en una zona campesina. Entre uno y otro extremo hay una multiplicidad de experiencias, con alcance y signo diverso. Valga la enumeración:

1. Agencias noticiosas de alcance nacional o internacional que tienden a un tipo de información útil al conocimiento, comprensión y dinámica del desarrollo participativo y solidario.

2. Periódicos y revistas, producidos dentro de las normas de tipo industrial y distribuídos dentro de este marco, pero cuyos contenidos se ubican en la posición crítica al modelo de desarrollo imperante y estimulan la formación de grandes sectores sociales conscientes e informados.

3. Radios o programas de radio —muy excepcionalmente de televisión— que establecen un tipo de lenguaje, de difusión musical y de ciertas noticias que los convierten en instrumento y motivación de sectores importantes de la sociedad afectados por la dominación.

4. Revistas producidas a partir de organismos sociales de base o experiencias ajenas al sistema industrial, cuya producción y circulación sale de los circuitos industriales, pero cuyo impacto puede ser profundo por el nivel de adhesión que encuentran en aquellos sectores a los que representan.

5. Discos, audio-*cassettes,* portadores de música y textos, representativos de una cultura contestataria a la cultura transnacional impuesta por el sistema mercantil; fuentes, ciertas veces, de foros e intercambios de opinión.

6. Video-*cassette,* utilizados como instrumento de información, entretenimiento y orientación en diversos niveles de la sociedad, especialmente entre los sectores urbanos y rurales postergados; igualmente utilizados como registro de las manifestaciones artísticas o de denuncia hechas por el propio pueblo y sus exponentes.

7. Cine alternativo que en el nivel industrial como el nivel de 16 mm. y Super 8, tiene la tarea de registrar el quehacer popular —en sus luchas, dramas y alegrías— como difundir dentro de los sectores sociales de base un mensaje filmado, que impulse la toma de conciencia en los espectadores.

8. Teatros, teatro imagen, teatro foro, teatro periodístico, etc. que insertan su temática y crean dentro de la realidad social que los envuelve; son expresión de las contradicciones de la sociedad afectada por el modelo capitalista transnacional, de sus injustas consecuencias económicas y sociales en amplios sectores.

9. Plástica, que sacan su capacidad de expresión estética del marco estilista, para salir al encuentro de diversas experiencias en que el "arte junto al pueblo" encuentra motivaciones y se hace expresión —en grabados, serigrafías, fotomontajes, murales o pinturas callejeras— de las aspiraciones populares más significativas.

10. Festivales y encuentros, donde la interacción entusiasta de trabajadores, estudiantes y artistas crea un lenguaje común y ratifica la legitimidad de lo alternativo como instrumento de cambio y cuestionador del sistema.

11. Audio-visuales, que en un ritmo didáctico de sonido e imagen fija, van desarrollando un discurso que encuentra su mayor fuerza en la propia imaginación de los grupos e individuos que lo ven.

Estas y otras manifestaciones constituyen un todo, si se interactúan en un proyecto comunicativo cuyas metas son alcanzar un desarrollo de tipo alternativo que se construye en las áreas del polo dominado de la sociedad. Son formas de comunicación, cuya fuerza no está dada por la circulación amplia que alcancen o la verticalidad de un mensaje, sino por *la fuerza de un contenido de ruptura* que adquiere su vitalidad comunicativa en la medida que mayores sectores sociales lo hacen suyo y lo sienten suyo.

Por todo lo anterior, es necesario ubicar el análisis respecto de la comunicación alternativa en la relación que estas formas comunicativas tienen con un modelo de desarrollo participativo, solidario, independiente y autónomo. Se trata de una búsqueda que rechaza el orden político, económico y cultural que el capitalismo, en su fase transnacional, ha desarrollado desde la segunda post-guerra mundial en adelante. Un orden que en los países periféricos –y muy especialmente en América Latina– se construye sobre la base de la acumulación desigual y de mecanismos hegemónicos opresivos.

¿DESMASIFICACION DE LA COMUNICACION?

La década de los años '80 nos enfrenta a múltiples cambios en el campo de la comunicación, respecto de lo que ha sido en los años precedentes. Por una parte, se asiste a una fuerte concentración del poder de acumular datos que dan forma a una determinada información o noticia. Cada vez son menos –menos empresas, menos agencias especializadas– los que manejan mayores volúmenes de información y mayores posibilidades de comprender las variables envueltas en un determinado hecho social. Por otra parte, se nos ofrece la perspectiva de múltiples instrumentos en el mercado que hacen cada vez más fácil y barata la transmisión de información, el registro de acontecimientos y el proceso de elaboración de mensajes en un nivel no profesional.

Es entre uno y otro extremo de esta realidad contemporánea de contradicciones aparentemente profundas, donde también cabe preguntarse sobre lo que hoy puede significar la comunicación alternativa como respuesta democrática. Y con ello agregar otra interrogante: ¿En qué momento la comunicación alternativa construye respuestas democráticas y cuándo se puede convertir en instrumento que ratifica la atomización impuesta por el sistema dominante?

Ya en 1971, Z. Brzezinski señalaba:

"En la hora actual, la sociedad americana es aquella que ejerce la mayor influencia sobre todas las otras sociedades (...). Ello proviene principalmente del hecho que la sociedad americana 'comunica' más que todas las otras del mundo entero. En términos gruesos, el 65 % del conjunto de las comunicaciones mundiales parten de los Estados Unidos. Por otro lado, son los Estados Unidos los que más han trabajado por la creación de un sistema de comunicación mundial a través de los satélites" (2).

Esta tendencia se ha mantenido, pero a la vez los requerimientos industriales de la expansión del capitalismo han puesto en el mercado una serie de recursos que hacen posible a grupos y organizaciones sociales comunicar lo suyo. Los nuevos teóricos de la sociedad global, como Alvin Tofler, manifiestan su entusiasmo por lo que llaman "desmasificación de los medios de comunicación".

"Los periódicos proporcionan el primer ejemplo. Los medios de comunicación más antiguos de la segunda ola (la creada por la Revolución Industrial), los periódicos están perdiendo sus lectores (...). El porcentaje de americanos que leían un periódico al día descendió desde un 69% en 1972, hasta un 62% en 1977 y algunos de los periódicos más importantes de la nación fueron los más afectados (...). Y esas pérdidas no se han debido simplemente a la televisión. Cada uno de los diarios de gran circulación actuales se enfrenta con una competencia cada vez mayor de una creciente multitud de publicaciones de escasa circulación: semanarios, bisemanarios, y los llamados *shoppers* que sirven no al mercado metropolitano, sino a comunidades y barrios concretos dentro de él, proporcionando anuncios y noticias mucho más localizados" (3).

Estos son sólo algunos datos. A ello se agrega la expansión de las estaciones de radio. Toffler, desde su realidad norteamericana, aprecia positivamente que hoy exista una emisora de radio por cada 38,000 habitantes.

"La masa de oyentes se divide entre más emisoras. La diversidad de ofrecimientos se ha incrementado también en alto grado, con emisoras diferentes dirigidas a sectores especializados del público, en lugar del hasta ahora indiferenciado público general" (4).

A ello se agregan las experiencias de cable-TV, los sistemas de cable de

(2) Citado por Jean-Paul Jouary, *Giscard et les idées*, Editions Sociales, Notre temps/Tribune, Paris, 1980.

(3) *"La tercera ola"*, Alvin Tofler, Edivisión, México, 1981.

(4) *Op. cit.*

transmisión ida y vuelta, y los múltiples mecanismos que están creando formas locales de comunicación para sectores con intereses comunes.

Todo esto podría ser visto como una perspectiva ajena a la realidad latinoamericana. Pero aquí también hay tendencias que deben orientarnos. De 1975 en adelante, se han vendido en Chile entre 13 y 14 millones de aparatos radio-grabadores, según datos de la Iglesia Católica; y esto para una población cercana a los 11 millones de habitantes. En México, sólo una tienda del moderno complejo comercial Perisur, vendió el mes de febrero pasado 5,500 videograbadoras y 800 cámaras. Como ella, diversas otras tiendas hacen operaciones similares en la ciudad. A nivel medio o de ingreso obrero-especializado, los supermercados Aurrera, vendieron en una semana antes de Navidad 18,000 video-grabadoras. Estos son datos aislados, apreciables, pero que nos llaman la atención sobre ciertos fenómenos que están sucediendo en América Latina como consecuencia de la penetración del modelo capitalista transnacional en el mercado de la región.

Dentro de ese marco, preguntarse por lo que es y significa la comunicación alternativa, obliga a escarbar en un proceso más global y de fondo: ¿La tendencia señalada implica desmasificación o mayor concentración del poder de informar?

DOMINACION Y ATOMIZACION

La conducta de los centros mundiales de poder, especialmente en su hora de fortalecimiento neo-conservador, muestra claros indicios de avance hacia una estrategia de cooptación de lo alternativo. A las demandas de los países periféricos por un nuevo orden mundial de la información y la comunicación, se contesta con un programa que ofrece tecnología, aparatos y entrenamiento, pero sin tocar el modelo de información y difusión de noticias. L. Marks, Secretario del World Freedom Press Committee, ha sido categórico:

"Cuando un avión aterriza normalmente en Malawi, eso no es noticia, pero cuando él se viene a tierra, sí lo es. Muchos proyectos constructivos de desarrollo como construcción de viviendas o disminución de la mortalidad infantil son más información que noticia. Pero hay muchos lugares donde eso puede ser dado a conocer —revistas, films, documentales, seminarios, conferencias o textos de estudio . . . (¿Ayudará el occidente a los países del Tercer Mundo a ser oídos?) . . . Sí, nosotros lo hacemos. El Press Freedom Commitee provee de plantas de impresión, equipos de radio y televisión y entrenamiento a personal tercer-mundista (5).

(5) *New York Times*, 15 de febrero 1981, pág. E3.

La experiencia europea que condujo a las llamadas "radios libres" en Francia e Italia, también ofrece aspectos de cuidado. Por una parte han sido un avance en la ruptura del monopolio de la información manejado, especialmente en Francia, por un Estado bajo la hegemonía de los grandes grupos de poder económico. Pero a la vez ha provocado una suma de mini-experiencias de comunicación, no siempre integradas en una red, mientras el sistema mantiene el poder de su peligro también latente. Las agencias transnacionales de noticias dicen apoyar el desarrollo de agencias nacionales, siempre que éstas sólo se queden en ese nivel. Africa es el continente del futuro para las grandes corporaciones de telecomunicaciones: es una disputa no resuelta entre los socios de la Trilateral, ansiosos de una presencia en tan significativo mercado. El desarrollo de la comunicación local, en consecuencia, es un proyecto atractivo para el poder transnacional: multiplica la práctica de la información, promueve en ello un modelo de comunicar, de hacer televisión, de hacer publicidad, de emitir y recibir. Abre mercados, atomiza y regulariza un poder central.

Esta automización es la respuesta a las demandas que los sectores más lúcidos del llamado Tercer Mundo han hecho en pro de un nuevo orden económico internacional, dentro del cual se inscriben las demandas por una nueva realidad informativa. Los voceros más significativos del modelo en expansión son categóricos. No aceptan las demandas.

Milton Friedman, en declaraciones exclusivas al diario mexicano *Uno más Uno*, dijo:

"Me opongo a la política de un nuevo orden económico internacional, que es simplemente una política para promover el socialismo y formas ineficientes de organización económica" (6).

Friedrich August Von Hayek, Premio Nobel de Economía, declaró en Bonn a la revista *Wirtchaftswoche:*

"La desigualdad no es lamentable, sino que es altamente deseable y aún necesaria. Son precisamente las diferencias de remuneración de los individuos, según su productividad, las que originan el producto social" (7).

Además de ello, según un cable de la agencia EFE, Von Hayek se pro-

(6) *Uno más Uno.* México, 5 de marzo, 1981.

(7) *Uno más Uno.* México, 7 de marzo, 1981.

nunció contra la ayuda al Tercer Mundo y calificó de "tontería" el Informe de la Comisión Norte-Sur, dirigido por Willy Brandt.

David Rockefeller, presidente del Chase Manhattan Bank, luego de una gira que le llevó por Chile, Argentina y Brasil, dijo que hoy se nota una clara tendencia en Sudamérica, el Caribe y otras partes del mundo por una "economía libre", en la cual "el mercado y no el Estado es el nervio motor de la sociedad". Además, dijo:

"Las economías de libre mercado son la mejor expresión de la democracia y constituyen la última y mejor esperanza de la humanidad para construir un mundo más humano y decente". (8)

Así colocadas las cosas se entiende que la búsqueda de una nueva realidad informativa, que rompa con el orden creado al término de la Segunda Guerra Mundial construido en favor de los intereses económicos de los grandes consorcios occidentales, encuentre profundas resistencias. Ello explica que los dos representantes latinoamericanos en la llamada Comisión Mac Bride, hayan señalado que en definitiva el problema de un nuevo orden informativo se definía como la búsqueda de una auténtica democratización de las comunicaciones.

"Unas estructuras más democráticas de comunicación constituyen una exigencia nacional e internacional para los pueblos de todo el mundo. La promoción del acceso, la participación, la descentralización, la gestión abierta y la quiebra del poder concentrado en las manos de intereses comerciales o burocráticos es un imperativo universal, y reviste una importancia crucial para los países del Tercer Mundo, dominados por unos regímenes minoritarios represivos" (9).

Este tipo de afirmaciones ha perfeccionado un polo de denuncia en torno del cual se construyen las formas de comunicación alternativa. Por ello, el problema de la definición y de la influencia real de la comunicación alternativa obliga a consideraciones múltiples, que desbordan la realidad latinoamericana. No podemos ver sólo los aportes de experiencias realizadas en las favelas de Sao Paulo, en los centros de comunicación popular de Lima, en las revistas alternativas en Santiago de Chile, o los centros de documentación y comunicación popular de Bogotá, México o Caracas. En todo esto hay datos y orientaciones muy valiosas. Pero debemos ver-

(8) *El Día.* México, cables AP y UPI, 6 de diciembre de 1981.

(9) *Un solo Mundo, voces múltiples,* UNESCO-Fondo de Cultura Económica, México, 1980.

las en el marco de una perspectiva más amplia, más global, coherente con las dimensiones que toma una cultura transnacional, construida sobre la concentración de grandes flujos de información —que la concentración de capital y tecnología permite— y promotora de un proyecto atomizador en el cual podrían verse envueltas las formas de comunicación alternativa latinoamericanas, si no se cuidan de ello.

ALTERATIVO DE LO ANTI-DEMOCRATICO

Las diversas potencialidades de comunicación reubicadas en el plano de lo alternativo, a partir de un proyecto democrático, popular y solidario, hacen de esa experiencia una realidad *alterativa.* Ese parece ser el destino inevitable de las formas de comunicación alternativa: ser un proyecto de alteración en un orden construido en perjuicio de los países periféricos o del Tercer Mundo —si hablamos globalmente— y de los sectores sociales que aportan la fuerza de trabajo, si hablamos en términos de estructura social.

Ese orden capitalista se construyó sobre la base de un proyecto de explotación colonial. América Latina rompió el dominio colonial hispánico a comienzos del siglo pasado, pero construyó un sistema interno de dominación que favoreció las expresiones imperiales y lo que hoy conocemos como neo-colonialismo. Es en ese contexto que las burguesías agrarias e industriales de América Latina construyeron un sistema informativo que progresivamente dio la espalda al periodismo libertario promovido por Bolívar y otros conductores del movimiento independentista latinoamericano. Ellos hablan de un periodismo comprometido, de ideas, de opinión, de lucha. Las burguesías evolucionaron hacia un periodismo que progresivamente asumió el modelo mercantil informativo, surgido de las pugnas de Hertz y Pulitzer en Estados Unidos. En nombre de la fórmula más circulación, más publicidad, más estabilidad, se postuló un periodismo autodefinido como objetivo, independiente y neutral. En ese marco se fortaleció la llamada "gran prensa" dentro del continente, que hoy se reconoce dentro de la SIP. Ella califica al periodismo de ideas, de opinión de posiciones como lo anormal, lo exógeno a la realidad latinoamericana. Oculta así su propio origen y tiende una cortina sobre las auténticas formas de comunicación que acompañaron las luchas de independencia en el continente.

Frente a tal realidad, la comunicación alternativa resulta ser la heredera de las formas libertarias de información que surgieron en las luchas por la independencia. Hay también allí otro hilo conductor a descubrir: el que une históricamente distintos momentos de la construcción democrá-

tica en América Latina y el papel que en ello juegan las formas de comunicación creadas por los sectores populares.

Dentro de esa perspectiva, la comunicación alternativa se hace hoy, debiendo tener claro las raíces y el proceso de construcción del modelo al que se enfrenta.

El desarrollo histórico de los sistemas de comunicación en el continente va a la par con la evolución de los procesos de dependencia. La prensa cambia de orientación y propósito, como sistema. La radio, desde los años veinte en adelante, repite la actitud mimética y se expande por el continente teniendo como referencia el modelo norteamericano. Con ella vienen los *disc-jockey*; la publicidad y los *jingles*; la información, corta, superficial y descontextualizada. Es, con todo, un instrumento que alcanza una alta penetración popular y ese es un dato que la construcción de "otra comunicación" no puede olvidar hoy día. Lo mismo es válido para la televisión, pero en este caso la capacidad de transmitir y el potencial que este medio envuelve, queda entregado a pocas manos que pasan a constituir fuertes grupos de presión y poder dentro de la sociedad. En los años recientes, con la incorporación del color, esta influencia se refuerza y se insiste en un modelo televisivo que pasa a constituirse en el principal instrumento de promoción del sistema transnacional.

A través de él se impone una agenda, una visión de los hechos y un ordenamiento de la actualidad. En ello juega un papel fundamental la "manera de hacer televisión" norteamericana, por lo que se compran programas o se copian con personal local. Ello es particularmente obvio en el caso de los programas informativos, construidos en el supuesto de una información que se autocalifica de democrática y libre.

Sin embargo, cuando se mira al corazón del sistema que sirve de modelo, esta dimensión democrática se tambalea.

El hombre que acaba de llegar para suceder a Walter Cronkite en el principal noticiario de televisión de Estados Unidos, no fue elegido a partir de un proceso donde la audiencia y distintos sectores de opinión dijeran lo suyo. Sólo fue elegido por la fuerza de la mejor oferta y sus potencialidades de atractivo profesional para audiencia: Dan Rather ha pasado a ser figura nacional e internacional tras la pugna de las tres cadenas donde finalmente se impuso la CBS con 8 millones de dólares. Es un caso que llama a reflexionar: ¿qué significa realmente la TV norteamericana y sus noticiarios en la perspectiva política y en la ubicación del ciudadano medio dentro de su sociedad y del mundo?

"Para la mayor parte de los norteamericanos (...) la política es apenas algo más que una sucesión de imágenes que pasan a través de la sala de su casa, para luego hundirse en el subterráneo de la Historia (...). Hay razón para creer que los habitantes de Estados Unidos están llegando a depender más y más para su información política de un medio (la TV) que les está dando menos y menos" (10).

Cronkite no sólo ha sido una voz determinante para la forma como Estados Unidos se ha informado. Ha sido también un ratificador de la agenda de sucesos que el sistema transnacional impone al mundo. La interacción entre las agencias de noticias transnacionales, la selección informativa hecha por las principales cadenas de TV y transmitida desde Nueva York a todo el país, y lo que a su vez publican los periódicos al día siguiente, conforma un círculo de ratificación de aquello que es noticia, de aquello que marca la historia de nuestro tiempo y que el sistema transnacional difunde al mundo. La propia CBS tiene el segundo sistema de influencia mundial en distribución de *film-news*. Sin embargo, ¿cuál es la calidad de esa información? El propio Cronkite la calificó recientemente, sorprendiendo con sus declaraciones.

"Después de casi veinte años de ser el hombre que más confianza despertó en los Estados Unidos, el periodista Walter Cronkite reveló que las noticias que da por televisión todas las noches son inexactas y no merecen a fin de cuentas la confianza del público.

En realidad, mis labios han estado sellados durante estos últimos veinte años, declaró Cronkite en una reciente entrevista (...). Las noticias por televisión, dijo Cronkite, no son más que una especie de servicio de primera plana, sin que haya tiempo para profundizar y entrar en detalles llenos de sutilezas y complicaciones.

A Cronkite, que es el símbolo del periodismo televisivo en Estados Unidos, le preocupa que el 65 por ciento de los estadounidenses obtenga su información en 26 minutos que dura su telediario de la noche en la cadena CBS" (11).

Tal visión de los hechos parece encontrar su ratificación en la última elección presidencial norteamericana. Por una parte, es la confrontación política de la cual ha dado más cuenta la televisión y ha contado con

(10) *"Podrá la comunicación sobrevivir a la democracia"*, J. Manheim, Cuadernos de la Comunicación, México, número 42. Antes en inglés, *Journal of Communication*, Fall, 1976.

(11) *Excelsior*, cable EFE, 27 de marzo, 1981.

mayor audiencia, por la expansión natural del medio y el aumento de los receptores. Sin embargo, sólo concurrió a las urnas un 53o/o del electorado, constituyendo la más baja votación porcentual desde 1932 y, como consecuencia, la más baja dentro de la historia de la televisión.

Tales hechos plantean un pregunta de fondo: ¿cuán democrático es el sistema comunicativo que ha servido de modelo al proyecto hegemónico impuesto en América Latina? La revista *Alternative Media* ha dado a conocer un cuadro elocuente: "¿Desde cuándo la verdad es un producto comercial? Algunos hechos:

10 cadenas de periódicos obtienen más de la mitad de los ingresos de los periódicos del país,

5 conglomerados de la industria comunicativa comparten el 95o/o del mercado de discos y cintas,

8 estudios de Holywood contabilizan el 89o/o de los ingresos por renta de films,

3 cadenas de televisión obtienen sobre los dos tercios del total de ganancias de la televisión norteamericana,

7 editores dominan el mercado masivo de libros de bolsillo" (12).

La concentración, entre otros resultados, permite producir en escala masiva y bajar los costos unitarios y, en consecuencia, ofrecer a los grupos que controlan el poder de informar en los países periféricos una serie de productos a costos sutancialmente menores que la producción local.

En 1979 las tres cadenas de televisión estadounidense recibieron 275 millones de dólares por sus ventas de programas en todo el mundo. La cifra es sorprendente por lo baja, si se compara con los efectos e influencia que tiene la difusión en centenares de países de los modos de vida, dramas y enfoques cotidianos de un modelo político, social y económico: el estadounidense.

Los precios de venta no son iguales en todos los países. Ello varía, según la capacidad de compra de las estaciones locales. De este modo una media hora de programa en Haití se vende entre 30 y 50 dólares, mientras la misma media hora en México se vende entre 1,200 y 1,300, y en Brasil

(12) *Alternative Media*, New York, Fall, 1980.

entre 4,000 y 5,000 dólares (13). Fenómeno similar sucede a nivel de las operaciones de las agencias de noticias. UPI obtiene el 80o/o de sus ingresos del mercado interno, el 19o/o de sus operaciones en los países industrializados, especialmente Europa occidental y Japón. El 1o/o restante proviene de sus operaciones en el Tercer Mundo y en ello América Latina tiene una presencia del 0.65o/o.

En consecuencia, el proceso de "dominación cultural" se da por la interrelación de intereses entre las aspiraciones de transnacionalización de las operaciones económicas y culturales impulsadas desde el centro y las necesidades de hegemonía cultural y política de los grupos de poder local en la periferia. Un papel fundamental en la construcción de un sistema comunicativo dominante, tiene la oferta de "productos culturales" baratos, como son los servicios de noticias internacionales, las radio-fotos, los films noticiosos por televisión y los programas "enlatados". Al disponer de este conjunto, los medios comunicativos dominantes imponen un estilo y un orden de lo que es noticia, de lo que es música popular, de lo que es entretenimiento. Al autoritarismo político y económico se une el autoritarismo cultural: él crea un entorno, un paisaje de signos cada vez más coherente con una cultura transnacional. Se crea la imagen del consumidor-tipo y del ejecutivo-tipo, y con ellos las imágenes del niño y joven-tipo, siembra que el sistema hace para su propia reproducción. Esta dimensión transnacional es autoritaria porque impone *signos y símbolos externos* e inunda los medios con conflictos sociales externos, además estereotipados. Los problemas de la sociedad norteamericana a nivel de sus dramas cotidianos aparecen retratados de mil modos en las diversas TV-series "enlatadas", que día a día aparecen en la pantalla hogareña latinoamericana.

Este es, en consecuencia, el contorno dentro del cual a la comunicación alternativa latinoamericana le cabe desarrollarse. Tiene como referencia de confrontación un sistema comunicativo que responde a un modelo externo, que es coherente con grupos de poder interno y con la expansión del capitalismo transnacional. Un sistema que se ratifica mutuamente, que impone una agenda y que genera un tipo de relación vertical entre emisor y receptor. Pero, a la vez, crea una realidad comunicativa que, por fuerza de la imposición histórica, ha terminado por ser definición de lo normal, a nivel de la sociedad en su conjunto y de la conciencia popular, en gran medida. Frente a ella lo alternativo es la "otra información", que a su vez es expresión de otras perspectivas de construcción de democracia auténtica.

(13) *Variety*, New York, 14 de enero de 1980.

LO ALTERNATIVO Y LA PARTICIPACION

Si el modelo capitalista de desarrollo no es participativo por definición —tendencia que se ratifica contemporáneamente—, a lo alternativo corresponde una vocación participativa, sustentada en la idea de aprender construyendo y construir aprendiendo. En la perspectiva capitalista, como sabemos, se sueña en una democracia restringida y controlada, donde la dimensión de lo político se pretende satisfacer por los aportes del mercado. Se postula que cada individuo aspire a tener más (lo que también envuelve múltiples falacias). Y en el mundo de la información se habla de tener más equipos, más medios, más receptores, más satélites. Lo alternativo surge con otra propuesta: ser más. Y ella está determinada por niveles de conciencia y diversos objetivos de ruptura, que se perfeccionan en el quehacer conjunto. Ello envuelve, inevitablemente, una dimensión política en la creación alternativa que, como se desprende de una afirmación de Mattelart, desafía los niveles teóricos.

No hay posibilidad de un modelo alternativo de comunicación que sea políticamente eficaz, si no acompañado de un movimiento político (...). Aquí se debe insistir no sólo en el aspecto de clase sino en el grupo, porque nosotros tenemos la mala tendencia a pensar solamente en clases: clase obrera, clase campesina. Pero en la nueva comunicación alternativa también están los grupos de base: mujeres, jóvenes, etc., que son categorías que el análisis marxista muchas veces ha apartado, o digamos que no tiene una interpretación para el análisis de categorías. Es importante la clase, pero también lo son los grupos (14).

La experiencia de los últimos años en América Latina es rica en este aspecto, y por su nivel de inserción también ha debido conocer de las derrotas impuestas por los proyectos autoritarios. Pero a la vez, para desconcierto de los grupos hegemónicos, ha sido al anterior de las propias realidades autoritarias donde las formas de comunicación alternativa han perfeccionado su lenguaje, sus instrumentos y la lógica política y social de su existencia.

En Brasil se han multiplicado las revistas alternativas llegando a constituir un asunto de preocupación para el CIEX, Centro de Informaciones del Ejército, el cual, en un memorándum que se hizo público, llamaba a tomar medidas de corto y mediano plazo para ahogar económica y jurídicamente a estas formas de expresión. Tanto en este país como en otros de América Latina, la Iglesia se ha constituido en marco de promoción

(14) "Sobre comunicación y poder", entrevista a A. Mattelart, en *ININCO*, No. 1, tercer trimestre, 1980.

de las formas alternativas de comunicación. En Chile, la revista *Solidaridad* tiene un tiraje de 30,000 ejemplares, los cuales se distribuyen directamente a través de las parroquias y comunidades de base. Estas experiencias, si bien constituyen en la coyuntura una presencia opositora, se postulan una perspectiva más amplia de transformación y de creación de conciencia. El propio director de *Solidaridad* lo ha dicho:

"Yo diría que un medio de oposición es coyunturalmente de oposición, es un medio que será de oposición a un determinado gobierno, pero cuando ese gobierno no exista, dejará de serlo y puede ser incluso oficialista.

Sin embargo, el medio alternativo es más amplio, más complejo que eso. Creo que apunta a una nueva forma de relacionarse con los lectores, a buscar el énfasis no en el mercantilismo de la noticia, sino que en un proceso pedagógico, educativo, liberador de los lectores, en que uno de sus objetivos fundamentales es el crecimiento de la conciencia crítica. Por lo tanto, el medio alternativo apunta a una realidad más compleja que el medio de oposición. Puede ser que éste sea opositor, pero, sin embargo, puede ser terriblemente reaccionario en su forma, en su contenido, en su estilo, en su constitución" (15).

En esta perspectiva, la necesidad de la organización como marco de la comunicación alternativa y como posibilidad de un crecimiento elíptico de incorporación social es cuestión fundamental. A partir de un instante en que un medio de comunicación alternativo se crea, su estabilidad y persistencia dependen de cuántos sectores nuevos se vayan incorporando a la experiencia. Es en este instante donde el papel del comunicador o experto requiere ubicarse en una perspectiva correcta. Hay en él un conocimiento de ciertas técnicas y ordenamientos del mensaje, pero su acción debe plantearse en términos de creación conjunta, sabiendo que antes que él llegaron los medios masivos a difundir un modelo de mensaje. Hay en ello un obstáculo objetivo, pero la posiblidad de superarlo envuelve múltiples posibilidades de rescate y creación.

"Acostumbrados a una actitud pasiva los campesinos e indígenas (de Panamá) muchas veces se abstraían de participar en la discusión sobre cualquier tema elegido (...). Otras veces cuando hablaban o escribían trataban de imitar a los intelectuales introduciendo en la conversación palabras complicadas, de las cuales ni siquiera comprendían su significado (...). Nuestro equipo analizó tales comportamientos y cómo superarlos (...). Percibimos entonces que teníamos por delante la tarea de ayudarlos a comprender que la palabra no es privilegio de algunos hombres, sino

(15) "La prensa alternativa en Chile", J. Andrés Richards, en *Comunicación*, No. 28-29, Caracas, 1980.

derecho de muchos hombres (...). La desvalorización de su cultura, al que eran sometidos por el constante bombardeo de los medios de comunicación, era el origen del efecto imitador que presentaban en muchas ocasiones (...). En algunos grupos se creaban comisiones para 'las noches de arte popular', donde leían poesías y cantos de ellos mismos. Fue de gran valor el socio drama, técnica para la cual el grupo recibió entrenamiento de los animadores (...). Al principio fue costoso, pero una vez liberados de sus trabas, eran capaces de realizar excelentes trabajos... " (16).

Como esta experiencia, el proceso de búsqueda es constante a nivel de la comunicación alternativa. No es el problema de los instrumentos, sino de la calidad de la creación y de su fuerza concientizadora. Hay en todo ello una reconquista de la palabra a nivel popular, que envuelve además un potencial de acción cuando llega el momento en que "el pueblo percibe la solidaridad lenguaje-pensamiento en relación con la realidad en transformación". De igual manera se descubre actor de un proceso comunicativo con medios y estilos que la "industria cultural" no recoge por perspectiva ideológica o por el nivel de sus escalas económicas que le hacen ineficiente preocuparse de sectores medianos o pequeños. Las formas de comunicación alternativa, por el contrario, tienen otra escala de desarrollo, que va generalmente de lo pequeño o lo mediano y que desde allí puede crecer en cuanto se enlaza a experiencias similares.

El último aspecto –el de la relación con otras formas de comunicación alternativa y con otros grupos de acción– constituye una de las dimensiones fundamentales de la comunicación alternativa para su incremento y mutua fortaleza. Aún es zona de trabajo precario en América Latina.

Los diversos medios alternativos viven, en muchos casos, enmarcados en un espacio geográfico limitado. No existe la red de las revistas alternativas latinoamericanas, ni de las productoras de discos ni de video, por dar algunos ejemplos. Este es uno de los problemas que requieren de acción y voluntad política, especialmente si se piensa en los mecanismos de red con los cuales se articula y fortalece el sistema de información dominante. Hay, en consecuencia, un horizonte organizativo hacia el interior de cada experiencia de comunicación alternativa, pero hay también un horizonte mayor que engloba y refuerza una suma de ellas. Es un proceso en que la auto-organización también es fundamental, como lo es a lo largo de todo el proceso alternativo.

(16) "En busca de una educación liberadora", Francisco Romero y María Rosa Romero, *Media Development*, No. 3, 1980. Londres.

"Aquí está el núcleo de la cuestión de los medios. Aquí está la cuestión que separa las tendencias socialistas, neoliberales y tecnócratas. Quien cree que la emancipación se puede lograr con la ayuda de un aparato o sistema de aparatos tecnológicos, cualquiera que sea su estructura, sucumbe a una fe oscura en el progreso. Y quien cree que la libertad de los medios quedará implantada tan luego cada individuo se dedique a emitir y recibir, sucumbe a un liberalismo que, bajo ropajes actualizados, proclama la ya superada idea de una armonía pre-establecida entre todos los intereses sociales. Frente a tales ilusiones, cabe hacer hincapié en el hecho de que el uso correcto de los medios exige y posibilita una organización. Toda producción que tenga por objeto los intereses de los propios productores, presupone un método colectivo de producción. Eso es una forma de auto-organización de las necesidades sociales" (17).

He ahí las tres dimensiones en las cuales la comunicación alternativa se sostiene y puede construir seriamente un proyecto de cambio:

1. Participación en el proceso de creación y desarrollo de las formas y medios.

2. Lenguaje generado a partir de la propia creación popular en el marco de un diálogo igualitario.

3. Organización de las formas de comunicación y de los sistemas políticos y sociales que le dan respaldo.

Todo ello constituye un avance en la búsqueda de una democratización de las comunicaciones, la cual sólo tiene sentido y posibilidad en el marco de una democratización en todos los niveles del quehacer social.

Por todo lo anterior, la comunicación alternativa emerge como expresión que proclama un tiempo histórico a conquistar: el de la democracia auténtica e integral. La comunicación alternativa es por ello un proyecto de confrontación inevitable, cuyo destino es dejar de ser tal, para convertirse en comunicación participativa, permanente y creadora, cuando el instante del cambio estructural y de un modelo solidario de desarrollo se alcance. Es un proceso no siempre garantizado ni libre de desviaciones: hay el peligro de un congelamiento de la riqueza comunicativa ganada en el proceso alternativo cuando se alcanza una hegemonía favorable a los intereses populares. Más de una vez ha contribuído a ello el hecho de asumir los medios masivos de comunicación bajo el encandilamiento del mo-

(17) "Elementos para una teoría de los Medios de Comunicación", Hans Magnus Enzensberger, citado en "Prensa Comunitaria en el Brasil", José Marques de Melo, *Comunicao e Sociedade*, diciembre 1979, No. 2.

do y forma de usar creado por el sistema industrial capitalista de comunicación. A tal equívoco se ha agregado el hecho de relegar a organismos burocráticos la dinámica explosiva de la cultura popular y su potencialidad movilizadora. El desafío, en consecuencia, es mantener en la hora de construcción de un modelo de desarrollo democrático, la vitalidad y participación que la comunicación alternativa ha otorgado en la etapa de búsqueda de tales cambios. Hoy, como nunca en América Latina, hay una acumulación de experiencias populares en este campo, que desafían a la teoría y a la práctica política.

COMUNICACION Y DEMOCRACIA: UNA PERSPECTIVA TERCERMUNDISTA

Alcira Argumedo

La relación entre comunicación social y democracia –en la perspectiva de un Nuevo Orden Mundial de las Comunicaciones y la Información– nos introduce directamente en el tema del papel de las comunicaciones en el contexto más amplio de los fenómenos políticos, económicos, sociales y culturales, dentro de los cuales adquieren su más real significación.

Para acercarnos a este problema, consideramos necesario plantear una visión de las comunicaciones y la información como sistema –cuyas distintas partes cobran sentido en una totalidad que las envuelve– y, al mismo tiempo, como *instrumentos y resultantes* de proyectos políticos económicos, sociales y culturales que se definen tanto en el interior de las sociedades nacionales como en lo internacional.

Al hablar de sistema de comunicación e información, se hace referencia al hecho de que las distintas manifestaciones de este fenómeno –desde el tipo de tecnología que se desarrolla o incorpora, hasta los *comics* infantiles, incluyendo la publicidad, las noticias, las series, la informática o la telemática– están respondiendo a una concepción totalizadora; a un proyecto global dentro del cual adquieren una lógica común, más allá de los aspectos sectoriales o específicos con los cuales están más directamente vinculados.

En esta misma perspectiva, se considera a los sistemas comunicativos como instrumentos privilegiados de difusión y consolidación de tales proyectos que, como se ha señalado, son los que establecen en sus términos fundamentales las funciones, las formas y los contenidos de cada sistema de comunicaciones e información.

Desde este marco general, podemos decir que existen en la actualidad dos modelos paradigmáticos principales de relación entre comunicación y democracia, que dan cuenta de concepciones globales de organización

de las sociedades y del concepto mismo de democracia. Estos dos modelos, que analizaremos en sus rasgos más gruesos en los países que constituyen el centro de cada uno de los bloques de poder mundial –Estados Unidos y la URSS– tienden, hasta el momento, a reproducirse en las respectivas áreas de influencia.

EL MODELO TRANSNACIONAL

Este modelo propone una determinada visión de la democracia –la democracia política en sus formas liberales clásicas– aun cuando sus propios ideólogos (en especial desde la Comisión Trilateral) se están preguntando sobre las posibilidades de supervivencia de este tipo de democracia en las condiciones del mundo occidental actual.

Históricamente, las democracias occidentales se constituyen en los más importantes países desarrollados a través de un proceso largo y contradictorio tensionado por dos factores fundamentales: por una parte, las presiones de sus propios sectores subalternos, que reclaman crecientes márgenes de participación en las decisiones políticas y de beneficios reivindicativos en lo económico. Por otra, por la necesidad de los sectores dominantes de limar los conflictos sociales en el seno de sus sociedades y consolidar el "frente interno" –la "unidad nacional"– a fin de desarrollar una política de expansión y de enfrentamiento con las potencias antagónicas nacientes. No es casualidad que los estados occidentales, en sus formas democrático-corporativas, se constituyan en Occidente en la etapa comprendida entre la "Paz Armada" (que tiene como contrapartida "el reparto del mundo" de finales de siglo) y los años que rodean a la Primera Guerra.

En el período de entre guerras el modelo de democracia de las naciones que han triunfado en el conflicto mundial se mantiene alrededor de este doble eje concentrador-distributivo en lo interno y colonial o neocolonial respecto de la periferia. Mientras tanto, las potencias vencidas o aquellas que llegaron tardíamente a la etapa de expansión imperialista (Alemania, Italia y Japón) han diseñado modelos militaristas de un nacionalismo expansivo asentado sobre formas autoritarias que, sin embargo, logran convocar un importante consenso en el interior de sus sociedades.

La crisis de la Segunda Guerra marca el fin de estos modelos y la "democratización" de la mayoría de los países de Europa occidental en los términos más clásicamente liberales. Pero es una Europa que comienza a pasar a un segundo plano de la política internacional ante el poder indiscutido que en términos económicos, políticos y militares ha adquirido Estados Unidos como centro hegemónico del bloque Occidental frente al campo socialista.

La propuesta diseñada por esta naciente potencia mundial se asienta en el proceso de descolonización política que sigue al fin de la guerra y culmina hacia la década de los sesenta. Nuevas y sutiles formas de expoliación y dominio van a irse gestando en las regiones del Tercer Mundo, a traves de la estructuración de un modelo totalizador que tiene su núcleo dinámico en las grandes empresas transnacionales.

Las libertades democráticas: la libre empresa, el libre mercado, la libre contratación del trabajo, son el sustento ideológico que permite la libertad de acción requerida por los poderosos para incrementar su poder. Sin una ocupación territorial directa –salvo en aquellos casos en los que peligran sus intereses vitales– el nuevo proyecto posibilita la penetración de las empresas transnacionales tanto en Europa Occidental como en la periferia capitalista. La acelerada concentración de poder económico y financiero que esta dinámica impulsa –más allá del surgimiento de nuevos núcleos en el interior mismo del sistema transnacional, como son Alemania Federal y Japón– va generando una creciente polarización de los ingresos entre los centros transnacionales y los países dependientes. Polarización que se reproduce en el seno de estos últimos entre un sector reducido de beneficiarios del sistema y grandes mayorías marginadas.

A esta dinámica esencialmente anti-democrática en lo económico-social han correspondido, en la periferia, experiencias políticas donde la vigencia de las democracias liberales constituyen casos excepcionales.

El modelo de comunicaciones que se define desde este proyecto transnacional reproduce las pautas globales que lo caracterizan en su conjunto: una amplia libertad de expresión para quienes tienen los medios económicos y financieros para expresarse; y una alta eficiencia tecnológica, como condición para el incremento de su productividad, para la aceleración de la circulación del capital y para consolidar su capacidad de control de los negocios a nivel mundial. Estos fenómenos se desarrollan en el marco de una libre competencia que le permite, dados sus niveles de productividad, bajos costos relativos y agilidad distributiva internacional, establecer las reglas del juego y desplazar todo intento competitivo real.

En sus contenidos esenciales, el modelo transnacional de comunicaciones tiende a imponer una homogénea visión del mundo según sus propias pautas de consumo y estilos de vida dirigidos a generar, no sólo un consumidor universal típico para sus productos sino, además, un amplio consenso mundial para sus propios intereses, desplazando a las identidades culturales como obstáculos para el despliegue de este nuevo proyecto civilizatorio.

De esta forma, detrás de la propuesta de democracia y libertad del proyecto transnacional, se reproduce un esquema neocolonial entre el centro y la periferia. Tal vez lo que más claramente diferencia a la lógica establecida por este modelo de las dinámicas típicas de anteriores formas de dominio imperial, es que el modo y la velocidad de concentración de poder económico tiene un carácter expulsivo para amplios sectores sociales, no sólo en los países dependientes, sino en el interior de las mismas naciones centrales.

De allí los problemas de "gobernabilidad de la democracia" y las expresiones atomizadas de disenso social que se manifiestan –en especial en Estados Unidos– a través de un alto margen de abstencionismo (aproximadamente 50% de los votantes potenciales en las últimas elecciones) o en formas dispersas de protesta social (movimientos negros, hispanos, ecologistas, progresistas, antinucleares, etc.).

EL MODELO SOCIALISTA

El modelo paradigmático antagónico es el diseñado en los países socialistas y se basa en un concepto distinto de democracia. Las democracias sociales han evidenciado indudablemente capacidad para satisfacer las necesidades básicas del conjunto de sus sociedades (alimentación, vestido, salud, educación, vivienda, etc.) pero, en tanto están asentadas en modelos económico-políticos de alta concentración de poder, se muestran reticentes a una dispersión de este poder de decisión político y económico entre las más amplias capas sociales. En otras palabras, la distribución de los beneficios –que ha llevado a una creciente igualación en las posibilidades de acceso a la satisfacción de estas necesidades básicas de las mayorías– no se ha correspondido con una equivalente distribución de las oportunidades de participación real en las decisiones trascendentales dentro de cada unidad nacional.

Es innegable que este modelo global está signado por condiciones internacionales de antagonismo con el capitalismo occidental; pero también está definido en lo interno por condicionantes materiales y por una determinada concepción ideológica-política. Por un lado se plantea el problema del control sobre el monto de poder económico que supone la acumulación social de la riqueza por parte de Estados que han establecido esquemas de planificación centralizada. Este problema –recordemos que ante el poder económico del Estado soviético grandes empresas transnacionales como la Exxon o la IBM aparecen empequeñecidas– se ha resuelto por medio de una alta concentración de poder político y un diseño de Estado que no permite –hasta el momento– la potenciación de una amplia participación popular en este ámbito de definiciones nacionales.

Por otro lado, la organización de la sociedad política en un partido único responde –en sus líneas más puras– a una determinada visión de los procesos de gestación y desarrollo de la conciencia de los sectores populares, que ha revertido en formas seudo-paternalistas de conducción del desarrollo social.

A estas definiciones corresponden modelos de comunicación e información que presentan, en cuanto a sus aspectos económicos, una alta eficiencia relativa tanto en la utilización de tecnologías de alto nivel cuanto en los escasos márgenes de despilfarro de recursos, que han redundado en niveles sostenidos de crecimiento económico. Pero, al mismo tiempo, en los aspectos políticos y culturales se han generado, como tendencia, esquemas verticalistas, restrictivos y centralizados de comunicación social.

De esta manera el modelo paradigmático socialista presenta un alto grado de rigidez en su capacidad de absorción de la participación popular o del disenso social (aun cuando este disenso no cuestione las bases mismas de organización social ni proponga una vuelta al capitalismo), que se hace evidente en el manejo de las comunicaciones.

UNA PERSPECTIVA TERCERMUNDISTA

La necesidad de estructurar un Nuevo Orden Mundial de las Comunicaciones y la Información, en íntima relación con un Nuevo Orden Económico, surge como propuesta de los Países No-Alineados en el marco de una compleja situación política internacional, que caracteriza la década de los setenta por un cambio significativo en las relaciones de poder mundial.

En sus tendencias principales se observa, a lo largo de la década, una pérdida de la hegemonía política de los Estados Unidos en el plano internacional, y en el Tercer Mundo en particular, que contrasta con el acrecentado poder económico, financiero y tecnológico de sus empresas transnacionales, y con una presencia avasalladora de su modelo comunicativo y de información en las regiones bajo su influencia. Como indican distintas cifras, la participación relativa de los Estados Unidos en el comercio y la producción mundial ha decaído en favor de los otros centros de poder transnacional –Alemania Federal y Japón– y del bloque socialista, en especial la Unión Soviética. Por su parte, la periferia capitalista –también en lo económico– se encuentra, como conjunto, en una crisis estructural que se revela en situaciones críticas de miseria y en una creciente incapacidad para afrontar su participación en el comercio mundial. Esta situación global ha redundado en una *crisis de legitimidad política* del modelo transnacional manifestado a través de distintos fenómenos: un conjunto de

países periféricos que se vuelcan hacia el campo socialista; otros que definen posiciones claramente anti-capitalistas desde un marco de no-alineamiento; o la pérdida de su capacidad de decisión en los organismos internacionales hasta hace poco tiempo relativamente dóciles a sus políticas.

EL CASO LATINOAMERICANO

En América Latina, el proyecto impulsado por el sistema transnacional constituye un plan global que, para el continente, tiene un carácter de "refundación" semejante al realizado por las potencias hegemónicas y en especial Inglaterra, hacia finales del siglo pasado. Casi podríamos decir que, al igual que lo ocurrido en el siglo XIX, nos encontramos con el enfrentamiento entre proyectos totalizadores que –más allá del grado de estructuración que el campo popular alternativo haya alcanzado en las distintas sociedades latinoamericanas– se plantean modelos que afectan radicalmente al conjunto de lo social.

A diferencia de estadios anteriores de dominio imperial –que generaban o permitían formas económicas y sociales "duales", de convivencia entre pautas tradicionales y esquemas de producción ligados al mercado mundial– lo transnacional tiende a penetrar y afectar aceleradamente, con mayor o menor énfasis, todas las manifestaciones de la vida social y económica de cada sociedad nacional. Esto se refleja, entre otros aspectos, en el fenómeno de marginalidad social –especialmente urbana– que se acompaña de una "explosión demográfica" también connotada por esta "modernización" transnacional.

La lógica establecida por este modelo ha profundizado las distorsiones existentes, derivadas de anteriores formas de dependencia; pero su aceleración y magnitud nos enfrentan a un problema cualitativamente distinto. No se trata solamente de los factores estructurales –que como se ha señalado repetidamente muestran entre otros aspectos un 30% de la población latinoamericana en condiciones de "absoluta miseria" y cerca de un 60% en una situación no demasiado superior a ese nivel, según estadísticas del Banco Mundial –sino, además, de la existencia de una fuerte presión sobre las pautas culturales que pretenden "desidentificar" a los sectores populares.

En tal situación, la resistencia cultural de los sectores dominados se potencia por la presión de las condiciones materiales de empobrecimiento relativo y absoluto de las grandes mayorías del continente. Este disenso popular –latente, replegado, estructurado u ofensivo– constituye el límite fundamental para las posibilidades de consolidación a largo plazo del proyecto transnacional en América Latina. Y es, a su vez, el núcleo esencial que explica la relativa ineficacia del sistema transnacional de comunicaciones para cumplir sus funciones ideológico-políticas de gestación de un amplio consenso para su modelo.

El modo como se está implantando este proyecto en el Cono Sur –a través de Estados profundamente represivos– no hace sino demostrar que allí donde la oposición popular tiene grados más altos de estructuración y capacidad defensiva-ofensiva, debe imponerse a través de la fuerza. Sin embargo, también puede utilizar esquemas de democracia formal en aquellas sociedades donde el disenso social se encuentra más atomizado.

EL PROBLEMA DE LA DEMOCRATIZACION DE LAS COMUNICACIONES

A partir de este contexto general nos interesa analizar las propuestas que se han ido delineando desde los países periféricos en el debate sobre el NOMCI y que se definen como antagónicas con el modelo transnacional, en tanto poder dominante del grueso de las naciones del Tercer Mundo. La denuncia de un desequilibrio tanto en las relaciones económicas como en las comunicaciones y la información, se asienta sobre nuevos valores: respeto a las soberanías nacionales, reivindicación de las identidades culturales; interdependencia y solidaridad, equilibrio y diálogo: *self-reliance* nacional y colectivo, tecnología apropiada, búsqueda de modelos autóctonos de desarrollo económico y social, amplia participación popular.

En su esencia, el planteo del NOMCI se sintetizaría en una demanda de democratización de las comunicaciones, como parte de procesos totalizadores de democratización nacional e internacional.

Desde la perspectiva latinoamericana, cabe preguntarse qué significa –y qué viabilidad puede tener– esta propuesta basada en un nuevo concepto de democracia: la *democracia integral*, que propugna una conjunción superadora entre aspectos esenciales de las democracias sociales y elementos de la democracia occidental. En síntesis; democracias con justicia social y amplia participación popular.

Consideramos útil introducir aquí el concepto de *relaciones de fuerzas* entre proyectos sociales enfrentados. Es decir, el problema de la combinación de las distintas manifestaciones del poder que controla cada uno de los campos antagónicos: formas de poder económico (productivo, financiero, etc.), formas de poder militar, formas de poder tecnológico (que se entrecruzan con las anteriores), formas de poder político, de representatividad social o institucional, de convocatoria o consenso.

Tomando estos elementos –y muy esquemáticamente– el análisis de los grandes bloques sociales enfrentados en las distintas sociedades nacionales, y de sus respectivas alianzas internacionales, nos permite aproximarnos al carácter del poder combinado total –es decir, la combinación de los diversos aspectos del poder social– que detenta cada uno de ellos.

Dentro de este marco, se hace evidente que la principal base de poder de los proyectos alternativos al modelo transnacional se encuentra en las formas de resistencia popular, al margen del nivel de consolidación que éstas pueden haber logrado en los distintos países en el presente momento histórico. De allí que la *propuesta participativa y democrática* no aparezca como idealista; sino que *emana de uno de los núcleos centrales del poder cuestionador a lo transnacional* –el poder de representatividad social, el poder de convocatoria y consenso– cualquiera sean las formas específicas que en lo político y/o militar este poder cuestionador adquiera en las realidades del Tercer Mundo.

La fuerza relativa que alcanza la comunicación alternativa en sus diversas manifestaciones –en general caracterizadas por escasos recursos técnicos y financieros– se debe precisamente a que expresa este poder de representatividad social, este consenso alcanzado entre distintos sectores sociales, institucionales o políticos.

En otros términos, si el límite o la posibilidad de estabilización del sistema transnacional en América Latina lo constituye fundamentalmente la conciencia resistente de los sectores populares, desde este mismo fenómeno han de partir las nuevas propuestas políticas y organizativas y, con ellas, los nuevos tipos de comunicación democrática.

Debemos analizar, entonces, cuál es la concepción sobre las formas de desarrollo y los contenidos de la conciencia popular que se diseñan en las propuestas periféricas.

En el Tercer Mundo –y nos estamos refiriendo aquí a una historia de cuatro siglos de dominio– no puede hablarse de una "conciencia enajenada" de los sectores populares, de aquéllos que han constituido los "pueblos" en las regiones dominadas, más allá de la composición específica de clases o fuerzas sociales que este concepto de "pueblo" haya tenido en cada sociedad y/o en cada momento histórico. Hablamos de "conciencia enajenada" en el sentido de aceptar como propias y válidas la visión del mundo y las formas de dominio establecidas por los imperios en las sucesivas etapas históricas.

La historia de la dominación colonial o neo-colonial en los tres continentes, a lo largo de más de cuatrocientos años, demuestra que la época de "paz" de aparente aceptación del dominio o, para nosotros, de no manifestación de un disenso latente, han sido la excepción y no la regla de los pueblos dominados.

A esto se refiere Fanon cuando afirma que "los verdaderos héroes del mundo colonizado han sido siempre quienes encabezaron la resistencia a la dominación". Y otra evidencia de este mismo fenómeno es que todas las crisis de los poderes imperiales en las diferentes etapas históricas hayan sido acompañadas de una erupción de formas de resistencia nacional (cultural, regional, tribal) en las áreas bajo su dominio.

Sucede que durante demasiado tiempo la historia ha sido relatada por los dominadores; y desde las enciclopedias científicas hasta los *comics*, los *films* o las series nos han presentado a los pueblos resistentes como "bandoleros", "salvajes", "criminales" o "bárbaros", cuando no como ridículas, sumisas o extravagantes expresiones del hombre. Y esta distorsión histórica de la información –el fenómeno no es nuevo– ha llevado, aun a ciertos sectores progresistas, a concebir la historia del dominio como asentada a un consenso "enajenado" de los dominados.

Ello no excluye que, en una gran mayoría de los casos, esos mismos sectores dominados hayan adoptado pautas y valores contenidos en el proyecto de dominio, dándoles significados propios. Esto, como ejemplo, ha sucedido con el cristianismo que acompañó la expansión hispano-portuguesa, y sucede actualmente con algunos aspectos del modelo transnacional. Este fenómeno señala la necesidad de alcanzar niveles más refinados de análisis en los problemas vinculados con la concepción del mundo, con la ideología, con las reales significaciones del pensamiento colectivo de los sectores populares.

La defensa de las identidades sociales y culturales ha tenido en esta perspectiva un papel revolucionario central en el desarrollo de la historia del Tercer Mundo. De allí que la reivindicación y el respeto a las identidades culturales sea una de las demandas más profundas de la propuesta del NOMCI. Frente a un modelo globalizador y homogeneizador en lo económico, lo político y lo cultural, los países periféricos levantan la necesidad de consolidar una unidad –basada esencialmente en la cooperación horizontal– que sea capaz de contener y respetar tales identidades como formas válidas, mutuamente enriquecedoras y no antagónicas del devenir humano.

Precisamente lo "nuevo" en la historia de los últimos tiempos es esta creciente unificación —contradictoria y por momentos frágil aún— de las fuerzas de los dominados de los tres continentes, dado que la posibilidad de atomización de esta resistencia fue una de las condiciones históricas que permitieron el asentamiento de los proyectos imperiales. Las propuestas de cooperación horizontal, de *self-reliance* nacional y colectivo, de solidaridad y diálogo, de respeto a las soberanías nacionales, están dirigidas a reforzar estos vínculos y a potenciar una fuerza conjunta que ha de revertir en beneficio de todas y cada una de las naciones periféricas.

El desarrollo acelerado de los medios de comunicación y transporte que en especial el sistema transnacional ha gestado para consolidar nuevas formas de dominio ha sido, al mismo tiempo, uno de los factores instrumentales más importantes para la estructuración de esta creciente unidad de los subordinados. La capacidad de los pueblos para incorporar en sus luchas muchos de los instrumentos gestados para dominarlos, se cumple también en el caso de las comunicaciones.

Son conocidas las experiencias de utilización de elementos técnicos —muchas veces a muy bajo costo— que el modelo transnacional brinda en su intento de manipulación de las conciencias, que han sido transformados en valiosos instrumentos de resistencia: las radios o transistores en Argelia o Nicaragua, los *cassettes* en Argentina o Irán, etc.

La concepción sobre el fenómeno de la conciencia popular —sus contenidos y formas de desarrollo— tienen profundas connotaciones para la dirección de los procesos. El modelo alternativo no significa impulsar un espontaneísmo de masas, sino que debe encontrar canales de conducción y ejecución de las políticas, susceptibles de recoger, sintetizar y potenciar la riqueza que surge de la participación popular.

En este sentido, en el interior de las sociedades nacionales la propuesta de democracia integral señala el objetivo estratégico de construir formas de *poder popular participativo* capaces de conformar modelos económicos y de organización social que correspondan a la composición de sus fuerzas y sean aptos, no sólo para cubrir las necesidades sociales básicas, sino para impulsar la creatividad y la participación popular, el desarrollo integral de sus hombres y mujeres.

Nos estamos refiriendo a un poder participativo que emana de la síntesis y el enriquecimiento de las aspiraciones y contenidos de la conciencia popular, y no a un modelo cristalizado en la definición científica de "lo" revolucionario que ha de imponerse desde arriba a esa conciencia popular.

A estos lineamientos corresponden necesariamente modelos comunicativos que no se identifican con las opciones paradigmáticas que señalamos anteriormente. Pero el diseño de los nuevos modelos tampoco ha de partir de una *tabula rasa,* ya que tiene fuertes condicionantes políticos, sociales, económicos y culturales, tanto en el seno de cada sociedad nacional como en el ámbito de lo internacional. Al mismo tiempo han de ser capaces de incorporar aquellos aspectos que se han mostrado funcionales en otros esquemas o que constituyen puntos de no retorno en el desarrollo global contemporáneo.

Si se acepta que en la conciencia de los sectores populares están prefigurados los elementos esenciales que han de regir la construcción de nuevos modelos sociales, al margen del conocimiento o formación de cada uno de los miembros individuales que integran lo popular, hay que impulsar que esos contenidos se expresen para sintetizarlos, enriquecerlos y potenciarlos. Este es el papel fundamental que deben cumplir los medios de comunicación —masivos, sectoriales, institucionales o regionales— en el proceso de construcción de nuevas sociedades con democracia integral.

Sin embargo, la historia demuestra que en la mayoría de los casos, los movimientos de liberación que acceden al gobierno —y que en todo el proceso de sus luchas tuvieron a la creatividad popular como uno de sus motores esenciales— han tendido a cerrar las puertas a esta fuerza creativa popular una vez alcanzado el poder. Es indudable que toda política de gobierno requiere de importantes márgenes de eficiencia técnica y operativa, que generalmente los sectores populares —en tanto individuos o cuadros— no han podido alcanzar. Por ello, uno de los problemas principales de todo proyecto liberador que llega al poder es la carencia de cuadros técnicos. Pero esta realidad objetiva que requiere de *eficiencia técnica* no debe condicionar una definición tecnocrática que coarte la *eficiencia histórica* que la participación popular ha demostrado en los procesos de lucha por su liberación. Y esto, que es cierto para el conjunto de la organización social, es también cierto para el fenómeno de las comunicaciones.

En este sentido, abundan los ejemplos de intentos de construir formas comunicativas emergentes de lo popular, que han fracasado en tanto no pudieron encontrar las vías de resolución a la contradicción entre la dinámica propia de los medios comunicativos elaborados a partir de modelos sociales verticalistas y el ritmo creativo —siempre más lento y "desordenado"— de los sectores populares.

Pero estos medios masivos son sólo una parte del sistema total de comunicaciones e información, lo cual plantea el problema de los condicio-

nantes de diverso tipo que acotan las posibilidades de diseño de nuevos modelos comunicativos.

Por una parte, están los condicionantes políticos, que dan cuenta de las relaciones de fuerzas –tanto internas como internacionales– que haya alcanzado el proyecto alternativo frente al bloque transnacional. Es decir, la cuota del poder combinado total que controla dicho proyecto en lo interno y el sistema de alianzas internacionales que haya podido establecer.

El acceso de los movimientos progresistas al aparato del Estado implica sin duda la conquista de un importante margen de poder institucional. Pero el control de los instrumentos del Estado –o de parte de ellos– no significa necesariamente control de conjunto del poder que se expresa en una sociedad. Sin pretender profundizar en este tema, es evidente que la capacidad de acción de un determinado bloque político-social que alcanza el poder del Estado –y aun el carácter mismo de ese Estado: su extensión, sus funciones, su proyecto global –está condicionado por sus relaciones de fuerzas con el bloque antagónico sobre el cual pretende imponer su hegemonía o dominio.

De esta forma, más que la formulación de modelos "puros" –que suponen una alta cuota de poder para el campo popular– es probable que una mayoría de los países de América Latina se encuentren frente a la necesidad de diseñar sus propuestas como *modelos tendenciales* asentados a una situación de equilibrio inestable de fuerzas entre los proyectos enfrentados.

Esta situación de equilibrio inestable entre un bloque popular que busca generar un proceso de democratización y otro bloque ligado al proyecto transnacional, otorga un papel central a las comunicaciones para la profundización de los procesos. Pero también la posibilidad de coexistencia de ambas propuestas plantea un problema crucial para la comunicación democrática. La fuerza potencial adquirida por la comunicación alternativa no debe hacernos desconocer los grandes problemas que este tipo de comunicación enfrenta en un momento de gobierno.

Si bien el modelo transnacional ha encontrado fuertes obstáculos en su aceptación por parte de las grandes mayorías, no es menos cierto que la producción cultural y comunicativa gestada desde estas últimas, tiene una dinámica muchas veces "artesanal", que limita sus posibilidades de competir técnica o estéticamente con la producción transnacional. Junto a esto, la atomización de la producción "periférica" determina que una

parte importante de la misma quede reducida a manifestaciones locales, sin posibilidad de real difusión a nivel internacional o aun nacional.

Esto significa que una comunicación democratizadora –al margen de potenciar la participación y la difusión cultural de las más amplias capas sociales –puede encontrarse con importantes limitaciones tanto cuantitativas como cualitativas en términos de producción, de "oferta" de una comunicación distinta a la transnacional. Estos son sólo algunos de los problemas que enfrentaron los sectores progresistas y populares en las experiencias de Allende en Chile, de Velasco Alvarado en el Perú, de Perón en Argentina; también algunos de los obstáculos que se encuentran actualmente en Nicaragua, aun cuando allí la cuota de poder combinado alcanzada por el proyecto popular sea mayor, en términos relativos, que en las experiencias señaladas.

Por otra parte, existen *condicionantes económicos y tecnológicos* que se refieren no sólo a lo comunicativo, sino al conjunto de los aspectos productivos y al carácter de la inserción de cada sociedad nacional en el mercado mundial.

Por ejemplo, aun cuando puedan definirse pautas de producción internas basadas en un concepto de "otro desarrollo", el mercado mundial en el sector occidental está dominado en la actualidad por las grandes empresas transnacionales (que también están creando amplios márgenes de vinculación con el mundo socialista, tal como lo indican cifras recientes de comercio e inversiones Oeste-Este). Este mercado mundial establece normas de eficiencia y productividad que obligan a la utilización de determinado tipo medio de tecnología, diseñada para esquemas económicos de los países centrales y que necesariamente llevan la marca de su nacimiento.

En el plano de las comunicaciones, esto pone en cuestión cuáles han de ser las connotaciones que la imposición de tecnologías de alto nivel –que en muchos casos constituyen hitos irreversibles para el desarrollo contemporáneo– han de tener para la definición de modelos de democracia integral en las comunicaciones. Nos referimos a los satélites, la informática, la telemática, el flujo privado de información *(data flow)* y otras formas avanzadas de tecnología en comunicaciones que han sido concebidas dentro de sociedades con alta concentración de poder económico, político y social.

No vamos a analizar en profundidad el problema tecnológico en tanto tal, ya que es tema de otros trabajos, pero sí queremos señalar el carácter crucial que lo tecnológico tiene en el presente estadio del debate sobre el NOMCI. El bloque transnacional pretende imponer una visión "tecnicis-

ta", señalando que los desequilibrios existentes se asientan en las desequilibradas posibilidades de acceso a las innovaciones técnicas entre las naciones altamente desarrolladas y la periferia. De allí que su propuesta fundamental consiste en ofrecer asistencia técnica, profesional y eventualmente financiera para el desarrollo de las comunicaciones en las naciones del Tercer Mundo.

Es evidente que este tipo de ofertas —al igual que lo ocurrido con experiencias anteriores, como la Alianza para el Progreso —mantiene la lógica global de la expansión transnacional que en este momento requiere de la implantación de ciertas instancias tecnológicas en los países de la periferia, a fin de reforzar los canales de recolección informativa imprescindible para su funcionamiento a nivel mundial.

Por su parte, para la gran mayoría de las naciones en desarrollo, el problema tecnológico es esencialmente político. No se trata, por supuesto, de desdeñar las posibilidades que determinados tipos de tecnología brindan para estos países, sino de establecer las consecuencias que su incorporación indiscriminada plantea y las alternativas de soluciones viables en términos de la definición de sus propios modelos de desarrollo económico, político, social y cultural. En todo caso, este es uno de los puntos más endebles, y que por lo tanto requiere prioritariamente de la búsqueda de respuestas, en el marco de las posiciones del Tercer Mundo.

Los aspectos señalados constituyen sólo algunos de los elementos que consideramos deberían ser debatidos en profundidad para la redefinición del papel de las comunicaciones en la construcción de modelos de democracia integral. Al situar el fenómeno de las comunicaciones y la información dentro de contextos totalizadores —aún en sus rasgos más gruesos— se vuelve evidente la necesidad de ampliar los marcos de referencia de los estudios comunicativos, incorporando los procesos económicos, políticos y sociales como momentos sistemáticos de análisis.

Este tipo de metodología de carácter globalizador vuelve más evidente la complejidad que el fenómeno de las comunicaciones contiene, tanto en la dinámica del proyecto transnacional como en el marco de los proyectos alternativos de cambio. Siguiendo esta perspectiva surge un conjunto de preguntas y cuestiones que marcan los obstáculos y los profundos problemas que las propuestas democratizantes han de encontrar en el camino de su construcción.

Sólo para indicar las instancias polares de esta problemática, tendríamos: por un lado, dada la aceleración de la tecnología de alto nivel en las pautas fijadas por los países centrales, es indudable que la brecha tecnológica con las naciones de la periferia tiende a profundizarse tan aceleradamente como la brecha económica. Como señala el Informe Tinbergen, más del 90% de los científicos que existen en el mundo realizan sus actividades en el norte, dirigiendo su investigación a solucionar los problemas del mundo rico. Como contrapartida, dos tercios de la humanidad vive en las regiones del Tercer Mundo y entre ellos casi 1,500 millones de hombres y mujeres "sobran" para el proyecto transnacional que —dada su dinámica tecnológica— requiere cada vez menos de "mano de obra barata". En su modo actual de desarrollo, el sistema transnacional evidencia su incapacidad para dar respuesta a esta crítica situación social, al margen de sus propuestas de impulsar o imponer un "control de la natalidad". Por nuestra parte, si no hemos de considerar como un proceso "natural" del desarrollo económico-social a la lógica impuesta por un proyecto hegemónico determinado, nos enfrentamos al desafío inconmensurable de aportar a la transformación de este "problema demográfico" en una fuerza creadora de nuevas y más humanas formas sociales.

EL SIMULACRO DE LA LIBERACION FEMENINA EN LA DIFUSION MASIVA DEL ESTADO BURGUES

Marta Colomina de Rivera
Xiomira Villasmil

La mujer, como destino y como objeto de mensajes que son difundidos masivamente por los modernos medios de comunicación social, no hace más que padecer los efectos de una relación de dominio que recubre lo comunicacional como las demás instancias que componen la vida de una sociedad por ella caracterizada. Nada podría hacer suponer que las causas de la manipulación de la mujer a través de esos medios técnicos escapan a esa enajenante relación que sirve de matriz al conjunto de determinaciones que se dan en una totalidad social clasista.

LOS MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL, COMO APARATOS IDEOLOGICOS DE ESTADO, SE DEFINEN Y CONSTITUYEN A PARTIR DE LA TOTALIDAD SOCIAL QUE LOS INCLUYE

Para poder hacer una caracterización de los medios de comunicación social, y de la función que ellos cumplen en nuestra sociedad, es necesario tener en cuenta que su misma constitución proviene de la existencia de una totalidad social cuya característica fundamental es la contradicción que atraviesa todos sus espacios: lo económico, lo político, lo ideológico; articulándose dichas contradicciones en la praxis antagónica como campo vital de las clases sociales en pugna.

Este antagonismo, que no es opcional sino constitutivo en la vida de una sociedad escindida en clases, se especifica y dimensiona a través de prácticas que expresan y defienden los intereses clasistas de cada una. La condensación de las mismas se da en el Estado como entidad supraclasista y como regulador de unas relaciones sociales que son de dominación el cual se vale, para cumplir su cometido, no sólo de aparatos de coerción, sino de aparatos vehiculadores de la ideología dominante.

Entre esos portadores de ideología, y como uno de los más importantes, están los medios de comunicación social que "*sin comunicar* (porque

no dan posibilidades de participar a las masas), *sin informar* (porque son ocultadores de la realidad) (...) trasmiten los valores de la clase dominante, haciendo sentir a las masas que son los suyos. Se crea así un consenso ideológico ratificador de la formación social capitalista" (1).

Estamos aquí ante el significado pleno que Gramsci le diera al Estado, porque abarca no sólo las funciones coercitivas y económicas, sino también la hegemonía que materializa mediante la dirección intelectual y moral de una clase sobre otra y que nos corrobora que los aparatos ideológicos de Estado "son un lugar de la lucha de clases" (2), y que esta instancia de la lucha está articulada a la política y a la económica; . . . "en el espacio de la lucha ideológica se produce también una relación de subordinación (por vía de la hegemonía que las clases dominantes ejercen sobre el resto de la sociedad), que expresa los mismos contenidos, el mismo sentido y significación de las relaciones de dominación existentes en los espacios político y económico" (3).

La confrontación de las diferentes prácticas (praxis) determina el funcionamiento de la sociedad con el despliegue de sus contradicciones. Este proceso tiene diferentes grados de desarrollo, diferentes matices, pero es en esa relación de fuerzas contradictorias donde se da el equilibrio indispensable para que la clase dominante preserve su poder político. Y, precisamente, la comunicación social es una de las instancias ideológicas que mejor ilustra la ficticia neutralidad que sirve de método para la obtención del "equilibrio". Numerosos señuelos se utilizan para demostrar lo indemostrable, para justificar una libertad de expresión que no existe, para simular una libertad de participación imposible dentro de un sistema de dominación.

Los recursos son variados: la sustitución de la calidad por la cantidad, el sincretismo, los mitos; todo con el afán de ocultar no sólo la incapacidad comunicacional (4), sino la distorsionada función informativa. El saldo viene a ser un proceso de producción y difusión de mensajes que representa la ideología de la clase dominante propietaria de los medios, que tiene como finalidad reproducir su hegemonía material a través de la hegemonía ideológica sobre las clases explotadas, creando una opacidad ideológica que impide la comprensión de los conflictos generados por las diferencias de clases y la visualización de las alternativas reales para la solución de sus problemas.

(1) Xiomira Villasmil, *Difusión masiva y hegemonía ideológica*, Editorial Vadell Hnos., Valencia, 1980, p. 15.

(2) Cristine Buci-Glucksmann, *Gramsci y el Estado*, Siglo XXI Editores, México 1978, p. 87.

(3) Rigoberto Lanz, *Por una teoría del poder y del partido*, Editorial Ateneo de Caracas, Caracas, 1979, p. 41.

(4) "Si la separación entre emisores y receptores en los países capitalistas se corresponde con una relación de poder, es decir, si se trata de la separación entre clases dominante y dominada, podemos afirmar que entre sectores sociales que son antagónicos inmanentemente, no puede existir simetría, no puede darse una relación bilateral, no hay paridad de condiciones; con ello los roles de emisor y receptor se hacen intercambiables y se pierde la posibilidad comunicativa que se desprende de la propia definición de la comunicación" (X. Villasmil, *Op. cit.*, p. 18).

¿PUEDE ENTONCES ESPERARSE QUE LA COMUNICACION SOCIAL DENTRO DEL ESTADO CAPITALISTA ESTIMULE LA PROFUNDIZACION DE LA DEMOCRACIA?

En el apartado anterior hemos tomado distancia de la concepción instrumental, según la cual una clase confecciona y manipula a voluntad y conveniencia un Estado (5). El simple hecho de definir a éste como la condensación o síntesis de los antagonismos de las clases opresora y oprimida, supone la percepción de esta entidad como una relación dialécticamente contradictoria que no sólo implica el despliegue de las pugnas de las clases entre sí sino, además, las de las fracciones internas de las clases que luchan por el control hegemónico del poder.

De esta manera se acepta la afirmación de que la relación de dominación no es ni lineal ni mecánica; por el contrario, está sujeta al juego de contradicciones que están permanentemente resolviéndose y presentándose. Esto equivale a entender la contradicción como una tensión a distintos niveles: económico, político, ideológico. El aspecto cualitativo de la tensión dependerá del desarrollo de la lucha de clases; lo que en otros términos significa: grado de organicidad de las dos fuerzas (dominada y dominante), características de la coyuntura (crisis, estabilidad, a nivel nacional, a nivel mundial, etc.), grado de profundización de la conciencia de clase.

En segundo lugar, de cómo se conjuguen todas estas variables dependerá el tipo de Estado que tengamos (democracia burguesa, régimen militar populista, régimen militar fascista, etc.) y, por supuesto, la expresión de las funciones de la ideología dominante serán distintas. En consecuencia, el carácter deliberado o no, explícito o implícito, grotesco o sutil, de la manipulación de lo simbólico, de lo ideológico, variará tanto como la coerción. Por ejemplo, en las sociedades donde la lucha de clases se ha agudizado no se puede dar a los mensajes el mismo tratamiento mítico que en aquéllas donde, bajo un régimen liberal, existe una aparente homo-

(5) Nicos Poulantzas, *Estado, poder y socialismo*, Siglo XXI Editores, México p. 6.

geneización social; porque sencillamente la contundencia, o la debilidad, con que se presente la realidad, genera distintas factibilidades de ocultación.

Es así como se despliega un proceso de despolitización bajo las formas de mensajes aparentemente neutrales que versan sobre aspectos anodinos y triviales (caso típico de los mensajes femeninos), pero que conllevan toda una concepción de la vida que es internalizada por sus receptores; por eso no puede afirmarse que un proceso de despolitización equivalga a la desideologización.

Las diferencias de métodos en esta lucha tienen repercusiones a nivel de la eficacia ideológica del Estado; ésta es elevada en los periodos de relativa estabilidad (democracia liberal), contrariamente a lo que sucede en las fases de crisis políticas agudas como el Estado de excepción (6).

Es necesario, entonces, tener presente que entre el tipo de Estado, las posibilidades de participación y la eficacia ideológica existe un juego dialéctico del cual se alimenta el propio sistema clasista. No se puede creer que las llamadas "libertades democráticas" sean una concesión gratuita que la burguesía hace a los sectores dominados; por el contrario, de ellas depende la propia justificación de la democracia capitalista como tal.

Si convenimos en que el rasgo más definitorio de la democracia es la intervención directa de las masas populares en la organización social, mal podríamos confundir este tipo de intervención, o de gestión, con lo que no es otra cosa que una programación política e ideológica de la burguesía para mantener la apariencia de neutralidad del Estado y sus aparatos, y que sirve de desahogo a las tensiones causadas por el desequilibrio que produce la dominación; somos conscientes de que ese nivel de participación permitido en la democracia burguesa no pasa de ser una caricatura de la verdadera concepción de la democracia.

No sin razón preocupa la exigencia de saber colocar en sus justas dimensiones y significación las experiencias de comunicación alternativa. Por el aislamiento, la fragmentariedad, el corto alcance y la aleatoriedad con que muchas de ellas se desarrollan, no dan cuenta real de un proceso de democratización de nuestra sociedad. Habría que entenderlas, mejor, como respuestas congruentes, según el desarrollo de la lucha de clases, por parte de los sectores dominados, que sirve de respiradero para éstos y de termostato necesario para la propia preservación y reproducción de la totalidad social antagónica.

(6) R. Lanz, *op. cit.*, p. 40.

No obstante, ni se puede desechar la búsqueda de alternativas comunicacionales, ni se puede dejar de valorar el aporte que, a nivel ideológico y cultural, algunas de ellas hacen. Precisamente, la lucha de clases pasa por esas búsquedas y por la ampliación de la movilidad social (no como concesión sino como conquista). De la misma manera que no se puede calificar de reformista el aprovechamiento de las "libertades democráticas", pues ellas pueden profundizar las contradicciones del Estado.

Lo que sí se convierte en una exigencia para quienes pretendemos luchar contra la dominación es la vigilancia de la autenticidad de las experiencias que, en cualquier ámbito de la lucha, se presenten como alternativas. Esta vigilancia tendrá que estar articulada a una estrategia consistente para la creación de un poder dual que conduzca a la destrucción del Estado burgués, para lo cual cobra suficiente importancia la adecuada valorización de las funciones ideológicas.

La ideología, como representación del mundo, cuando es manipulada por la burguesía como clase dominante en el capitalismo, está encaminada a perpetuar su poder mediante la creación de obstáculos que impidan la toma de conciencia de las masas explotadas sobre su situación y la incorporación de las mismas a un proyecto revolucionario que, a distintos niveles y en distintos espacios, se proponga sustituir ese estado de explotación por un sistema de vida más justo, equlibrado y creador.

En el tema que nos ha correspondido trabajar, nos referimos a cómo un sector de esa clase dominada, *el femenino,* es sometido a todo un juego manipulador a través de los medios, no de comunicación sino de difusión masiva, que lo mantiene adormecido y alejado de sus reales potencialidades creadoras y renovadoras. Para ello, la mitificación de la libertad y del cambio, y la conversión de estos últimos en logros de la moda y de la belleza como resultado del consumo irracional de mercancías, han sido, hasta ahora, parte importante de los recursos utilizados por quienes planifican y deciden los mensajes dirigidos a la mujer.

LA MITOLOGIA DE LA LIBERTAD

A través del dominio aparentemente despersonalizado que ejercen los medios de difusión masiva, la élite que los controla, simulando eliminar las diferencias de clase, crea un contorno cultural en el que tanto la estructura transnacional como los capitales regionales envuelven y alienan al hombre y la mujer latinoamericanos.

"Cada vez tenemos más conciencia de lo que el modelo transnacional de desarrollo implica —acusa Juan Somavía—. Su lógica interna, su racio-

nalidad integradora, se sustentan en el principio de que la economía y las relaciones sociales se organizan y despliegan sobre la base del mercado y de sus leyes de funcionamiento. El capital, por definición, está por encima del trabajo dentro del proceso productivo, es más importante, es el eje esencial. Al Tercer Mundo se le propone imitar ese modelo porque predica que el capitalismo transnacional libera al individuo y le permite ser dueño de su propio destino. El concepto de libertad queda remitido a la capacidad de consumir" (7) y el de democracia a la posibilidad de escoger entre los productos del mercado.

Muchos son los mitos que difunde la estructura de poder que controla la difusión masiva en el mundo capitalista. Entre los más perniciosos por sus efectos está el de confundir abundancia de medios de difusión con diversidad de contenidos, trampa que se constituye en "indicador" de "democratización" y "pluralidad" en manos de quienes los controlan. Es sabido que esa aparente variedad de contenidos lo que produce, en realidad, es una disolución de los elementos disfuncionales al sistema de dominación. La homogeneización de lo subversivo y lo reaccionario —neutralizando el primero en beneficio de lo establecido— hace que los perceptores conciban la falsa idea de pluralidad de los medios y crean que su inclinación es producto de una decisión democrática tomada después de una reflexión personal frente a "varias opciones" ofrecidas.

La convicción que tiene el perceptor de que al ponerse en contacto con los medios de difusión sabrá "lo que pasa en el mundo", le hace también animar la ilusión de que participa en ese mundo vertiginoso del presente, cuando en realidad él es un pobre espectador. Así se crea una plataforma "democratizante" que en la realidad concreta opera totalitariamente, pero que al no ser percibida como tal por el usuario de los medios, se convierte en un grave obstáculo para su movilización política en beneficio de un cambio social.

La ideología del modelo transnacional de la difusión masiva adquiere características aberrantes en los mensajes dirigidos a la mujer latinoamericana. La poderosa industria cultural que en nuestro continente elabora y distribuye los productos estandarizados dirigidos a la mujer —revistas ilustradas, fotonovelas, novelas "seudo-amorosas, prensa, cine, radio y televisión— todos ellos alimentados por la publicidad, transmite la idea de un mundo cotidiano idílico que oculta la verdadera esencia de las relaciones sociales de explotación y hace que la mujer de las capas medias y bajas de la población, se identifique con un orden social que, objetivamente, es contrario a sus intereses de clase" (8).

(7) Somavía, Juan. Prólogo de *Compropolitan*; Santa Cruz, Adriana y Erazo Viviana. Editorial Nueva Imagen, ILET, México, 1980, p. 15.

MODERNIZACIÓN DE LA MITOLOGIA DE LO FEMENINO COMO SIMULACRO DEL CAMBIO

La gran trampa de los medios de difusión masiva consiste en enmascarar la realidad social presentando la imagen seudo-universal de la mujer blanca, feliz, atractiva, moderna, elegante, enamorada y rodeada de objetos materiales de marca identificable, muy diferente a la dramática situación de la mujer obrera y marginal en la vida real del Tercer Mundo. Esta industria cultural cumple así una doble función ideológica para la reproducción y refuerzo del sistema capitalista: a la par que vende mercancías y produce plusvalía al capital, fomenta en las no consumidoras la ilusión de que bajo este sistema, ellas podrán satisfacer algún día, sin necesidad de cambiar nada, sus requerimientos de consumo y ascenso social (9).

Los contenidos de la difusión masiva dirigidos a la mujer revitalizan los viejos mitos de la femineidad que reactivan los mecanismos que son funcionales a lo establecido. Los *mass-media* actuarán, como ocultadores de la realidad social concreta, presentando como sustituto de la realidad el arquetipo de la mujer moderna que, al decir de Michelle Mattelart, (10) aparece como una persona liberada pero cuya emancipación no ha atenuado las dos funciones de seductora y doméstica de la mujer burguesa. El aburguesamiento es, como sabemos, una garantía de conservación de las formas sociales establecidas en el caso de la mujer, las del matrimonio, la familia y la casa.

Es curioso observar cómo la prensa femenina norteamericana, a raíz de la proliferación de artículos y libros al estilo de *La mística de la feminidad*, de Betty Friedan, empezó a darse cuenta de que seguir sosteniendo el mito tradicional no era rentable puesto que algunas mujeres comenzaban a reflexionar sobre la idea de que el papel que la sociedad les había asignado (madre y esposa) no era todo lo gratificador que ellas habían esperado.

(8) Colomina de Rivera, Marta. *La Celestina mecánica*, estudio sobre la mitología de lo femenino, la mujer y su manipulación a través de la industria cultural, Monte Avila Editores, Caracas, 1976, p. 13.

(9) *Ibid*, p. 13.

(10) Mattelart, Michelle. "Apuntes sobre lo moderno: una manera de leer la revista ilustrada femenina", en *Imperialismo y medios de comunicación social*. No. 77, Casa de las Américas, La Habana, 1971.

De modo que los *mass-media* que negocian con la mujer y su viejo mito, decidieron modernizar la ideología y comenzaron a aparecer artículos bajo títulos tan sugestivos como "cincuenta y ocho maneras de conseguir que tu matrimonio sea divertido", "cómo ser una esposa Geisha", hasta llegar a la culminación de la modernización del mito por vía de una falsa "liberación sexual" que es extremadamente funcional al sistema que la auspicia.

Cuando Wininger y Schopenhauer, adhiriéndose al mito de la femineidad, hablaban de la escasa inteligencia de la mujer esgrimiendo como prueba la "ineptitud del pensamiento femenino para los problemas políticos y sociales", sin saberlo, estaban indicando las normas que posteriormente dictaría la industria cultural, en forma estandarizada, a la mujer de nuestros días.

El universo que han creado los medios de difusión masiva dirigidos a la mujer es un micro-mundo en el que no existen los problemas sociales, la política aparece como espectáculo, el deporte sirve para adelgazar y embellecer la figura y los temas sobre cocina, romances, moda y niños encierran el círculo de objetos que cobran vida gracias a la fuerza que le otorgan las mercancías de marca bien precisa. Del análisis de las revistas ilustradas femeninas (11) se desprende que los temas sobre belleza, moda, farándula, sexo y hogar ocupan el 87% de su contenido y que la remisión del mundo mítico femenino a este estrecho círculo es la prueba visible de que lo que se pretende es mantener a la mujer apartada de los grandes problemas políticos, económicos y sociales de su tiempo. El minúsculo porcentaje que los asuntos sobre economía, ciencia, política y arte reciben en estas publicaciones queda aún más menguado al analizar el tratamiento al que son sometidos: la anécdota, la banalidad y la desvinculación de la fuente de origen de los conflictos reseñados —típico del sincretismo de la industria cultural— mitigan todo efecto crítico en la lectora. Por otra parte, el predominio de los materiales "femeninos" en proporción tan aplastante, se convierte en la materialización de la ideología del dominio que reserva a la mujer el *apartheid* que conviene a sus planes de expansión económica y política.

Los viejos elementos del sacrificio y de la abnegación femeninos han desaparecido de la nueva mitología que difunde la industria cultural, pues "gracias a la tecnología, el trabajo del hogar ya no es sacrificado, sino grato, limpio, descansado, moderno y gratificador". El tiempo libre que le queda a la moderna ama de casa que aparece como el arquetipo de los

(11) Las referencias al contenido de las revistas ilustradas femeninas que aparecen en el presente trabajo han sido tomadas de *La Celestina mecánica*, ob. cit.

medios de difusión, lo dedicará "a estar más tiempo con los suyos", a "embellecerse para estar atractiva cuando llegue su esposo a casa", o a "leer una revista para estar al tanto de la moda" mientras que "la cera limpia sus pisos" y "la lavadora de cuatro ciclos de lavado" realiza su labor.

La diferencia, en este caso, se relaciona con las mercancías que la rodean, pues persiste el mito tradicional de mujer esposa-madre y ama de casa que necesita de la belleza como licencia para ejercer la profesión de "objeto erótico" que unificará a las mujeres de todas las clases sociales.

La condición que exige la industria cultural no es el cambio real de la situación de la mujer (eso atentaría contra su propia existencia de fábrica ideológica del dominio) sino que se rodee de artefactos, objetos y cosméticos que el sistema necesita vender para reproducirse a sí mismo. El orden que destila la publicidad y con ella los *mass-media*, como un todo, es el que deja el mundo como está: esa "nueva mujer" preocupada por "muchas cosas" no detendrá su preocupación sobre el origen de su condición de subordinada, impuesta por la tradición y respetada por el sistema mercantilista que la explota.

1. El simulacro de la liberación a través de la moda

Precisamente uno de los elementos lingüísticos que cargado de connotaciones ideológicas se ha constituido en una de las claves del éxito de los mensajes dirigidos a la mujer, es el relativo a la idea de modernidad. Lo moderno, aplicado a vestidos, cosméticos, artefactos, utensilios domésticos, al amor, a las diversiones, en fin, a las formas de vida, se ha convertido en el sinónimo del cambio, pero de un "cambio" que es en extremo funcional para el sistema que lo difunde, pues deja intactas las estructuras de dominación.

La moda, la nueva mujer, lo de hoy, el último grito, como sinónimos de lo moderno, se han erigido en el *slogan* de la industria cultural. Lo moderno es manipulado para que actúe como un motor incesante que abre de par en par las puertas del consumo desenfrenado de cosas "nuevas" que se oponen a las otras cosas "viejas, de ayer", que ya son obsoletas y por tanto no sirven más.

La manipulación de la conciencia femenina por vía del señuelo de la moda que pone en marcha el monstruoso aparato de la obsolescencia planificada, es reconocida hasta por los manipuladores de oficio. Ernst Dichter, autor del ya clásico *Las motivaciones del consumidor*, y asesor de muchos publicistas norteamericanos —en una conferencia dada en

España— al ser preguntado sobre si su teoría de la "necesidad de lo innecesario" podía funcionar en el mundo de la periferia subdesarrollada, en donde comer es un lujo respondió;

"Yo creo, por ejemplo, que en los países africanos, lo primero que hay que hacer es despertar deseos en la gente. Hicimos un estudio en Brasil, entre pescadores de langosta, para una compañía norteamericana, muy capitalista, que quería que esos pescadores pescaran más langosta. Habían probado muchas cosas, pagarles más dinero, pero entonces trabajaban menos. Se dijeron: "Ahora sólo tendremos que trabajar dos días por semana para ganarnos la vida". Nuestro trabajo era una función desagradable, consistía en descubrir cómo podríamos hacer trabajar más a aquellos pobres diablos: *lo realizamos a través de sus mujeres. Les enseñamos catálogos de bellos vestidos y a través de esta artimaña, las mujeres hicieron presión sobre sus hombres para que trabajasen más".*

¿Es esto correcto? —Se pregunta el ideólogo de la "ética" empresarial transnacional. A lo que él mismo responde: "Yo creo que sí, porque la riqueza de un país consiste en la capacidad de trabajo de sus gentes". Precisamente el contenido único y repetido de las revistas ilustradas sostenedoras del modelo transnacional de desarrollo, coacciona a las masas femeninas de los países dependientes para que, a través del consumo de lo superfluo, se conviertan en agentes involuntarios de la penetración económica e ideológica de la metrópoli sobre la colonia.

La moda, como artilugio universalizante que reconcilia en el nivel del mito a todas las mujeres de las diferentes clases sociales, sólo por el hecho de ser mujeres y de ser modernas, se materializa en las revistas ilustradas en el deseo de borrar la problemática social y de substituirla por la ideología de la modernidad. La moda —dicen las revistas— está ahí, al alcance de todas las mujeres. Ya no hay ricas y pobres, sólo modernas y anticuadas.

2. El simulacro de la sexualidad como sustituto de la liberación

La modernización del mito de la femineidad difundido por la industria cultural, ha presentado en los últimos tiempos un ingrediente que se ha convertido, en virtud de la manipulación programada por el sistema capitalista de información, en un simulacro de la liberación femenina: nos referimos a la sexualidad y a todo un conjunto de ritos eróticos que desembocan en el consumo de mercancías.

La actitud de la mujer *sexy* se caracteriza por manifestar en forma mucho más agresiva que en el pasado, su pasión por los hombres. Así, el viejo mito de la mujer tímida, recatada y virgen, que esperaba pacientemente la llegada del varón, ha sido sustituída por el de una "nueva" mujer que ya no espera sumisamente la llegada del hombre, sino que ella misma pone en marcha una serie de mecanismos que le garantizarán su conquista, objetivo central y último del modelo "liberado" que transmiten los medios de difusión masiva.

"Cómo perseguir a un hombre sin que se dé cuenta", "qué hacer con un hombre sexualmente egoísta", "tácticas para almas perdidas en una fiesta", "qué hacer entre un amor y otro", "mida su poder sexual por su voz", "reconozca el que sí se casa", son algunas de las instrucciones que reciben las mujeres de parte de la modelo *sexy* que le ofrece la industria cultural.

Esta es otra nueva trampa de la ideología dominante que siempre concluye por dejar las cosas como están: la mujer "antigua" y la "moderna", permanecen en su mítico rol de atraer y conservar al varón como su destino esencial, pues esa "libertad sexual" que pregonan los *mass-media* como sinónimo de la liberación de la mujer, quedará insertada en las formas institucionalmente legales de la sociedad burguesa, es decir, dentro del marco del matrimonio y la familia.

Tabla No. 1 (12)

Calificación de las relaciones sexuales dentro del matrimonio	
Satisfactorias, muy positivas	94 o/o
Poco satisfactorias	6 o/o

Tabla No. 2

Calificación de las relaciones sexuales fuera del matrimonio	
Como positivas y satisfactorias	22 o/o
Como negativas, no convenientes e insatisfactorias	78 o/o

Tabla No. 3

Quién toma la iniciativa en las relaciones sexuales	
El hombre	36 o/o
La mujer	46 o/o
Los dos	18 o/o

(12) Se analiza la muestra correspondiente a *Cosmopolitan* de los años 1973, 1974, y 1975.

Conservando la moral burguesa, la industria cultural pondrá a la mujer, soltera o casada, a cumplir complicados ritos de belleza, moda y otros subterfugios "femeninos", para conseguir o conservar marido, que desembocan por igual en el consumo voraz de mercancías.

La supuesta liberación de la mujer a través de la liberación de lo erótico —es decir, el cambio de una supuesta timidez, virginidad, recato y sumisión, por una extroversión, poligamia, agresividad e independencia— no es ni siquiera sostenido en el nivel del mito, cuya exterioridad es bastante más liberal que su verdad interior y real. Así, vemos que la mayoría de los títulos y gráficas de marcado tinte erótico que proliferan en las revistas ilustradas femeninas y que parecieran invitar a una orgía a sus lectoras, enmascara un comportamiento que simula permitir gran libertad a ambos sexos, pero que en el fondo remite tal práctica a los marcos legales del matrimonio monogámico.

En las tablas precedentes observamos que sólo un 22 por ciento de las relaciones sexuales se ubican en el ámbito extra-matrimonial y son explicadas como actividades del pasado de la chica *sexy*. El tratamiento que reciben estos temas es muy significativo: el 94o/o de las relaciones sexuales que se ubican en el matrimonio son calificadas como muy satisfactorias (perfecto acoplamiento de la pareja, máximo disfrute, etc.) y como contrapartida sólo un 6o/o hizo referencias a complicaciones. Por el contrario, sólo el 21o/o de las relaciones sexuales fuera del matrimonio aparecen consideradas como positivas y satisfactorias, contra un 76o/o que asume una posición de reprobación o de inconveniencia.

Para ejercer el oficio de "mujer ideal", que en el estilo de las revistas femeninas se identifica con el modelo *sexy*, la mujer debe tener suficiente astucia para ocultar deliberadamente su inteligencia y no herir al varón en su susceptibilidad de macho dominador. Con insistencia las revistas ilustradas femeninas aconsejan a la mujer mítica que ha triunfado en "la jungla de los negocios", deponer su inteligencia y simular una ingeniudad e imbecilidad que no posee, en beneficio del "triunfo" sexual.

Muy comúnmente estas revistas señalan con toda claridad que la mujer inteligente que actúa "al natural" (es decir, que no oculta su inteligencia) se queda para vestir santos. Veamos este ejemplo.

Un gran sector dice que no les importa que la mujer esté emancipada y que sea un genio capaz de dirigir una empresa, pero que no quieren ver ese lado de su personalidad cuando la tratan socialmente. ¿Un consejo? Ríase un poco de su habilidad para los negocios, conviértalo (sólo para él) en un chiste y como la mujer con dones ejecutivos, generalmente nació

y no se hizo, no mentirá usted al decir muerta de la risa, encantándolo con su candor: ¿Pero de dónde crees tú que yo, mírame, he sacado esta facilidad para los números?

"No inicie la conversación con una frase demasiado intelectual o rebuscada. Tal como . . . ¿Qué piensa usted del Tercer Mundo? A un hombre corrientemente le fastidia que una mujer se haga la supergenio" (13).

3. El desclasamiento del trabajo femenino en las revistas ilustradas

El trabajo-diversión, totalmente contrario a las condiciones reales del trabajo en la sociedad capitalista, como mito de la industria cultural, es aplicado no solamente a las tareas del hogar, sino a otras profesiones y oficios. El ama de casa elegantemente ataviada y la vendedora feliz, rodeadas de ostentosos objetos, se nivelan con la actriz, la heredera y la miembro del *jet set*, con lo cual niegan las diferencias de clase a la par que se elimina la condición de explotación que el trabajo encierra dentro de una realidad social conflictiva.

Los modos de vida y de comportamiento de las mujeres que difunde la industria cultural como trabajadoras (en el hogar o fuera de él), se identifican con los intereses y formas de conducta características de las clases económicamente superiores, que en el caso de nuestro sistema significa la identificación con la burguesía de la organización capitalista mundial.

El ocultamiento de la explotación, en el caso del trabajo doméstico, es realizado por las revistas ilustradas femeninas a través de la mitificación de unas tareas que siempre son sencillas y gratificadoras cuando se sigue el consejo del artículo y se utilizan los productos que la publicidad anuncia (el 82o/o en *Buen Hogar* y el 58o/o en *Cosmopolitan*) Ese enmascaramiento se repite con respecto al trabajo asalariado, con sólo observar la clasificación de las profesiones de las modelos míticas. A pesar de que en la realidad latinoamericana el mayor número de mujeres que trabajan, lo hacen como obreras no calificadas (o domésticas asalariadas) y, en menor escala, en profesiones "femeninas" como maestra, enfermera, secretaria, etc. . . el 72o/o de las mujeres míticas que "trabajan" son actrices o modelos (*Vanidades*), seguidas de las "ejecutivas y creadoras" (31o/o *Cosmopolitan*).

Sin embargo, el efecto de *boomerang* que la insistencia en esas vidas de la mujer burguesa y de las estrellas de cine, pudiera causar en el ama de casa explotada por un trabajo nada mítico, es muy controlado por las

(13) "Táctica para almas perdidas en una fiesta". *Cosmopolitan*, febrero, 1972.

revistas ilustradas femeninas. Con frecuencia estas publicaciones consuelan a sus lectoras con gratificaciones que la compensan de no ser tan fabulosas y ganar tanto dinero como las actrices deslumbrantes de Hollywood.

"Bellas, famosas y sin hombre"

Es el título de un artículo de *Cosmopolitan* (febrero de 1975), ilustrado con grandes fotografías de Dyan Cannon, Lauren Hutton, Gina Lollobrígida y Raquel Welch.

"Esas mujeres que usted tanto admira ¡ ¡No tienen con quién salir!!"

A partir de esta falsa entrada la revista jugará con la lectora, haciéndola creer que ella tiene miles de razones para ser feliz pues logró la conquista de un varón "para siempre".

De la misma manera, la ideología típica del *self-made-man* es presentada por las revistas ilustradas con matices cargados de modernidad que igualmente incitan a la mujer no a tomar conciencia de sus problemas ni a buscar formas colectivas de superación de la anomia social, sino a escalar posiciones individuales.

"Yo me hice a mí misma porque no tuve quién me hiciera", es el sugerente título de *Cosmopolitan*, a través de cuyo contenido se difunden los ideales decadentes de una libertad que no existe sino en el ámbito del mito:

"Bárbara Streisand, Olga Guillot, Sofía Loren, María Callas, Silvia Pinal Ann Margret (y miles más) tuvieron un origen humildísimo. Probablemente en sus casas había goteras, la madre andaba en zapatillas y el padre se sentaba a la mesa en camiseta. Bueno ¿y qué? ¿A quién importa? Nada de esto opaca el brillo actual de estas celebridades, ni la gloria de sus triunfos".

"Quizás nosotras hemos tenido más oportunidad de estudiar y superarnos que las que tuvieron nuestros padres. Porque actualmente nuestros gobiernos se preocupan más de brindar y facilitar educación a la juventud. Si nosotras hemos tenido la suerte de disfrutar tales ventajas, mejor. Si con ello hemos podido llegar a alcanzar posición y dinero en la vida ¡todavía mejor! Pero esto no quiere decir que si usted proviene de una familia que no tuvo esas mismas ventajas, tenga que avergonzarse de ella" (14).

(14) *Cosmopolitan* No. 2, febrero, 1975, pp. 24 y 25.

Expresiones tales como: "¿Por qué el dinero está tan mal distribuído en el mundo?" (15), reciben contestaciones en extremo funcionales para el sistema promotor de esa injusticia social: "Porque hasta ahora he tenido mala suerte". (16) Pero la suerte puede mejorar y, si no, ahí están artículos como "Un regalo de Navidad cambió mi vida" (17), que cuenta la historia de la cenicienta a quien un simple regalo le abrió las puertas de la gloria y la fortuna. La "suerte puede mejorar" es la esperanza que como cordón umbilical une a la mujer explotada del Tercer Mundo con el contenido mítico que transmite la metrópoli por vía de la difusión masiva.

LAS ESTRATEGIAS DEL ACOSO PUBLICITARIO

La identificación de la idea de libertad con lo que los publicistas llaman "la soberanía del consumidor" es una constante en los medios de difusión masiva que operan en América Latina.

Ya es sabido que la publicidad no sólo vende mercancías sino que promueve estilos de vida, concretamente el estilo de vida de la clase media alta de las sociedades capitalistas industrializadas, el cual, como la propia publicidad señala, podrá alcanzarse con sólo explotar las potencialidades individuales por vía de la competencia con los otros. La idea de que los mecanismos institucionales de la sociedad de clases permiten el ascenso colectivo por la suma de los ascensos individuales, insuflada en los sectores bajos de la población, se constituye en un contenedor de las protestas sociales.

La necesidad de mantener una producción en gran escala como parte de la expansión económica del capital transnacional, plantea también el imperativo de vender los productos industrializados y, en consecuencia, el consumo irracional de los mismos.

Los rasgos típicos de la publicidad en los países capitalistas aparecen exacerbados en aquellos mensajes dirigidos a la mujer y más burdamente al descubierto aun en aquellos anuncios que las grandes transnacionales remiten para el mercado femenino latinoamericano.

La mayor parte de la publicidad que se difunde en América Latina proviene de corporaciones que están en manos de empresas norteamericanas y es administrada por agencias publicitarias estadounidenses. Una buena

(15) *Buen Hogar*, diciembre, 1972.

(16) *Ibid.*

(17) *Idem.*

porción del dinero gastado en publicidad se invierte en los medios de difusión dirigidos a la mujer y dado que apela a los sentimientos y no a la razón de las personas, y el mito de lo femenino ha transmitido las supuestas características de la sensibilidad e intuición (también la irracionalidad) como opuestas a la inteligencia masculina, no es de extrañar que frente a los mensajes avasallantes de los medios, la mujer sea la más acosada.

1. El oficio de salir de compras

La competencia primordial que la publicidad le asigna a la mujer es la de "salir de compras" como forma de establecer "relaciones con la comunidad". Hasta se afirma, a veces, que para ella comprar y usar vestidos y productos de belleza no es propiamente consumo, sino trabajo. Una de las tareas femeninas en esta sociedad es ser atrayente y, en consecuencia, ropas y maquillajes son instrumentos de trabajo, al igual que comprar alimentos y utensilios caseros es una tarea doméstica.

Los publicistas reiteran hasta el cansancio que las mujeres compran para "expresarse a sí mismas", para "quitarse la angustia", "para agradar a los suyos", etc.

Queda demostrado que la publicidad está básicamente dirigida a suscitar comportamientos irracionales y que la mujer es su principal centro de operaciones, al observar que el mayor volumen de gastos publicitarios en los Estados Unidos y en muchos países latinoamericanos, es absorbido por los perfumes y los cosméticos.

En virtud de la prédica publicitaria, los cosméticos sirven para cualquier cosa, para "liberarse de una sensación de inferioridad personal, real o imaginaria", "para mejorar increíblemente la apariencia", "rejuvenecer", "conservar el esposo", "ser conquistadora", "sentirse segura de sí misma", "nueva", "más mujer", "ser otra". Ese querer parecerse a otra, es decir, a la modelo mítica que vehicula la publicidad, será utilizado como señuelo permanente, "sentirse nueva" indica la necesidad de no ser ella –la mujer explotada, infeliz, insegura, cansada de las tareas del hogar, aterrada ante la idea de envejecer– sino la modelo joven, hermosa, feliz, segura de sí misma, libre, de clase acomodada, que trabaja por diversión. Todos estos atributos, o la gran mayoría de ellos, pueden ser logrados, según la publicidad, con el simple expediente de usar los productos que la modelo publicita.

2. La modelo sexy: un objeto entre mercancías

¿Cómo presenta la publicidad a su modelo mítica? "Joven, bella y lo

tiene todo", "segura de sí misma (o a "la búsqueda de su propia identidad", cosa que conseguirá con el uso de un perfume parisino), "feliz", "más bonita de lo que ella se imagina", "mimosa y mimada", "diferente", "nueva", "a quien no le gustan las canas prematuras", "alegre" ("su rostro dice la alegría"). Esta modelo vive en un mundo "joven y distinto" en "donde nada se opone al amor" ("nada ni nadie se interpone entre los dos" gracias al uso de un desodorante). En ese universo hay "joyas" en forma de camisas, encendedores, frascos de perfume, etc. . .; es un mundo distinguido con "toques de lujo a su alrededor" gracias a "los regalos de indiscutible elegancia".

Esta mujer "no es muy exigente", apenas pide de vez en cuando "una cosita de Ives Saint Laurent" (que puede ser un perfume o un modelo "exclusivo"). Cuando está deprimida basta que se tiña el pelo para que "recobre la felicidad". Para ella, "maquillar su pelo es tan fácil y rápido como sentirse nueva, diferente y bella" (18).

La mujer es utilizada como objeto de adorno de la publicidad en el 58o/o de los anuncios publicados por las revistas analizadas y el 89o/o de las modelos publicitarias que aparecen en la muestra, son jóvenes; en el 86o/o de los casos es rubia, blanca y apenas en un 0.65o/o morenas en *Cosmopolitan*, anunciando bronceadores, por lo cual su condición de "morenas" es adquirida y no natural.

En la mayoría de los casos, 91o/o en *Cosmopolitan* y 85o/o en *Buen Hogar*, los atributos físicos de las modelos de las revistas han sido adquiridos –según reza el aviso– por el uso de los productos que anuncian, lo cual induce a creer que ese es el camino para parecerse a la modelo metropolitana e insertarse en su clase social.

Las cualidades de la modelo publicitaria de las magazines vienen acompañadas de estados de ánimo y de situaciones que idealizan míticamente la vida de la alta clase media de los países desarrollados, presentándola como llena de felicidad, alegría y amor. El 70o/o de las imágenes femeninas de la muestra de las revistas, sonríen felices y asumen posiciones de acariciar el producto, o a un hombre y al producto anunciado.

La fetichización de las mercancías es una de las prácticas más extendidas por la publicidad:

"Ponga una alemana en su bolsillo" (refiriéndose a una cámara fotográfica) . . . es tan hermosa como técnicamente perfecta, llévela siempre

(18) Texto construido con fragmentos de anuncios publicitarios aparecidos en las revistas: *Vanidades* y *Cosmopolitan* de los años 1974 y 1975.

consigo, usted sabrá cómo usarla".

"Los Insolite" de Payot sólo se entregarán a usted. Solamente a usted. Tome en sus manos un Insolite, gírelo, el lápiz aparecerá resguardado dentro de una cápsula transparente. Admírelo, sin tocarlo. Gírelo nuevamente, pero ahora en sentido contrario. El lápiz vuelve al estuche y automáticamente la cápsula protectora se desprende. Ahora el Insolite es suyo ... completamente. Con la certeza de que nadie antes que usted ha podido usarlo" (19).

(Todo un acto de masturbación y desfloración fálica que la publicidad propone a la lectora a través de un lápiz labial).

Ciertamente muchos críticos de la industria cultural han llegado a señalar que la cultura de masas ofrece el erotismo (a hombres, mujeres, adolescentes y niños) como un sustituto vicario de la necesidad de politizarse y promover el cambio. Este fenómeno, en extremo visible en el caso de la juventud, se manifiesta como una desviación de la protesta juvenil que en vez de canalizarse hacia la toma de posiciones políticas radicales, se ha desviado hacia el consumo y el erotismo desenfrenados.

3. El consumo como evasión de la realidad

La publicidad plantea una falsa idea de liberación por medio de la necesidad de huir de la realidad a través de sucedáneos míticos. Para ello apela con frecuencia a la naturaleza "exótica y misteriosa" como un recurso "mágico" que permite evadirse de los conflictos y tensiones sociales (problemas que ha creado la propia fiebre de acumulación de plusvalía al capital que la publicidad promueve).

El retorno al origen, a la vida primitiva, ingenua, fresca, virgen y salvaje —es decir, de detener la historia— es utilizado reiteradamente por la publicidad para vender envasados, "fragancia", "frescura" y "misterio", ya ni siquiera presentes en la naturaleza destruida.

Las artimañas ideológicas que ese "naturalismo" encierra consisten fundamentalmente en que la industria cultural pretende solucionar los conflictos y problemas de clase a través del consumo de objetos portadores de la liberación y de la felicidad.

"Magia Silvestre ... Magia de Mary" ... ¿Te das cuenta? La contaminación ambiental de la ciudad, el polvo, el hollín, están dañando tu cutis

(19) Tomado de la revista *Cosmopolitan*.

como nunca antes ... Mary se dio cuenta y ésta es su solución: la nueva línea especial Recipe, a base de puros ingredientes naturales: miel y cera de abejas, extracto de germen de trigo, aceite de almendras, manzanilla, salvia ... Colores campestres para ojos brujos" (20).

De modo que los problemas de la contaminación ambiental, del polvo, del hollín y hasta de la explotación, pueden ser obviadas a través de la falsa solución que ofrece la publicidad: el consumo.

4. La planificación de la obsolescencia

La publicidad juega con dos elementos esenciales para la supervivencia y reproducción del sistema capitalista: la exaltación de las marcas de los productos y la planificación de la obsolescencia de las mercancías a través de la manipulación de la modernidad.

Lo moderno enmascara la necesidad que tiene el sistema capitalista de poner en marcha la obsolescencia planificada como parte de sus planes de expansión. La trampa que oculta la modernidad no sólo vehicula a través de los muy visibles textos publicitarios dirigidos a convencer a la gente para que consuman, sino que aparece enmascarada en las informaciones de los *mass-media* y adquiere las formas más inusitadas. Tal como afirma Mattelart, cualidades tan inocentes como lo higiénico, lo estético, lo práctico, lo racional, lo libre, lo desenvuelto, lo original, lo de vanguardia, etc., encierran una invitación solapada a desechar lo viejo de ayer por lo nuevo sutil, hermoso y práctico de hoy.

5. El enmascaramiento de la explotación

"La vida está sometiéndola a constantes exigencias. Sus preocupaciones se multiplican: y su rostro puede reflejar todo esto. Pero ahora la ciencia trae un nuevo descubrimiento para defenderla de tantas acechanzas: Skin Life, el tratamiento biológico integral" (21).

"Levante sus manos si usted no es culpable de torturar sus manos".

Ordena conminatoriamente el aviso a la pobre ama de casa explotada que por obra y gracia de la publicidad es la culpable de su propia explotación; *"todos los días usted tortura sus manos con trabajos que las deshidratan, rescátelas con Vasenol"* (22).

(20) Revista *Vanidades*.

(21) Revista *Cosmopolitan* No. 9.

(22) *Ibídem*.

Que la explotación desaparece a través del consumo, aún cuando las estructuras que generan y refuerzan dicha explotación queden intactas, es el *slogan* perpetuo de la publicidad. El medio de difusión se convierte así en un factor ideológico compensador que realiza una fructífera labor en beneficio de la sociedad de clases.

La idealización del trabajo del ama de casa —que en la realidad es monótono, repetitivo y sin remuneración— es una constante del mito tradicional que la publicidad ha heredado y perfeccionado en resguardo de sus intereses mercantiles. El ocultamiento de las condiciones de infravaloración y explotación del trabajo doméstico femenino, es logrado por los medios comerciales de difusión a través de las actividades en extremo divertidas que realiza la modelo modernizada que presenta la industria cultural.

Algo similar ocurre con las profesiones dependientes y poco remuneradas de las secretarias, telefonistas, recepcionistas, etc., que son adornadas con gratificaciones ideológicas que entorpecen la visión crítica de la realidad:

"Chicas dignas de admirar"

dice el resaltante texto que acompaña a una gráfica de dos muchachas de aspecto moderno que operan una cabina telefónica:

"Hay que admirar a las chicas sobresalientes que ambicionan subir a la cumbre, a las chicas con excitantes carreras profesionales".

El oficio también se convierte en una excusa para vender alguna mercancía que actuará como mediadora entre la mujer y el éxito:

"La seguridad —continúa argumentando el aviso anterior— crea confianza. Y nadie puede sentirse segura en el trabajo si interfieren otras preocupaciones. Como la menstruación. Confía en los Tampones Tampax. Como los llevas internamente, no tienes que preocuparte por el olor, que se caigan y otras incomodidades. Dejarán tu mente libre para concentrarte en cosas más importantes. La chicas que tú admiras siempre parecen seguras de sí mismas y los Tampones Tampax las ayudan a sentirse así, aún en los días difíciles del mes" (23).

La publicidad entonces, y todo el periodismo femenino, ilustra la noción de trabajo como si fuera la terapeútica maravillosa que libera a la

(23) Revista *Vanidades*, No. 20, 1974.

mujer (entre tanto esa mujer adquiere la mercancía anunciada), cuando en la realidad objetiva de la sociedad de clase, la venta de la fuerza de trabajo se convierte en instrumento de explotación del ser humano.

Algunas formas de ocultamiento de las relaciones de producción que la mujer entabla favorablemente, aparecen bajo la forma sublimada del "reconocimiento" que la empresa hace de su trabajo. La celebración del día de la "secretaria" se presta oportunamente a ese juego:

"Sin secretaria no hay jefe posible . . . porque ella está donde él no puede, porque ella habla con quien él no quiere, porque ella alegra, porque es tan bonita".

Las gratificaciones ideológicas de tales avisos constituyen una exaltación del mito de la femineidad que recluye a la mujer en un mundo restringido en el cual sólo se le permite ejercitar "su sonrisa y su belleza" y la legitimación de la sociedad de clases como el ideal en materia de civilización (sin secretaria no hay jefe posible, como sin obrero no hay patrón posible).

La infravaloración de la imagen de la mujer latinoamericana ha llegado a extremos tan aberrantes que produce textos publicitarios tan repugnantes como éste:

"Para blanquear en minutos, Blanch, el método de fama de las estrellas de cine en USA . . . blanquea la piel oscura permanente y sorprendentemente. Especial para blanquear rápido en primavera, verano, otoño e invierno. El verse prieto es feo. ¡Usted se verá más bonita y simpática, si usa regularmente un verdadero y fresco color blanco que es tan natural como si hubiera nacido con él! (24).

6. *Trivialización del lenguaje revolucionario*

La integración de elementos pertenecientes al lenguaje revolucionario, es otra de las tácticas de la publicidad para traducir la simple modernización de la estructura social como un simulacro de cambio. La utilización comercial de expresiones tales como "liberación", "revolución", "sentirse libre", "romper las reglas", "ser subversiva", etc., han servido para abrir nuevos cauces al consumo por vías tales como la comercialización de la protesta juvenil y con fines siempre tendientes a ocultar la permanencia de las estructuras de dominación ante los ojos de los dominados que observan asombradas las aparentes transformaciones del mundo que les rodea.

(24) Texto publicitario que se repite en todas las fotonovelas de las Colecciones *Cita, Novelas de Amor y Capricho*, 1974 - 1975.

Esta trivialización del lenguaje de protesta para integrarlo a los planes de expansión del consumo, forma parte de la labor de integración general que el sistema propone a quienes adoptan una posición crítica frente a las formas de dominación existentes, la trivialización de las vanguardias culturales —la mejor manera de disolver su carga revolucionaria—, es comúnmente explotada en los Estados Unidos y sus agentes transnacionales en las restantes regiones del mundo capitalista, con fines políticos y mercantiles.

La mujer se encuentra en el centro de la estrategia de acción del capitalismo, al usarla como instrumento que motorizará la modernidad que exigirá el consumo y para ello se emplearán todas las fórmulas posibles, hasta aquellas que adquieren un aire subversivo:

"ROMPE LAS REGLAS"

Es el gran encabezamiento de un texto publicitario ilustrado con la cara sonriente de una mujer joven. Más abajo se lee:

"Ella rompió las reglas. Busca emociones fuertes, pero exige seguridad para su comodidad íntima. Rompe tú también con las reglas y las incomodidades. Pide Kotex en voz alta, te da una absoluta comodidad y libertad de acción".

"Libérate", "Libérese", "rompa las cadenas que la atan a la cocina", "Mujer, toma el poder", son órdenes que no ponen en peligro la estructura mercantilista opresora de la sociedad capitalista contemporánea, sino que afianzan el sistema de control social a través de la identificación de ellas con un detergente que sacará al ama de casa "volando de la cocina".

A PROPOSITO DE LA DIFUSION MASIVA Y LA DEMOCRACIA

Los planteamientos aquí expuestos no son expresión de un punto de vista fatalista, sino de una percepción global que articula el problema de la mujer y los medios de difusión masiva al contexto del Estado burgués y, por tanto, concibe no sólo las manifestaciones actuales de esa relación sino las dificultades que confrontarían los intentos por colocar los mensajes masivos al servicio del perfeccionamiento democrático.

El sentido de la democracia, como participación de las masas populares en la organización de la sociedad, y el contenido de los mensajes femeninos de la industria cultural son antitéticos. Esto nos permite corroborar, una vez más, la incapacidad de los medios de difusión del Estado burgués para profundizar la democracia, pues las condiciones estructurales de la totalidad social capitalista están basadas en la explotación y el dominio ejercidos por una minoría, mientras que la democracia representa la voluntad de las mayorías.

Es ésa una contradicción insoluble, por estructural, que no nos remite a la esperanza de que este sistema se perfeccione, sino a la búsqueda de alternativas bien entendidas como subversivas del orden simbólico y material impuesto.

El inevitable escepticismo que esta convicción envuelve no nos reduce a la cómoda posición de esperar la transformación social para luego intervenir en el diseño de "otro tipo de comunicación", sino que nos obliga a comprender la magnitud del reto planteado y la necesidad de mantener una posición coherente, seria y consistente frente a un proyecto estratégico que pueda conducirnos a ese poder dual que plantearon Lenin y Gramsci como única vía para derrocar al Estado capitalista.

V. VARIACIONES SOBRE EL FUTURO

LA SOCIEDAD INFORMATIZADA Y LAS PERSPECTIVAS DE LA DEMOCRACIA

Hector Schmucler

Las computadoras están entre nosotros. Un mundo articulado por botones que movilizan información en cantidades y velocidades impensables, ya no es patrimonio único de la ciencia ficción. Tampoco es sólo la expresión sofisticada de la riqueza que dilapidan las grandes potencias de la tierra. Latinoamérica se encamina, con desiguales ritmos según los países, con énfasis coyunturales distintos y también con particulares contradicciones, hacia otro esquema de ordenamiento de la sociedad que tiene como base e instrumento a las nuevas tecnologías para el manejo de la información. ¿Qué perspectivas ofrece ese mundo para el ejercicio pleno de la democracia? ¿Qué redefiniciones impone a las instituciones donde tradicionalmente se disputa el consenso? ¿Cuáles son los riesgos de un acrecentado control y sujeción de los seres humanos? ¿En qué medida el concepto mismo de democracia exige un afinamiento ante una realidad absolutamente novedosa? Junto con el avance arrollador de esas nuevas tecnologías, comienzan a multiplicarse las reflexiones sobre la significación socio-económica y cultural de su implantación (1). En América Latina, sin embargo, el tema aún no ha merecido adecuada preocupación por parte de los estudiosos de las ciencias sociales y su alcance parece distanciado de los problemas vinculados a la comunicación. Es verdad que la experiencia, por ser demasiado joven, no tolera hasta el momento conclusiones definitivas, pero ¿tendremos que estudiar siempre los efectos después que se han producido? El desafío de la acción parece exigir una actitud diferente: construir el conocimiento como forma de interferir en la realidad.

(1) Cf. Juan Rada, *Some issues and possibilities posed by the unfolding information revolution* (mimeo), Ginebra, 1980; Enrique González Manet, "¿Es posible un nuevo orden internacional de la información?", en *Boletín de la Comisión Nacional Cubana de la Unesco*, mayo-agosto, 1979; Herbert Schiller, *Who Knows: information in the Age of the Fortune 500*, Ablex, New Jersey, 1981; Edmund Hogrebe, *Dangers and opportunities of digital communication media* (mimeo), ILET, México, 1980.

LA PRESENCIA DEL FUTURO

Al igual que en casi todos los grandes periódicos del mundo, los de América Latina incluyen una proporción creciente de publicidad comercial destinada a mostrar las virtudes de las máquinas inteligentes. El caso de los diarios mexicanos es indicativo del fenómeno. "Sea cual sea el deporte que más le guste, ponga a prueba sus habilidades . . . contra una computadora", dice un anuncio de la Mattel Electronics; la publicidad de Volswagen aconseja: "Antes de comprarse un '81, le conviene consultar a una computadora"; Nafinsa, en su promoción de inversiones financieras, ofrece: "EL CEREBRO . . . todo un sistema de servicio a su servicio", y aclara: "El Cerebro de Nacional Financiera y Banco Internacional es todo un sistema de computación programado por nuestros expertos en valores". Desde el deporte hasta la inversión financiera, la computadora es ofrecida como la más perfeccionada ayuda para hombres y mujeres.

La vida cotidiana se impregna insensiblemente con las nuevas tecnologías para el manejo de la información. Cada vez más niños consumen juguetes dotados de sistemas "inteligentes"; el universo lúdico infantil reordena los elementos y diversos instrumentos de clasificación bajo un mismo significante: la computadora. La adquisición de un pasaje de avión pone en funcionamiento un sistema, el SITA, que articula miles de terminales de computadoras distribuidas en toda la superficie del planeta y que pertenecen a más de 200 empresas aéreas. Las transacciones bancarias con el exterior son operadas en varios países de América Latina a través de la SWIFT (Society for Worldwide Interbank Financial Telecomunication), que reúne hasta ahora a más de 700 bancos del mundo entero.

Las nuevas tecnologías para el manejo de la información están presentes en todos los planes de telecomunicaciones en los países latinoamericanos. De aquí a 1985 es previsible que al menos seis países tengan satélites domésticos de comunicación: Argentina, Brasil, Perú, Colombia, Venezuela y México. Redes nacionales de transmisión de datos se están instalando en varios países. Las administraciones de los Estados dependen en buena medida de los datos procesados en sistemas computarizados. La industria petrolera venezolana fue tal vez la primera en usar la informática con computadoras para su funcionamiento y hoy posee un sistema tan avanzado como los de los países más desarrollados en este campo.

Los patrulleros policiales de algunos países del Cono Sur han incorporado terminales de computadoras que permiten poseer al instante los datos de cualquier ciudadano por medio de su tarjeta de identidad, computarizada, de tenencia obligatoria. Solicitar la visa para entrar a ciertos países significa que el nombre del peticionante será cotejado —vía computadora— con el archivo de aquellos indeseables que no pueden transponer las fronteras.

Los recursos naturales de nuestros países son detectados permanentemente por los satélites Landsat, sensores remotos cuyos datos procesados deben ser adquiridos muchas veces a través de la IBM. Las armas y los sistemas defensivos y de alarma de gran parte de los ejércitos del continente están equipados con mecanismos automáticos regidos por computadoras. Los centros de investigación de varios países están conectados con bancos de datos de diversos lugares del mundo, especialmente de Estados Unidos. Ha comenzado, en más de un país, a experimentarse la computadora como instrumento para la enseñanza primaria y no son pocos los servicios médicos que cuentan con instrumental computarizado.

Lo que ocurre en América Latina repite un proceso comenzado en otras latitudes y que concluirá, según toda apariencia, en lo que algunos denominan "sociedad informatizada" (2) y que Zbigniew Brzezinski anunciara a fines de los años 60 como la "era tecnotrónica" (3):

La transformación que se registra actualmente, sobre todo en Estados Unidos, ya está creando una sociedad cada vez más distinta de su predecesora industrial. La sociedad postindustrial se está convirtiendo en una sociedad configurada en lo cultural, lo psicológico, lo social y lo económico por la influencia de la tecnología y la electrónica, particularmente en el área de las computadoras y las comunicaciones.

Lo que el asesor del ex-presidente James Carter indicaba en su libro, verdadero programa para el capitalismo mundial en su enfrentamiento al comunismo, pocos años después lo describieron Melvin De Fleur y Ball-Rokeach (4), de manera más plástica:

Algunas predicciones anuncian que los hogares del próximo futuro se parecerán a un centro de computaciones (. . .) Cientos de trabajos basados

(2) Simon Nora y Alain Minc, *La informatización de la sociedad*, México, F.C.E., 1980.

(3) Zbigniew Brzezinski, *La era tecnotrónica*, 2a. ed. Buenos Aires, Ed. Paidós, 1979.

(4) Melvin L. De Fleur y Sandra Ball-Roceach, *Teories of Mass Communication*, 3a. ed. ampliada, New York, David McKay, 1975 (citado por Roman Gubern, "La utopía/Infierno de la opulencia comunicacional capitalista", *El viejo Topo*, Barcelona, No. 17).

en actividades de información o comunicación podrían realizarse desde centros de comunicación residenciales. Algunas de estas actividades son la investigación, diagnóstico, publicidad, marketing, política, diplomacia, ingeniería, evaluación de programas o de productos, educación, inversiones y comercio, ventas, informes, consultas, conferencias. Algunas profesiones requerirán, por supuesto, al menos algún tiempo de presencia física en el lugar de trabajo. Los cirujanos, por ejemplo, podrían diagnosticar, ensayar procedimientos quirúrgicos y acordar operaciones desde los centros de comunicación hogareños; pero tendrían que viajar al hospital para ejecutar la operación.

El futurólogo Alvin Toffler, en su último éxito de librería (5), centra sus predicciones sobre la sociedad futura en el "hogar electrónico", producto de la descentralización del trabajo y germen de una nueva época radicalmente distinta de la "segunda ola" constituida por los siglos de la revolución industrial. Toffler vaticina un mundo feliz donde los hombres irán perdiendo sus hábitos gregarios y todo se volverá individual y diferenciado: el trabajo en el hogar, las formas de constitución y funcionamiento de las familias, el entretenimiento desmasificado.

Toffler señala que es posible imaginar al menos una parte de las familias que en el futuro dejen de funcionar como unidades sociales estrictamente especializadas —el fin de lo que llama "familia nuclear" y actúen polifacéticamente, incluyendo funciones adicionales tales como el trabajo. "Con un cambio semejante —pronostica— se transformarán los criterios utilizables para el matrimonio, la definición misma del amor".

Ya abundan las realidades como para que la fantasía se desborde. En Japón, por ejemplo, está previsto para los primeros años de la década que numerosas ciudades estén entrelazadas por cable, de manera que los usuarios podrán solicitar programas, fotografías fijas, datos, reservas de teatro o exhibiciones de periódicos y revistas. El mismo sistema incluirá alarmas contra robos e incendios (6).

Pero también en Brasil, en la ciudad de Sao Paulo, se está diseñando un sistema de videotexto con características semejantes al japonés y casi idéntico al que se experimenta en Velizy, en las cercanías de París (7). En Argentina, cerca de la ciudad de Buenos Aires, se proyecta un mecanismo de alarma automática conectado al cuartel de bomberos y centros policiales (8).

(5) Alvin Toffler, *La tercera ola*, México, Edivisión, 1980.

(6) Alvin Toffler, *op. cit.* (otros ejemplos han sido tomados de esta misma obra en la medida que ofrecían fuente documental confiable).

(7) *Revista Nacional de Telecomunicacoes*, Sao Paulo, junio de 1980.

En Osaka, una experiencia llamada *Hi-Ovis* agrupa a 160 familias y es auspiciada por el gobierno japonés con el apoyo de grandes corporaciones como Fujitsu, Sumitomo Electric, Matsushita y Kintetsu. Basada en el uso de fibras ópticas, este sistema permite a cada receptor convertirse en emisor, mediante una cámara de televisión y un micrófono colocados sobre el aparato de televisión normal. El sistema *Hi-Ovis* pone a disposición de los abonados un banco de video-*casettes* sobre toda clase de temas: música, cocina, educación. A cualquier hora, mediante un número codificado que se marca en el teléfono, el abonado ve reproducir en su pantalla cualquiera de esos *casettes*.

En Estados Unidos, la Telecomputing Corporation of América ofrece un servicio llamado *The Source*, a través del cual el usuario de la computadora doméstica tiene acceso, entre otras cosas, a la agencia de noticias United Press International, a numerosos datos del mercado, a programas educativos para que los niños aprendan aritmética, ortografía, francés, alemán o italiano, a la reserva de pasajes y hoteles, a la membrecía de un club de descuentos computarizados para compradores.

En Ohio, el diario *Columbus Dispatch* comenzó a trasmitir noticias por computadoras hogareñas a través de las líneas telefónicas de los usuarios. El mecanismo tenderá a generalizarse en el futuro. Cada uno recibirá, al minuto, el periódico visual que contendrá las noticias seleccionadas según su mayor interés: política internacional, finanzas, deportes. Quien desee retener por escrito algunas de esas informaciones, podrá obtener de inmediato la página correspondiente mediante un dispositivo impresor anexo a la pantalla.

Ya es sabido que los robots reemplazan a los hombres en las fábricas. Algunos sostienen que el éxito de la industria japonesa se explica por la creciente utilización de las máquinas pensantes. El robot psiquiatra ha llenado de entusiasmo a algunos científicos norteamericanos que encuentran en la máquina un interlocutor más hábil y eficaz que el ser humano.

¿Cómo hemos llegado hasta aquí?

Por primera vez en la historia se dispone de la capacidad de transmitir cualquier tipo de información (palabras, números, sonidos, imágenes) a través de un único tipo de señal: el *bit* electrónico. El paso de la comuni-

(8) *Clarín*, 4 de mayo, 1981.

cación analógica a la digital, es decir, la conversión de todo tipo de signo en un código binario (0 - 1), ha permitido abrir la posibilidad de redes casi infinitas de traslación, procesamiento y almacenamiento de datos a través de un mismo mecanismo.

Las bases tecnológicas del avance informático se han centrado en el desarrollo interrelacionado del semiconductor (especialmente el circuito integrado de silicón), las computadoras y las telecomunicaciones. "La invención del microprocesador y de las microcomputadoras —dice Juan Rada— provee los componentes básicos para la revolución de la información, de manera similar al lugar de la rueda en la revolución del transporte". (9).

Se ha insistido en distintas oportunidades en que estamos frente a un hecho sustancialmente nuevo, esencialmente revolucionario. La nueva tecnología para el manejo de la información parece crear las bases para una modificación radical de las relaciones sociales y de los individuos entre sí. Es posible que la afirmación, aunque enfática, tenga una buena parte de verdad. ¿Pero cuáles son las modificaciones a las que tiende?

Si la revolución agrícola del neolítico estuvo vinculada primordialmente a las necesidades de la sobrevivencia y la revolución industrial significó la ampliación y reemplazo de las habilidades manuales de los hombres, esta otra, la revolución informática, se vincula con la función clave que parece caracterizar al ser humano: se trata de utilizar máquinas que reemplazan y amplían las funciones de la inteligencia.

El instrumento central de este proceso es la computadora, una máquina que captura información a partir de mecanismos exteriores de entrada (*input*), la procesa de acuerdo a un sistema lógico constituído por un conjunto de reglas pre-programadas (*software*) y transmite resultados a través de un sistema de salidas (*output*). El viejo procesador, del que tanto se vanaglorió occidente, el cerebro, pareciera estar encontrando un substituto artificial, el CPU (*central procesing unit*).

El reemplazo en la inteligencia humana desencadena graves interrogantes filosóficos y morales. La tecnología, como nunca antes, nos coloca ante la necesidad de redefiniciones ontológicas. Detrás del "ser o no ser" shakespeariano, surge una pregunta más dramática aún, ¿existe un ser que puede ser negado? En todo caso, más cerca de la historia, podríamos formular otra que facilite la respuesta: ¿qué queremos ser a partir de la realidad biológica y psíquica que nos constituye?

(9) Juan Rada, *op. cit.*

LA ESPERANZA TECNOLOGICA

No es la primera vez en la historia, claro está, que las innovaciones tecnológicas prometen cambiar el mundo. Contrariando el gesto irónico de positivistas de derecha e izquierda, consideramos que la tecnología, al menos en los dos últimos siglos, ha constituido la racionalidad material sobre la que se ha asentado la estructura social y ha condicionado el existir de gran parte de los hombres sobre la tierra. Las formas que muestra una tecnología dependen de los modelos de desarrollo y del estilo de vida que promueve una sociedad determinada.

La concepción de que la tecnología se reduce a una serie de normas útiles para la realización de una actividad determinada, como si se tratara de una fuerza instrumental que no afecta a quien la usa y que sirve ciegamente a la voluntad de ese usuario, ya no es fácilmente sostenible. Por el contrario, hoy se argumenta que la tecnología condiciona el *qué hacer* y el *cómo hacer* (10). La tecnología orienta la forma concreta en que el ser humano transforma el resto de la naturaleza, la manera cómo elabora su propia historia diferenciándose de lo que lo circunda, reordenando los procesos espontáneos de la materia que lo acompaña y configurándose a sí mismo en esa alteración que promueve.

Si se es consecuente con este razonamiento, habrá que considerar que la tecnología incorpora sutilmente los presupuestos de la estructura social (nacional e internacional), así como la estructura cognoscitiva imperante que se sustenta en determinados conceptos sobre el espacio, el tiempo y el conocimiento; sobre el tipo de relaciones humanas y las relaciones con la naturaleza (11).

Cuando se transfiere una tecnología, por lo tanto, es preciso considerar no sólo el mero aspecto "técnico", sino también —y fundamentalmente— la estructura que envuelve a esa técnica. Como se ha señalado, al hablar de estructuras no nos referimos básicamente a los aspectos económicos sino al cuerpo de ideas que legitiman una forma de organización social. En nuestra época, la tendencia dominante en las organizaciones sociales conocidas está marcada por la relación vertical de sujetos, grupos o naciones. Generalmente, para que una tecnología sea aceptada, la estructura preexiste (12). En otros casos la inclusión de una técnica condiciona su

(10) Amílcar Herrera, *Desarrollo, medio ambiente y generación de tecnologías apropiadas,* (mimeo), Seminario CEPAL/PNUMA, Santiago de Chile, 1979.

(11) Johan Galtung, *El desarrollo, el medio ambiente y la tecnología: hacia una tecnología autonómica,* (mimeo), Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo, 1978.

(12) Johan Galtung, *op. cit.*

funcionalidad tecnológica, es decir, condiciona la organización de la estructura adecuada a esa técnica. Con frecuencia la incorporación de una tecnología que se muestra beneficiosa para la satisfacción de determinadas necesidades, genera estructuras que, a su vez, requieren de nuevas tecnologías. En la actualidad estos procesos están condicionados, las más de las veces, por la fuerte determinación de los mecanismos internacionales a los que se encuentran vinculadas las llamadas tecnologías de punta.

Habitualmente el momento de origen del proceso tecnológico queda opacado. La tecnología aparece como un fenómeno natural y no histórico. Normalmente no se percibe en qué medida las tecnologías vigentes son tributarias del modelo social dominante en occidente, tanto en el mundo capitalista como en el no-capitalista, que tiende a disminuir la participación y el control social sobre la producción. De allí que los esfuerzos por imaginar otras tecnologías sean insignificantes y se adopten acríticamente las que mantienen el distanciamiento, la alienación de los seres humanos en relación a sus productos. Así se refuerza el esquema centralizador en las decisiones y el poder que comporta el control tecnológico se reduce sistemáticamente a menos manos. Como lo indica Amulya K.N. Reddy (13), la posibilidad de una guerra apretando botones "es el ejemplo último de la ecuación entre tecnología y poder".

La *razón* tecnológica se difundió en el mundo como valor universal y su aceptación indiscriminada encubre el verdadero proceso de homogeneización de estructuras en el nivel planetario. Nuevas formas de dependencia cultural progresan bajo la apariencia del desarrollo y avance de la inteligencia. Es sintomático que en los países no-capitalistas de Europa oriental no merezcan sospecha alguna. Por el contrario. En *La revolución científico-técnica y el socialismo* (14), se sostiene que "la lógica objetiva de la actual revolución científico-técnica acrecienta las condiciones materiales en contra de las relaciones burguesas y prepara la revolución social y política". Curiosa simetría con el texto ya citado del norteamericano Brzezinski:

"El impacto de la ciencia y la tecnología sobre el hombre y su sociedad, especialmente en los países más avanzados del mundo, se está convirtiendo en la principal fuente de cambio contemporáneo. (...) La relación entre la era tecnotrónica y la pasión por la igualdad —si no la idea misma de la igualdad— es totalmente causal.

(13) Amulya Kumar, N. Reddy, "Dudosa por naturaleza", en *Mazingira*, Londres, No. 5, 1978.

(14) Varios, *La revolución científico-técnica y el socialismo*, Moscú, Ed. Progreso, 1977, (citado por Enrique González Manet, *Informatización de la sociedad: ¿nueva forma de dependencia?*, (mimeo), ILET, México, s/f.).

Mientras tanto, la telemática ha sido hasta ahora un recurso adecuado para las nuevas necesidades que se ha planteado a las grandes empresas trasnacionales y a los requerimientos militares de los centros hegemónicos mundiales (15). El manejo concentrado de grandes masas de datos sólo ha reforzado el esquema piramidal de la sociedad y el monopolio de la información se ha concentrado en el poder trasnacional. ¿Cómo pensar la democracia en estas condiciones?

LAS POSIBILIDADES DE LA DEMOCRACIA

Desde siempre es conocido que el manejo de información significa ventaja para quien la posee. En la relación entre los Estados, el hecho ya tenía importancia estratégica desde el siglo XVI. Los intercambios internacionales que se expanden en Europa en esa época construyen el sistema de poder que marcaría la historia de los siglos venideros. Estos intercambios estuvieron condicionados por las nuevas vías de comunicación y el rápido transporte de las noticias. Las informaciones se pagan también en función de la rapidez de los mensajeros: 78 florines renanos si la noticia entre Venecia y Nüremberg es llevada en 4 días, 30 florines por seis días de demora (16). Las noticias recibidas en Venecia modifican las estrategias comerciales, hacen variar las cotizaciones de la Bolsa y de los productos alimenticios. Venecia, primer centro de recepción y de emisión de noticias mundiales, extiende su poder sobre el universo. "El globo —afirma Michelet— tuvo entonces su cerebro, su sensorio, la primera conciencia de sí" (17).

De allí a nuestros días la concentración de información y poder no ha cesado de acrecentarse. La paradoja es que, simultáneamente, se dilata el mundo de las luchas de los pueblos por su mayor participación en las decisiones. La democracia es una construcción producto de esas luchas. Resultaría difícil negar el ascenso de la participación de las masas en la vida pública y en las decisiones políticas. En cambio, no es fácil mostrar la misma participación en el diseño de la estructura global de la sociedad y en la calidad de la vida individual. Por ejemplo, es cierto que el obrero puede vender libremente su fuerza de trabajo, pero la relación que establece con el producto de su fuerza se aleja cada vez más. El sentido de su acción se desvanece por la intermediación de la máquina, cuyo significado

(15) Herbert Schiller, *op. cit.*

(16) Pierre Sardella, *"Nouvelles et spéculations à Venise au début du XVIème siècle*, Armand Colin, París, 1948 (citado en Atoine Lefebure, "Hacia la concentración de los centros de decisión", *Le monde diplomatique* (en español), diciembre, 1980.

(17) Citado por Antoine Lefebure, *op. cit.*

lo determinan otros hombres que la rigen. Paulatinamente la máquina ha ido dejando de ser el instrumento que ayuda a los seres humanos a dilatar su potencia y ocupó el papel principal de la escena. También es verdad que la máquina no decide por sí misma, pero el hombre ha pasado a estar a su servicio.

Cuando los hombres sólo manipulen información desde sus hogares —según el modelo de la sociedad informatizada— estarán materializando el total alejamiento de los objetos que producen. En ese caso su función creadora sólo sería parte de un programa de computadora y su capacidad de decisión se limitaría a elegir en qué terminal preferirá operar. La escisión del cuerpo quedaría consagrada.

Las redes telemáticas establecen una nueva realidad: el mundo sin fronteras para la información. Venecia ha sido reemplazada por bancos de datos que sirven preferentemente a un poder sin rostro: las empresas transnacionales. Habrá que recorrer aun un largo camino por reconocer otros beneficiarios, si es que alguna vez se los encuentra. "Es razonable aceptar —dice Herbert Schiller— que una parte considerable de los sistemas actuales de contabilidad, individual o corporativa, en el estado de la economía actual, pueden ser enormemente facilitados mediante comunicaciones por computadoras hoy accesibles. Pero no es menos razonable estimar que una proporción muy significativa de lo que ahora se considera como vital almacenamiento de información, que requiere un enorme procesamiento de datos, podría pasarse por alto en una comunidad con distintos objetivos y diferentes métodos y estructuras sociales (18).

El optimismo ahistórico del futurólogo Toffler, encuentra su complemento en las propuestas que efectúa el influyente periodista Jean-Jacques Servan-Schreiber (19) como portavoz del llamado "Grupo de París". Este grupo, formado con representantes de Europa, Japón y el golfo de Arabia, comenzó sus trabajos en 1979. Apenas un año después Servan-Schreiber ofrecía, en *El desafío mundial*, la solución para la miseria y la ignorancia del Tercer Mundo. La fórmula encontrada es simple y audaz: el dinero ofrecido por las ganancias de los países petroleros del golfo más las potencialidades infinitas de las microcomputadora. Un gran salto desde la sociedad pre-industrial a la sociedad informatizada. Si Toffler piensa en término de "olas culturales" que necesariamente transforman el mundo (sin considerar las fuerzas reales que actúan en la historia), el ex-

(18) Herbert Schiller, "Información por computadora: ¿Por quiénes y para qué?, en *Revista de la Comisión Nacional Cubana de la Unesco*, La Habana, mayo agosto, 1978.

(19) Jean-Jacques Servan-Schreiber, *El desafío mundial*, Plaza & Janés, México, 1980.

director de *L'Express* ofrece su fórmula a partir de la visión que él posee de los intereses actuantes en el planeta. "Los responsables políticos de la OPEP —señala— reunidos en Argel en marzo de 1975 reclamaron, en nombre de todo el Tercer Mundo y por primera vez, 'la aceleración del proceso de desarrollo por una transferencia adecuada de la tecnología moderna' (...) En los años que siguieron, la revolución del microprocesador de las telecomunicaciones aportó precisamente los medios de acelerar, de una manera hasta entonces inimaginable, un proceso de desarrollo que permita tender hacia la igualación en un futuro que ya no está a 150 años de distancia, sino, indudablemente, a la de una generación". La tecnología se vuelve indiscutible sustento de cualquier solución: "La revista mensual de economía de Arabia Saudita escribe lo que todo el mundo piensa: 'La transferencia de tecnología es como la maternidad: Todo el mundo está por ella. Como la maternidad, nadie sabe realmente cual es su naturaleza. Pero sabemos que es la matriz de todo progreso y de todo desarrollo (...) El Tercer Mundo debe pues, también él, decidirse a entrar en esta Era nueva, sin etapas previas, que agravarían su retraso. La informatización se aplicará y se adaptará a sus propias necesidades. Los robots estarán disponibles para funcionar en todas partes, al mismo precio. Las informaciones, datos y conocimientos, serán por definición accesibles a todos instantáneamente". Servan-Schreiber hace suyo el pensamiento de Maurice Guernier, miembro del Club de Roma y funcionario francés para los problemas de "ultramar", para lograr la descentralización y evitar el éxodo de los campesinos pobres a las ciudades: "Se trata de instalar en cada pequeña comunidad regional, que no supere los 50.000 a 100.000 habitantes, un pequeño Estado Mayor ligero compuesto de: un agrónomo, un médico y un educador. Serán los consejeros del progreso' a disposición de los pueblos. Estos tres técnicos provocarán con su presencia, en cada pueblo, la designación natural de tres o seis vecinos jóvenes, cuya función será la de 'transmisores de mensajes'. Estos hombres y mujeres serán, en cierto modo, médicos del terruño, agrónomos del terruño, educadores del terruño. No seguirán ningún curso ni tendrán ningún diploma. Sabrán transmitir a los lugareños los mensajes de los consejeros del progreso. Por ejemplo: 'Si supuran los ojos, poner tres gotas del medicamento indicado. Aplicar a las llagas el mercurocromo señalado ... He aquí los abonos para la próxima campaña de algodón. Conocemos la fecha de llegada del monzón: he aquí las semillas que se han seleccionado ... Los carteles cuyas imágenes estáis viendo os enseñarán a descifrar. Cada semana tendréis otros nuevos ...' (...) Estos comités de pueblo, estos consejeros de progreso, estos transmisores de mensajes, cuya función de desarrollo es considerada por los especialistas del Tercer Mundo según acabamos de ver, serán plenamente eficaces gracias a la difusión y la descentralización de las informaciones de base, hechas posibles por la nueva tecnología".

La propuesta de Servan-Schreiber se sintetiza en las formulaciones del canciller de Austria, Bruno Kreisky, a quien cita: "lo que fueron en otra época las redes de ferrocarriles, de carreteras y canales, cuya puesta en condiciones requirió decenios, lo son actualmente las redes de telecomunicación, de información, de informatización, de educación, de formación según las tecnologías más modernas. Los pueblos que quieren desarrollarse tienen el derecho absoluto de disponer sin demora de estas redes. Y nuestro deber, y nuestro interés, es que dispongan de ellas y las pongan en marcha. Se trata, sí, de un nuevo 'Plan Marshall', pero adaptado a nuestra época y a la nueva naturaleza de la economía". Luego, ya por su cuenta, Servan-Schreiber afirma enfático: "La reinvención de la visión Marshall para los años ochenta es la informatización unificada, respuesta comunitaria y creadora a la exigencia de unos universos que, durante mucho tiempo, se ignoraron o explotaron (...) A lo largo de todo el último período, esta ciencia nos trajo el descubrimiento definitivo sobre la relación fundamental entre la materia, la energía y la información. Esta relación, y su dominio, son a la revolución tecnológica lo que fue la ecuación de Einstein a la explosión nuclear.

La explosión informática puede ser a la economía mundial lo que fue la bomba a la Guerra Mundial. Una transformación fundamental, una metamorfosis, un cambio de universo. Se trata de un mismo problema: ahondar cada vez más, para acercarse al secreto mismo de la vida".

Las desconsideradas citas que hemos tomado de *El desafío mundial* se justifican no sólo por el éxito que ha alcanzado la publicación en el mundo y por la presencia que tiene entre muchos de los responsables políticos latinoamericanos, sino también porque se trata de la propuesta "democratizadora" más sistemática que se haya formulado en aparente oposición al poder trasnacional. La ilusión tecnocrática como panacea a los problemas mundiales, se une a otra ilusión difícilmente demostrable: la voluntad de los países petroleros. Más allá de las numerosas críticas que han merecido las propuestas de Servan-Schreiber desde el punto de vista de su factibilidad (20), de los errores contenidos en su análisis (21), de su visión mesiánica del Plan Marshall, es conveniente señalar el modelo de democracia que postula, la democracia de la descentralización.

(20) Cf. André Bercoff, "Zorro est arrivé", *Les Nouvelles Littéraires*, Paris, noviembre 1980; René Dumont, "Non, on ne sauvera pas le Tiers-Monde de cette façon", *Les nouvelles littéraires*, op. cit (Versión en español en *Contextos*, México, enero, 1981).

(21) Pierre Péan, "Le jeu des sept erreurs pétrolières de J-J. S-S.", *Les nouvelles...*, *op. cit.*

El mito tecnológico ha recuperado palabras claves de la actual reinvindicación democrática: participación y descentralización. La telemática podría permitir votaciones frecuentes sobre los más diversos asuntos. La democracia electrónica podría transformar la casa de cada uno en una casilla electoral permanente gracias a la asociación del teléfono, el televisor y la computadora. "El riesgo es claro —sostiene Stefano Rodotà (22), el aislamiento creciente del individuo, privado de una serie de relaciones vinculadas al trabajo y el consumo, prisionero de una casa-fortaleza electrónica. Las relaciones sociales horizontales se irían debilitando en beneficio exclusivo de aparatos verticales, sean estos los que ofrecen trabajo, los proveedores de servicios o líderes políticos carismáticos. Desaparecerían así los mediadores sociales colectivos como los partidos, los sindicatos, inclusive los periódicos".

La descentralización ofrecida por el modelo informático de Servan-Schreiber para las poblaciones rurales sólo multiplica al infinito las viejas postulaciones difusionistas. La descentralización propuesta no significa la reducción del poder del centro, sino la transmisión diversificada de las decisiones elaboradas en otra parte. "Más que cualquier otra —indica Sylvain Gouz (23)— esta época futurista corre el riesgo de ilustrar la fecunda diferencia, planteada por François Perroux, entre los 'dueños de las máquinas' y los 'sirvientes de las máquinas' (...) La estructuración en redes, que es inherente a la informatización de la sociedad, se presta maravillosamente a la centralización".

En las antípodas de Servan-Schreiber, Herbert Schiller sugiere un aplazamiento en el desarrollo de estas tecnologías, luego de analizar los esfuerzos de algunos organismos internacionales por establecer normas que garanticen los derechos de los individuos y de las naciones. "Parece, por lo tanto, que se requiere algo más que normas internacionales de protección —por útiles que éstas sean como indicadoras de conciencia sobre el problema— para salvaguardar con mayor eficacia el desarrollo social de la mayor parte del mundo. Lo que es necesario, en este momento de la existencia internacional, es un máximo esfuerzo dirigido a retardar, a posponer, donde sea posible, la carrera hacia la computarización" (24). En el mismo sentido reflexiona el informe final de la Comisión Internacional para el Estudio de los Problemas de la Comunicación, auspiciada por la Unesco y generalmente conocida como Comisión McBride: "Pero, si bien

(22) Stefano Rodotà, "Potere e democrazia nel futuro elettronico", *Rinascita*, Roma.

(23) Sylvain Gouz, "Attention, l'informatique n'est pas neutre", *Les Nouvelles...* *op. cit.*

(24) Herbert Schiller, *op. cit.*

las innovaciones tecnológicas abren nuevas perspectivas, conviene ser prudentes al respecto: las tecnologías no permiten hacer milagros; son instrumentos que hay que adoptar y utilizar después de haber previsto todas sus consecuencias posibles. Si bien cada una de ellas tiene un potencial propio, no hay ninguna que se pueda considerar por separado, ya que todas forman parte de un conjunto, que convendrá planificar y construir teniendo en cuenta todos los elementos integrantes. Las innovaciones técnicas pueden surtir a menudo efectos económicos o sociales negativos, y pueden pervertir las orientaciones y el orden de prioridad de todas las actividades de desarrollo. Procede examinar cuidadosamente, y quizás aplazar en ciertas situaciones de desarrollo, la introducción de ciertas tecnologías nuevas" (25).

La democracia no se armoniza demasiado bien con el uso propuesto hasta ahora por las tecnologías que giran alrededor de las computadoras. Las formas de control parcializadas que caracterizan a las sociedades que nos toca vivir, podrían extenderse y asumir la forma de un único instrumento totalizante. Seres dispersos molecularmente en sus hogares e interconectados a través de terminales, podrían eliminar los espacios institucionales en los que se expande el Estado ampliado de nuestra época y donde se articulan en la actualidad las luchas por la democracia. La democracia, como posibilidad de decidir sobre los múltiples aspectos que constituyen la vida pública y privada, se juega en cada región de conflicto. Una nueva manera de entender lo político remite al reconocimiento de contradicciones plurales, allí donde hasta hace algún tiempo se consideraban estructuras monolíticas. La informatización de la sociedad, tal como se anuncia, deshace la trama de instituciones donde se actúa colectivamente. La formación educativa, la salud, la administración a través de las redes, diluye la escuela, el hospital, los centros de gestión. Pero también la fábrica, también la sala de esparcimiento. El retorno absoluto al hogar incapacita para la regeneración permanente de valores colectivos donde el grupo se reconoce.

La democracia, como la entendemos hoy, debería entrañar también la posibilidad de determinar qué tipo de tecnología es la más apropiada para que esa democracia sea practicable. No toda tecnología, necesariamente, es útil. En ese sentido es destacable el reclamo de los sindicatos australianos que en 1979 solicitaban una moratoria de cinco años en la aplicación de las nuevas tecnologías para el manejo de la información, a fin de por lo menos tener la oportunidad de evaluar y considerar las consecuencias e impacto de la computarización sobre las estructuras sociales existentes y el bienestar humano (26).

(25) *Un sólo mundo, voces múltiples,* (Unesco), México, F.C.E., 1980.

Hacia 1811, mientras se imponía en Inglaterra la economía política del *laissez-faire,* un manifiesto señalaba el surgimiento del movimiento luddita: "No depondremos las armas hasta que la Cámara de los Comunes apruebe una ley que prohíba toda maquinaria que dañe a la comunidad y derogue la ley que hace ahorcar a los que la destruyen. Pero mientras nuestra petición no sea atendida, lucharemos. Firmado por el general del ejército de reparadores, Ned Ludd". Nunca se supo quién era el general Ludd, pero todos los escritos llevaban su firma. El pueblo entero era el general Ludd. El mensaje no tenía autor porque todos hablaban en un nombre: la acción y la palabra se identificaban. Destruir las máquinas no entrañaba un acto antihistórico, como lo difundió después la leyenda burguesa, aun por boca del marxismo. El movimiento luddita entendía la historia de otra manera (27).

La posibilidad de la democracia significa un ordenamiento social que admita la expansión de la subjetividad en el calor de la solidaridad colectiva. Las tecnologías están después y no antes de esos objetivos. En adelante, hablar de comunicación y de manejo de la información nos exige pensar en la sociedad en su conjunto y en el papel de los seres humanos en sus relaciones recíprocas. Pensada así, la democracia se vuelve conquistable. No deberíamos asustarnos si tuviéramos que levantar otra vez la bandera: que se prohíba toda maquinaria que dañe a la humanidad.

(26) Herbert Schiller, op. cit.

(27) Cf. E.P. Thompson, *La formación histórica de la clase obrera,* Barcelona, Ed. Lalia, 1977.

Este libro se terminó de imprimir el 16 de noviembre
de 1982 en los talleres de la Imprenta Editora
Andrómeda S.A. Av. Brasil 2347
Jesús María - Telef: 629652

RELACION DE NUESTRAS PUBLICACIONES (*)

SERIE ESTUDIOS

COMUNIDAD LABORAL Y CAPITALISMO: ALCANCES Y LIMITES
Hugo Cabieses

ESTADO Y POLITICA AGRARIA. 4 ENSAYOS
Henry Pease García, Diego García-Sayán, Fernando Eguren, Marcial Rubio
(2da. Edición)

PRENSA: APERTURA Y LIMITES
Luis Peirano, Eduardo Ballón, Leyla Bartet, Gilberto Valdez

EL OCASO DEL PODER OLIGARQUICO. LUCHA POLITICA EN LA ESCENA OFICIAL 1968 - 1975
Henry Pease García
(3ra, Edición)

BURGUESIA Y ESTADO LIBERAL
Enrique Bernales, Laura Madalengoitia, Marcial Rubio

LABERINTO DE LA CIUDAD: POLITICAS URBANAS DEL ESTADO 1950-1979
Abelardo Sánchez León, Julio Calderón

CRISIS POLITICA. ¿SOLUCION ELECTORAL?
Enrique Bernales

¿QUIEN GANO? ELECCIONES 1931-80
Rafael Roncagliolo

ESTADO, ESTRATEGIA DE DESARROLLO Y NECESIDADES BASICAS EN EL PERU
Alberto Couriel

PROBLEMA NACIONAL. CULTURA Y CLASES SOCIALES
Fernando Sánchez Albavera, Antonio Cornejo Polar, Bruno Podestá, Orlando Plaza, Sinesio López, Rodrigo Montoya, Marfil Francke, Carlos Iván Degregori, Fernando González Vigil, Max Hernández.

MINERIA. CAPITAL TRANSNACIONAL Y PODER EN EL PERU
Fernando Sánchez Albavera

FUENTES BIBLIOGRAFICAS PERUANAS EN LAS CIENCIAS SOCIALES (1879-1979)
Augusto Pérez-Rosas C.

FORMAS DE DOMINIO, ECONOMIA Y COMUNIDADES CAMPESINAS
Orlando Plaza, Marfil Francke

ESTRATEGIAS Y POLITICAS DE INDUSTRIALIZACION
Fernando Sánchez Albavera, Aníbal Pinto Sta. Cruz, Daniel Carbonetto, Wilson Cano, Sergio Bitar, Jorge Torres-Zorrilla, Gustavo Saberbein, Fernando González Vigil, Filix Portocarrero, Luis Gutiérrez Aparicio, Carlos Garaycochea, Jorge Fernández Baca, Fabián Tume, Manuel Lajo, Gian Flavio Gerbolini, César H. Cabrera, Helan Jaworski, Javier Iguiñiz, Augusto Aninat, Folke Kafka, Alfonso Vidales, Jorge Gonzáles Izquierdo, Claudio Herzka, Jorge Borrani, Julio Velarde Flores, Francisco Durand, Guido Pennano, Luis Alva Castro, Javier Diez Canseco, Luis Guiulfo, Raúl Lizárraga, Miguel Angel Mufarech.

PRODUCCION ALGODONERA E INDUSTRIA TEXTIL EN EL PERU
Fernando Eguren López, Jorge Fernández-Baca, Fabián Tume

LA POLITICA ECONOMICA Y LA DEMOCRACIA EN DEBATE. LA RESPUESTA A ULLOA (*)
Henry Pease García, Fernando Sánchez Albavera, Ursula Vallejos, Francisco Durand, Fernando Eguren, Jorge Oroza, Eduardo Ballón, Rolando Ames Cobián, Manuel Ulloa, Enrique Bernales, Edmundo Murrugarra, Rolando Breña, Carlos Malpica, Jorge del Prado, Luis Alva Castro, Antonio Meza Cuadra, Agustín Haya de la Torre, Javier Diez Canseco, Miguel Angel Mufarech, Manuel Dammert, Alán García, Emeterio Tacuri.

(*) Editan DESCO y Servicios Populares de Orientación y Difusión.

LOS CAMINOS DEL PODER. TRES AÑOS DE CRISIS EN LA ESCENA POLITICA
Henry Pease García
(2da. Edición)

EL MAGISTERIO Y SUS LUCHAS 1885-1978
César Pezo, Eduardo Ballón, Luis Peirano
(2da. Edición)

ALIMENTOS Y TRANSNACIONALES. LOS COMPLEJOS SECTORIALES DEL TRIGO Y AVICOLA EN EL PERU
Fernando González Vigil, Carlos Parodi Zevallos, Fabián Tume Torres

AGRO: CLASES, CAMPESINADO Y REVOLUCION
Diego García-Sayán, Fernando Eguren
(2da. Edición)

TOMAS DE TIERRAS EN EL PERU
Diego García-Sayán

LA INFORMACION MACROECONOMICA EN EL PERU
Raúl Torres Trujillo, Carlos de la Torre Postigo

HACIA UNA CULTURA NACIONAL POPULAR
Tokihiro Kudó

CRITICA DE LA ARTESANIA PLASTICA Y SOCIEDAD EN LOS ANDES PERUANOS
Mirko Lauer

LA DECADA FRUSTRADA. LOS INDUSTRIALES Y EL PODER
Francisco Durand.

LA AGONIA DE MARIATEGUI. LA POLEMICA CON LA KOMINTERN.
Alberto Flores Galindo
(2da. Edición)

LA INVESTIGACION EN COMUNICACION SOCIAL EN EL PERU
Luis Peirano, Tokihiro Kudó

SERIE ESTUDIOS INTERNACIONALES

PORTUGAL: DEL GOLPE A LAS ELECCIONES
Marcial Rubio Correa

OPEP: IMPERIALISMO Y TERCER MUNDO
Marcial Rubio Correa

NO ALINEADOS: NUEVA FUERZA INTERNACIONAL
Inés García, Alberto Adrianzén

AMERICA LATINA 80: DEMOCRACIA Y MOVIMIENTO POPULAR
Henry Pease García, Tomás Moulián, Antonio Melis, Samuel Lichtensztejn, Guillermo Rochabrún, Luis Maira, Juan Carlos Portantiero, Carlos Iván Degregori, Juan Enrique Vega, Rolando Ames, Herbert de Souza, René Zavaleta Mercado, Manuel A. Garretón, Nathan Jorge Sevilla; Carlos Vilas, Enrique Bernales, Sergio Bitar, Fernando González Vigil, Rubén Molleopaza, Rafael Roncagliolo, Eduardo Figari, Santiago Pedraglio, Eduardo Ballón, Fernando Sánchez Albavera, Nicolás Lúcar.

AMERICA LATINA Y LA CRISIS DE HEGEMONIA NORTEAMERICANA
Luis Maira

COMUNICACION TRASNACIONAL: CONFLICTO POLITICO Y CULTURAL
Rafael Roncagliolo, Nicolás Casullo, Noréene Janus, Héctor Schmucler, Alcira Argumedo, Fernando Reyes Matta.

COOPERACION AL DESARROLLO Y MOV. POPULAR. LAS ASOCIACIONES PRIVADAS DE DESARROLLO.
Mario Padrón Castillo

COMUNICACION Y DEMOCRACIA EN AMERICA LATINA
Elizabeth Fox y Héctor Schmucler

SERIE PRAXIS

DE INVASORES A INVADIDOS
Alfredo Rodríguez, Gustavo Riofrío, Eillen Welsh

EDUCACION BASICA LABORAL. PROCESO A UN PROCESO
Eduardo Ballón, César Pezo, Luis Peirano, Gilberto Valdéz

¿PARADERO FINAL? EL TRANSPORTE PUBLICO EN LIMA METROPOLITANA
Abelardo Sánchez León, Julio Calderón C., Raúl Guerrero

MITOS DE LA DEMOCRACIA
Henry Pease García, Marcial Rubio, Laura Madalengoitia

SERIE PUBLICACIONES PREVIAS

POLITICAS EXPLICITAS DEL TRATAMIENTO AL CAPITAL EXTRANJERO
Clara Ogata

A UN AÑO DEL SEGUNDO BELAUNDISMO, UN PERFIL DEL PROCESO POLITICO PERUANO.
Henry Pease García

MODALIDADES DE PRESENCIA Y ANALISIS FINANCIERO DE LA BUNGE CORPORATION EN EL PERU
Carlos Parodi Zevallos

PARLAMENTO, ESTADO Y SOCIEDAD
Enrique Bernales B.

EL COMPLEJO SECTORIAL DE CUERO Y CALZADO EN EL PERU
Jorge Fernández-Baca, Luis Figueroa Arroyo

POBLACION Y DESARROLLO CAPITALISTA
Ricardo Vergara

SERIE CRONOLOGIAS

PERU 1968-1973: CRONOLOGIA POLITICA
Henry Pease García, Olga Verme I.

PERU 1974: CRONOLOGIA POLITICA
Julio Calderón C., Alfredo Filomeno, Henry Pease García

PERU 1975: CRONOLOGIA POLITICA
Henry Pease García, Alfredo Filomeno

PERU 1976: CRONOLOGIA POLITICA
Henry Pease García, Alfredo Filomeno.

PERU 1977: CRONOLOGIA POLITICA
Henry Pease García, Alfredo Filomeno

PERU 1978: CRONOLOGIA POLITICA
Henry Pease García, Alfredo Filomeno

PERU 1979: CRONOLOGIA POLITICA
Henry Pease García, Alfredo Filomeno

PERU 1980: CRONOLOGIA POLITICA
Henry Pease García, Alfredo Filomeno

SERIE MANUALES

MANUAL DE GESTION PARA EL AGRO
María Julia Méndez

SERIE TEXTOS ESCOLARES

PSICOLOGIA
Miguel de Azambuja, Cynthia Jones

ECONOMIA POLITICA: ELEMENTOS BASICOS
Carlos Otero, Luis Jimenez, Alicia Reyes

EDUCACION CIVICA: ELEMENTOS BASICOS
Marta López de Castilla, Luis Miguel Saravia

SERIE BIBLIOTECA POPULAR

HISTORIA DEL MOVIMIENTO BARRIAL Nº 2
Rocío Valdeavellano

¿ELECCIONES OTRA VEZ? ¿PORQUE Y PARA QUE?
Julio Calderón

SINDICALIZACION DE LOS TRABAJADORES ESTATALES
José Burneo

CONSTITUCION Y DERECHO LABORAL
José Burneo

ESTABILIDAD LABORAL: CONSTITUCION Y TRIPARTITA
José Burneo

VELASQUISMO Y MOVIMIENTO POPULAR
Teresa Tovar

MOVIMIENTO POPULAR Y PAROS NACIONALES
Teresa Tovar

EL PLIEGO DE RECLAMOS (CONCERTACION SOCIAL Y NEO-LIBERALISMO)
José Burneo

MOVIMIENTO BARRIAL: ORGANIZACION Y UNIDAD 1978-1981
Teresa Tovar

REVISTA

QUEHACER (Revista Bimestral)
Nos; 3, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19
Números Sueltos
Suscripción Anual (6 números)

BOLETIN

RESUMEN SEMANAL
Suscripción anual, semestral, trimestral.

(*) Esta relación no incluye los títulos agotados.