

Chasqui

Revista Latinoamericana
de Comunicación

No. 64 - DICIEMBRE 1998

Director

Asdrúbal de la Torre

Editor

Fernando Checa Montúfar

Consejo Editorial

Jorge Mantilla Jarrín

Fernando Checa Montúfar

Lucía Lemos

Nelson Dávila Villagómez

**Consejo de Administración de
CIESPAL**

Presidente, Víctor Hugo Olalla,
Universidad Central del Ecuador.

Wladimiro Alvarez Grau,
Ministro de Educación y Cultura

Paulina García de Larrea,
Min. Relaciones Exteriores.

Juan Centurión, Universidad de
Guayaquil.

Carlos María Ocampos, OEA
Consuelo Feraud, UNESCO.

Luis Espinoza, FENAPE.

Héctor Espín, UNP.

Lenin Andrade, AER.

Asistente de Edición

Martha Rodríguez

Corrección de Estilo

Manuel Mesa

Magdalena Zambrano

Portada y contraportada

Rubén Vásquez

Impreso

Editorial QUIPUS - CIESPAL

Chasqui es una publicación de CIESPAL.

Apartado 17-01-584, Quito, Ecuador

Tel. 506 149, 544-624.

Fax (593-2) 502-487

E-mail: chasqui@ciespal.org.ec

<http://www.comunica.org/chasqui>

Registro M.I.T., S.P.I.027

ISSN 13901079

Los artículos firmados no expresan necesariamente la opinión de CIESPAL o de la redacción de Chasqui. Se permite su reproducción, siempre y cuando se cite la fuente y se envíen dos ejemplares a Chasqui.

NOTA A LOS LECTORES

El e-mail cayó con el peso enorme de la ausencia que anunciaba: "Mi padre, Mario Kaplún -nos escribía su hijo Gabriel- murió el 10 de noviembre pasado. Estos han sido, entonces, días de despedida, con dolor y tristeza, pero también con serenidad y ternura. Por una vida bien vivida, en la que nos dio mucho a muchos... 'Tu viejo vive viajando', me decían a veces. Me gusta pensar que ahora sigue viajando y, de ese modo, viviendo entre nosotros" -concluía Gabriel. Sí, viajero incansable, no solo en el sentido físico del magnífico espacio de Nuestra América y otros lares, que enriqueció con su presencia, sino también en el sentido existencial, más trascendente, que le permitió recorrer el corazón, el sueño y las mentes de miles de alumnos que le hacen el homenaje cotidiano, el mejor, con su práctica de una comunicación democrática. Su corpórea ausencia no hace más que acrecer su entrañable presencia a través de su obra viva, abierta, con múltiples ecos.

Han sido cerca de 60 años de prolífica actividad y compromiso con la "educación comunicativa" -como le gustaba llamar a lo que hizo- y con la utopía de una sociedad más humana, más fraterna, más justa. Desde sus 17 años, cuando empezó a preocuparse por una radio creativa, educativa y verdaderamente democrática; hasta sus últimos días cuando su lucidez y experiencia relativizaron la supuesta panacea en que muchos han convertido al ciberespacio: "¿acaso -se preguntaba- no estamos tecnológicamente hipercomunicados, pero socialmente aislados?". Sin embargo, se reconoció apenas como "un aprendiz de comunicador" -humildad consonante con su sabiduría- y lo demostró en cada acto de su vida. Su praxis educomunicativa en varios ámbitos y con diversos grupos: las organizaciones populares de la Patria Grande o las aulas universitarias; CIESPAL (que honró muchas veces y donde publicó las primeras ediciones de tres de sus libros) o los estudios de varias radios y de la TV uruguaya... Por donde anduvo dejó la huella de esa relación dialéctica, de ese dar y recibir, enseñar y aprender, siempre en comunión.

Con **Mario Kaplún, un homenaje**, Chasqui comparte trabajos en torno a su palabra y pensamiento. Primero, su texto último e inédito en el cual ratifica lo de la "educación comunicativa", y sostiene que la conformación del "ciberespacio educativo" implica un espectacular avance; pero, desde una racionalidad pedagógica, se pregunta, ¿lo será también?, ¿se establece una verdadera comunicación?, y responde que las nuevas tecnologías son válidas siempre y cuando vayan más allá de la relación hombre-máquina y permitan una construcción común del conocimiento.

Segundo, una semblanza del Maestro escrita por su hijo Gabriel desde el corazón de una relación filial, de alumno y amigo. Semblanza aderezada para el regodeo con algunas anécdotas cálidas y sustanciosas, extraídas de su conversatorio en el I Festival de Radiosapasionados y Televisonarios realizado en CIESPAL, en noviembre de 1995. Por último, diez consejos entresacados de sus libros y seleccionados por José Ignacio López Vigil.

Al dedicar esta edición al Maestro queremos y creemos que el mejor homenaje que le podemos rendir es continuar su obra, no repitiéndola sino recreándola, en el marco de la utopía que guió su vida y su quehacer: "Definir qué entendemos por comunicación -dijo- equivale a decir en qué clase de sociedad queremos vivir... Comunicación es una calle ancha y abierta que amo transitar. Se cruza con compromiso y hace esquina con comunidad". Gracias Maestro por todo. Hasta siempre.


Fernando Checa Montúfar
Editor

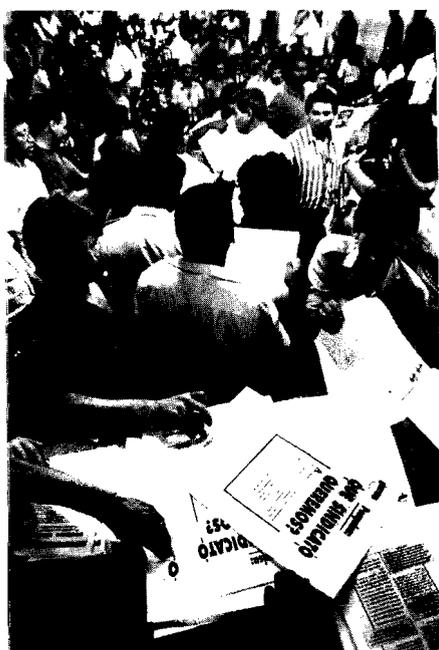
MARIO KAPLUN, UN HOMENAJE



Aunque se autodefinió como “aprendiz de comunicador”, no hay duda alguna que es y será el Maestro de los radioapasionados y educomunicadores de Iberoamérica. Esta edición se la dedicamos como un modesto homenaje al hombre y su obra.

- 4 Procesos educativos y canales de comunicación
Mario Kaplún
- 9 Mario Kaplún, El viajero
Gabriel Kaplún
- 15 Diez consejos de Mario Kaplún
José Ignacio López Vigil

DERECHOS HUMANOS Y COMUNICACION



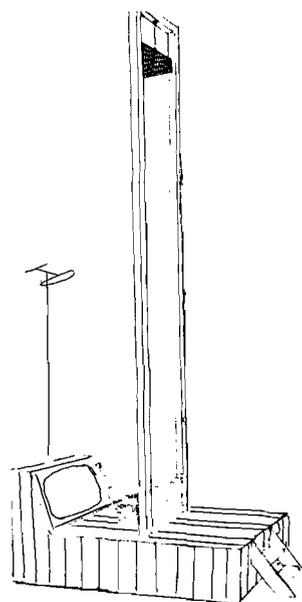
A propósito de los 50 años de la Declaración Universal de los Derechos Humanos de la ONU, presentamos análisis y propuestas desde la perspectiva de la comunicación, que también es un derecho, y muy importante.

- 18 Un malestar invisible: derechos humanos y comunicación
Rossana Reguillo

- 24 Comunicadores y derechos humanos: ¿de malos amigos a ángeles guardianes?
Luis Ramiro Beltrán S.
- 29 Iniciativas ciudadanas por el derecho a la comunicación
Osvaldo León
- 33 Ghetto cybernético amenaza a los derechos humanos
Alain Modoux

LA “MASSMEDIACION” DE LA SOCIEDAD

Sin duda alguna, los medios ocupan un lugar privilegiado en la sociedad contemporánea, hecho que exige reflexiones profundas y propuestas creativas para evitar peligrosas concentraciones de poder.



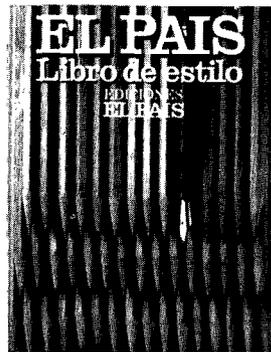
- 36 La socialidad de la comunicación
Irey Gómez,
Luis Alarcón,



- 38 Medios masivos y movimientos sociales
Francisco de Jesús Aceves
- 42 Grupos minoritarios y medios de comunicación
María Elena Hernández, Sergio René de Dios
- 46 La comunicación computarizada y su impacto en las organizaciones
Federico Varona Madrid
- 51 Opinión pública, medios y ciudadanía
Rosa María Alfaro
- 55 Un dilema cultural de fin de siglo
Kintto Lucas

CONTRAPUNTO

- 58 Manuales de estilo: entre la utilidad y el anacronismo
José Luis García
- 62 Manuales de estilo: ¿Y en qué quedamos?
Hernán Rodríguez Castelo



APUNTES

- 65 Humor y periodismo científico
Manuel Calvo Hernando
- 68 América Latina: hacia la reforma de la TV Pública
Valerio Fuenzalida
- 73 Violencia y medios de comunicación
Luis Fernando Vélez
- 78 Las Radios Universitarias en México
Irving Berlín Villafaña
- 83 Globalización e interculturalidad
Enrique Ipiña Melgar

86 NOTICIAS

87 ACTIVIDADES DE CIESPAL

RESEÑAS

- 89 Libros sobre la radiodifusión iberoamericana
Daniel E. Jones



PORTADA Y CONTRAPORTADA

RUBEN VASQUEZ

“Vendrá la muerte y no tendrá sus ojos”

Tinta. 45 x 60. 1985.

Sin título.

Tinta. 45 x 60. 1988.



- Eric Kaplún: un mensaje
- Brecht: humanos y comunicación
- “massmediación” de la sociedad

Opinión pública, medios y ciudadanía

Tradicionalmente, las encuestas se han utilizado electoralmente, han sido muy importantes para hacer política y conquistar poder político. Sin embargo, redefiniendo sus usos y valoraciones, ellas pueden ser muy útiles para construir un nuevo protagonismo ciudadano en la comunicación política. En suma, las encuestas o sondeos de opinión pueden ser un renovado instrumento para otorgar palabra y ethos democrático.



AFP. Photo: Omar Torres

Las encuestas forman hoy parte del panorama político de nuestros países y sus precarios procesos de modernización. Su fuerza no está solo en producir datos sobre la opinión ciudadana, sino en la publicación de sus resultados en los medios masivos, haciéndose ampliamente visi-

bles. Utilizadas desde hace un buen tiempo para contiendas electorales, estas miden la aceptación de candidatos y pueden ser un factor clave que incline la balanza hacia un lado u otro. En no pocas ocasiones, estas informaciones cuantitativas determinan alianzas, retiros y redefiniciones de campañas, o influyen en los cálculos políticos de ciudadanas y ciudadanos para evitar votos perdidos e inútiles, para situarse en las minorías o inclinarse hacia la tendencia mayoritaria. Con ellas se hizo y se hace política

para conquistar poder político en la actualidad.

Manifestación de la palabra ciudadana

En los últimos tiempos, nuevos usos han permitido evidenciar contentos y descontentos de la población frente a las gestiones gubernamentales o las decisiones políticas de diversos actores. De alguna manera, los sondeos de opinión expresan el sentido común y el sentir de los pueblos, evidencian sus más elementa-

ROSA MARÍA ALFARO, peruana. Directora del departamento de Investigación de la A.C.S. Calandria (Perú), integrante de la Red de Comunicación del CEAAL. E-mail: rmaria@caland.org.pe

les demandas. No son solo una herramienta del poder, sino una forma de manifestación de la palabra ciudadana casi siempre opaca o encubierta. Sin embargo, todo ello sigue siendo aún un camino moderno pero de sentido tradicional, en la medida en que su finalidad no es la participación ciudadana ni su irrupción en el escenario, sino que obedece a una lógica de interés para la construcción de hegemonías, conducida por los protagonistas y profesionales de la política, en colaboración con los medios.

Validado el instrumento y sus relativas pero creíbles utilidades, podemos transformarlo para encaminar otros sentidos. Para ello hace falta redefinir sus usos y las valoraciones en las que se enmarca para nuevamente regresar a esta metodología específica y reajustarla. Los compromisos a los que aludimos se refieren al ejercicio democrático -siempre tan debilitado en nuestros países- y a la necesidad de avanzar en la conformación de culturas políticas ciudadanas y éticas. Importa crear otros circuitos de transformación del ejercicio político, poniendo el énfasis en la participación y la solidaridad. Así, podemos llevar a favor y no a costas, un renovado instrumento que puede otorgar palabra y *ethos* democrático. La capacidad humana de preguntar es una cualidad que puede mover montañas y fomentar democracia en medio de

tanto autoritarismo. Todo depende de qué y para qué se interroga, a quiénes y cómo se hace. Aquí, cualquier atrevimiento puede ser altamente significativo.

Mirarse en las imágenes de un prisma ciudadano

Se trata, más bien, de evidenciar cómo somos los ciudadanos de un país, mediante un conjunto de sondeos. Que nuestros públicos se vean a sí mismos, que puedan ubicarse en percepciones, opiniones, valoraciones y comportamientos del conjunto. Importa saber cuán comunidad somos y qué diferencias nos conforman, identificar discriminaciones y encuentros. Una encuesta nueva debería convocar a que esa visibilidad sea autorreferencial. Es decir, se trata de acumular una información que conduzca a interrelaciones mutuas y permita reflexividad, que se convierta en formativa.

Pero, los estudios de opinión pública no debieran ser un solo espejo aglutinador, sino un prisma de múltiples caras. Se trata de dar cuenta de la complejidad y de las múltiples diferencias existentes, inclusive de exclusiones y desigualdades. No solo interesan las tendencias generales sino las más específicas. No solo importa el gran porcentaje sino de qué está compuesto y cuáles son las minorías o si conforman nuevos pensamientos y sentidos que se ponen a la disposi-

ción pública. Lamentablemente, muchos medios solo se interesan por el porcentaje mayor, tienden a simplificar homogeneizando la riqueza de la vivencia y la valoración ciudadana. Si bien hay un gran interés en los medios por este tipo de información, se reduce su utilidad de aprendizaje.

Convocar para invitar a ubicarse en las palabras de otros es otro sentido de la presentación pública de los sondeos. Las autoridades podrán ser calificadas, dar cuenta de cuánto se les conoce y aprecia, cuándo y por qué se les critica. Igualmente, los líderes pueden pulsar cómo son aceptados o cuestionados, en una sociedad tan amplia y diversa, donde las relaciones directas con todos son imposibles y en la que las apreciaciones subjetivas son difíciles de expresar o comunicar. Imperiosamente, se nos obliga a establecer coincidencias y discrepancias que permitan entender lo que nos une y lo que nos separa y qué posibilidad de llegar a acuerdos existen. Se trata de enfrentarse al otro y adquirir conciencia de su existencia y el respeto que nos debe merecer.

Profundizar y entender desde temas y sentidos

Los sondeos no son solo una fotografía. No es suficiente conseguir impacto con cuadros estadísticos y sus significati-



Lucas Campo, Buenos

Revalorizados, los sondeos de opinión pueden convertirse en un instrumento que permita una mejor comprensión de cómo somos y pensamos.

vos porcentajes. Más bien, estos pueden dar cuenta del conjunto como de ciertos aspectos que permitan una mejor comprensión de cómo somos y pensamos, sobre nuestras expectativas y avances, los puntos de conflicto. Es posible averiguar sobre temas específicos y detenerse en ellos. Así se busca focalizar para provocar profundizaciones, averiguar matices, encontrar ambigüedades, desconocimientos y contrasentidos, los motivos y argumentos de oposición y la estructura de toda complicidad. En esa misma línea importa ubicar las transformaciones que se van gestando o los retornos a que se recurre. Para lo cual hace falta establecer continuidades en este tipo de estudios.

Se configura, así, un mejor conocimiento de la sociedad sobre sí misma y sus sujetos no solo en el nivel normativo del deber ser, sino centrándose en la realidad específica. Se pueden combinar interrogantes sobre valoraciones pero también sobre juicios, como acerca de probables comportamientos y de acciones. Entre las percepciones y las tomas de posición hay mucho por averiguar. Los prejuicios y discriminaciones existentes pueden dibujar lo que requerimos transformar. Se permite, así, oponer consensos y disensos frente a decisiones políticas ya tomadas o por tomar, o frente a comportamientos cotidianos que van conformando los modos de ser y las relaciones existentes entre pares y diferentes.

Los temas pueden ser muchos, pero vale la pena indagarlos por separado para luego confrontarlos: cultura democrática, género, sentidos ecológicos, sexualidad, racismo, etc. Como también centrarse en sujetos o actores específicos. O en ámbitos de desarrollo local, regional, nacional, urbano, rural. Cualquier tipo de intervención gubernamental o privada debiera partir de reconocer la situación de la gente. No es serio proponer cambios a ciegas, destinados al más absoluto fracaso pues no se basa en sentidos empáticos sino en pronósticos objetivamente alejados de la realidad subjetiva de la gente.

Hacia el don de la interpretación colectiva

Los métodos cuantitativos suelen ser duros y simplificadores. Pero hay modos de crear flexibilidad y posibilitar conoci-

mientos más certeros acerca de nuestra complejidad. Hace falta introducir métodos cualitativos para ordenar el sistema, sentido y orden de una encuesta. Las preguntas abiertas y el trabajo previo son indispensables. Seleccionar entrevistas a profundidad, grupos focales, un buen testeo inicial, o un trabajo etnográfico previo (observación), puede ayudar a conformar apuestas y preguntas más acordes a las lógicas y sentidos de los entrevistados. Pero, es también el conocimiento del tema y su solidez teórica lo que permitirá que la pregunta sea significativa, pertinente y generadora de procesos educativos y reflexivos. No es, por lo tanto, la aplicación de un instrumento técnico sino de una metodología que quiere acumular saberes con una intención.

Interpretar suele ser una tarea simplista pues se basa en la mera descripción de informaciones. Ello ha llevado a que muchos periodistas y comunicadores la obvien, quedándose solo en la exposición de cuadros y porcentajes. Así, los ciudadanos no solo no entienden qué significa y cómo se hace una encuesta, sino que al anquilosarse en el dato cuantitativo, el enigma problematizador se diluye, solo se entera y comprueba una información, no se avanza más. La capacidad de pensar y argumentar, de organizar dudas y sospechas, la interpelación a la sociedad quedan fuera del escenario, banalizando no solo la información, sino la capacidad de entender e interpretar la sociedad con sus dilemas y expectativas de futuro.

De allí que interpretar sea una manera de acercarnos a la argumentación, es recuperar la capacidad ciudadana de ligar emociones con ideas, razón con afectividad, estética con ética, asociaciones hoy divergentes entre sí. El sentido común se expone pero no solo para comprobarlo, sino para ser interpelado motivando procesamientos, creación de argumentos, exposiciones a los "porqué", "para qué", "desde cuándo", "en qué sentido", "adónde vamos".

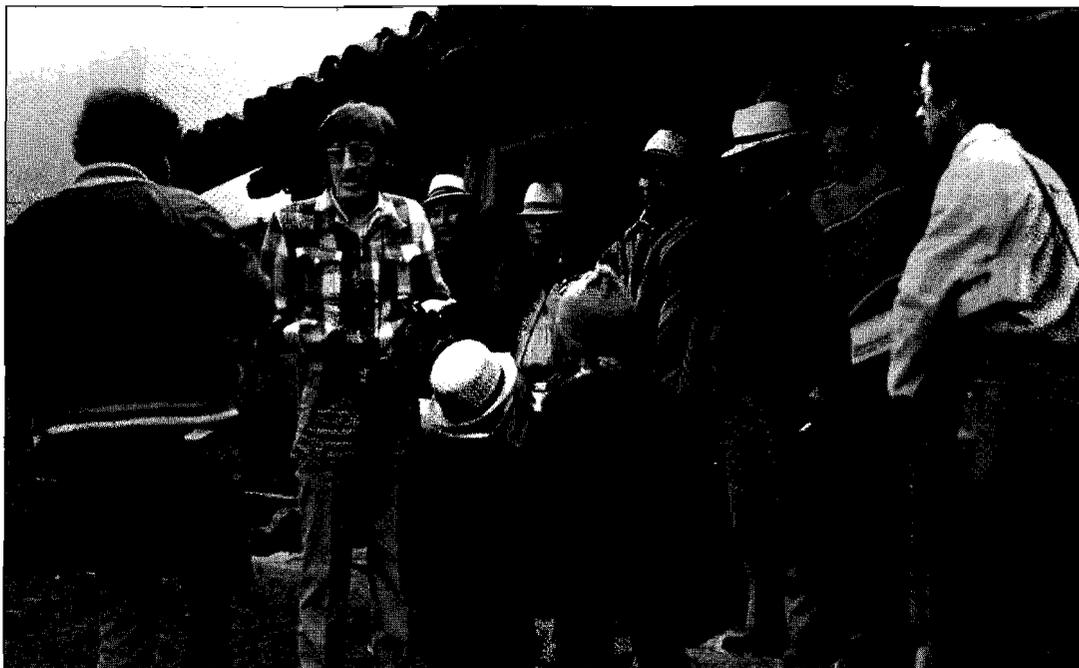
La opinión pública como presión social: un foro público

La presión social y sus modos de ejercerla están en proceso de desuso. Pero, las ganas de protestar y denunciar, el derecho a rebelarse aún permanece, a pesar de que los fuertes procesos de individualización nos pueden llevar a otro

La encuesta de opinión puede tener otro uso, el de hacer visible las demandas de la gente, evidenciar sus rabias y críticas, procesar de manera pública lo que está en cuestión. Se pueden colocar temas nuevos o reiterar la importancia de los de siempre, a partir de la ciudadanía. Se trata de recuperar la idea de foro público ganando este método para ello.

lugar, el de la pasividad. Hay muchos descontentos, sin embargo, hay cierta decepción de la ciudadanía amplia en la eficacia de los métodos tradicionales de reclamar y censurar. Como tampoco se conecta este sentimiento a la necesidad de idear otros modelos de sociedad. Las marchas solo ocurren en momentos de euforia, la capacidad de decir de los ciudadanos se reduce a grupos pequeños y organizados de la sociedad. Pero aparecen nuevas formas y falta encontrar más.

En la última encuesta nacional que realizamos en Perú, se coloca a "las firmas" de efecto constitucional como otra manera de protestar, igualmente la participación en los medios, y renace un nuevo sentido de la marcha más ciudadana que política, más protestante que adherente. El derecho más reclamado, al lado del trabajo, es el de la libertad, el respeto y el reconocimiento, pues cada vez la persona vale menos en el ámbito público de hoy, lo humano se ha echado a perder, la ciudadanía corre el riesgo de ser solo respaldo y dato del cálculo político.



Gale Camión, Ecuador

La visibilización y protagonismo de los sujetos, especialmente de los marginados, son formas de legitimar el derecho a la comunicación.

La encuesta de opinión puede tener otro uso, el de hacer visible las demandas de la gente, evidenciar sus rabias y críticas, procesar de manera pública lo que está en cuestión. Se pueden colocar temas nuevos o reiterar la importancia de los de siempre, a partir de la ciudadanía. Se trata de recuperar la idea de foro público, ganando este método para ello. Hasta hoy, las encuestas han proporcionado datos de interpretación del panorama político y, menos veces, del cívico. Pero no han generado discusiones, más bien han reducido al mínimo su capacidad de interpelación social y política. Si a ellos se unen opiniones y entrevistas y otros datos objetivos, imágenes de la realidad, si se fomenta la interpretación colectiva estamos ante un nuevo hecho moderno y democrático. Se trata de discutir colectivamente resultados de sondeos y confrontarlos con los hechos políticos existentes, desde el escenario público que son los medios.

Los medios como temática y fiscalización

Pero, también los medios pueden ser materia de crítica y aplauso, de reflexión y propuesta. El derecho a la comunicación aún no conformado en nuestros pueblos, puede ir generándose desde el sondeo continuo que trasciende la medición de audiencia y, más bien, permite una

cierta tarea de fiscalización y vigilancia ciudadana sobre los mismos. Desde el consumo hay un acumulado ambiguo de descontentos pero también de complicidad. La falta de un escenario crítico, masivo y amplio, no permite afinar las propias opiniones ni avanzar en sus formulaciones. La oferta se encuentra congelada por la ausencia de una demanda explícita de cambios.

Discutir sobre los medios constituye una tarea moderna. Esta no le corresponde más al Estado, en la línea de defender el respeto a la libertad de expresión y la necesidad de superar una visión controlista autoritaria y de corte político sobre la sociedad civil. El empequeñecimiento del Estado y la redefinición de sus funciones está en pleno proceso de implementación y conflicto. Los medios son espacios públicos y el derecho a la comunicación no es una competencia solo de sus dueños y profesionales, también de los consumidores quienes se van haciendo ciudadanos con los medios frente al escenario político que ellos fracturan y reproducen, especialmente la televisión.

Sin embargo, este margen de los derechos aún no ha sido interiorizado y aceptado por la población, no forma parte de su cultura política. Los medios son oferta y regalo, lugar de satisfacción y cubrimiento de las demandas de información, espacio de reconocimiento moder-

no. Las perspectivas críticas y cuestionantes se ejercitan en el mundo de lo privado, no se conocen, ni estas influyen en la regularización de la oferta. Solo las mediciones de audiencia deciden pero no la opinión de la gente. Estamos más ante una factura de negocio que ante un ejercicio público o un bien común regulable por sus públicos receptores. En ese sentido, la encuesta que coloca a los medios en trance de ser juzgados mediante la opinión ciudadana, permite una visibilización y protagonismo de los sujetos, es una forma de legitimar el derecho a la comunicación. Pero, a la vez, es una herramienta educativa que al ser expuesta y compartida por los medios permitirá poco a poco procesar y confrontar el futuro de la comunicación, la convertirá en tema de agenda y de vigilancia ciudadana.

En la institución que trabajo venimos utilizando los sondeos en los sentidos antes descritos. Averiguamos sobre la cultura política con respecto a los cambios que está viviendo el Estado y la sociedad, en cuanto a la problemática de género y las transformaciones y anquilosamientos que se registran y con respecto a la vigilancia de los medios. Estos últimos se comparan con la observación y análisis de las propuestas discursivas de la información periodística u otros géneros que proponen los medios cotidianamente. ●