

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 aderazada 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

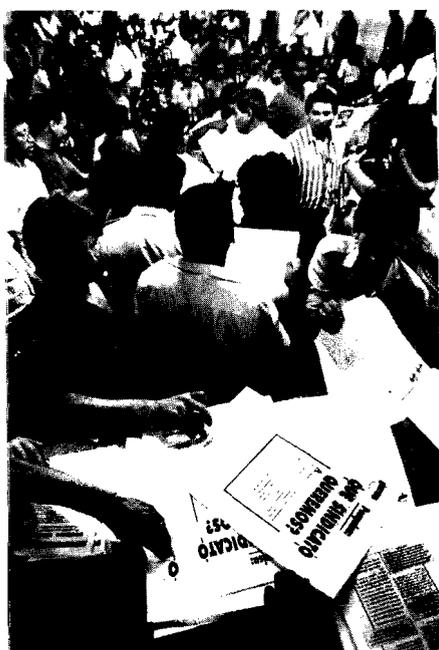
MARIO KAPLUN, UN HOMENAJE



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



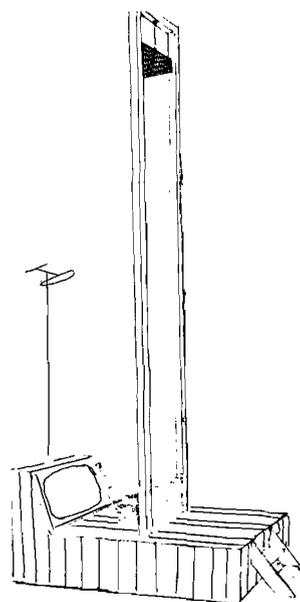
A propósito de los 50 años de la Declaración Universal de los Derechos Humanos de la ONU, presentamos análisis y propuestas desde la perspectiva de la comunicación, que también es un derecho, y muy importante.

- 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.



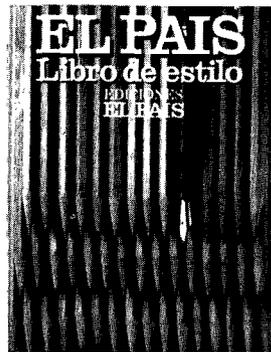
- 36 La socialidad de la comunicación
Irey Gómez,
Luis Alarcón,



- 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

Manuales de estilo: entre la utilidad y el anacronismo

Chasqui 62 dedicó una veintena de páginas al tema "Manuales de Estilo". Sobre lo tratado entonces, el autor de este artículo encuestó a periodistas cubanos y a corresponsales extranjeros acreditados en La Habana, pertenecientes a las agencias aludidas en aquellas páginas. Además de las respuestas de los encuestados, José Luis agrega algunas reflexiones personales en torno a este tema.



Mi pregunta: "¿Qué opina usted de los manuales de estilo?", originó dos escenarios. En uno se repiten variantes del bocadillo: "Son objetos anacrónicos, útiles a veces". Y en el otro variantes de: "Son imprescindibles, aunque un poco pasados de moda". Habida cuenta de las sumas de opiniones (a las que agregó los matices de los análisis de Chasqui 62), se observa una incómoda relación cordial entre ambos escenarios.

Por otro lado, ante la actual proliferación de manuales de estilo, un competente periodista opina que por ese camino los comunicadores se van a convertir en manuales de estilo con las mentes colgando. Y otro experto, en cambio, opina que hacen falta todavía más, que sean

reales, firmes, terrenos, persistentes, superadores, etcétera... Tengo, por consiguiente, interés en no perder el beneficio de esta sección para meter baza con mis propias opiniones, al amparo de lo que creo saber y de lo dicho por mis encuestados, y también de la atención que seguramente despertaron los artículos publicados aquí en junio de 1998.

Comienza diciendo uno de ellos, firmado por Martín F. Yriart: "Dos importantes periódicos argentinos, los diarios *Clarín* y *La Nación*, han publicado recientemente sendos manuales de estilo. Ambos son reveladores de las tendencias actuales en la evolución del papel que algunos medios de comunicación se atribuyen frente a la sociedad, y de las estrategias que adoptan para asegurarse lo que perciben como su cuota deseada de poder".

Pues bien, debe parecer legítimo que

publicaciones específicas se ocupen de alistar sus específicos manuales de estilo. No hay nada criticable en el hecho mismo. Están en su derecho. Un manual de estilo es sencillamente una posibilidad al arbitrio de toda empresa editorial desde los tiempos de Gutenberg. En cuanto al "papel que se atribuyen frente a la sociedad", no solo los periódicos y los medios de comunicación en general, todo el mundo se atribuye por lo menos un papel frente a la sociedad. Otra cosa es que se le reconozca. "Asegurarse lo que perciben como su cuota deseada de poder", debe parecer correcto, porque todas y cada una de las publicaciones poseen esa cuota o la buscan con mejor o peor suerte e intención. Ya se sabe (lo sabían incluso los aedos): "Información es poder".

En otra parte, bajo el subtítulo "La obsesión por el estilo", dice Yriart: "La pre-

tensión de legitimarse socioculturalmente en las industrias editoriales a través de la publicación de libros de estilo, no requiere un análisis demasiado amplio. Es la extensión, a los medios de comunicación, de la respuesta de otras industrias a los reclamos de los comunicadores. Proclamar la calidad del producto, a partir de la idoneidad del proceso de diseño y fabricación, parece ser una consigna de la era...". Efectivamente lo es. Y debe ser así en una época cada vez más competitiva y generalizante. En todo caso, no debe menospreciarse una "obsesión" de signo positivo. Ojalá las industrias editoriales se legitimen todas ellas. Y si lo consiguen mediante una superpresencia de manuales de estilo -que lo dudo todo el tiempo- pues muchísimas felicidades. En cuanto a la forma, es verdad que puede resultar chocante que una publicación seria se vea precisada a proclamar su pretensa calidad como si se tratara de la calidad de un par de zapatillas deportivas, pero, en último análisis, no es una relación irreconciliable si la observamos a la luz de los tiempos que corren... Debe entenderse que ningún manual o libro de estilo, como ningún par de zapatillas, puede hacernos daño a menos que esperemos más de lo que pueden dar.

En el cilindro

Sucede en ocasiones que se intenta adaptar el manual de estilo a una determinada y muy personal capacidad de valorarlo y practicarlo. En otras palabras: se le tiende un lecho de Procusto en curiosa versión mental. Sucede también que se le define solo por sus inevitables defectos (iba a decir "humanos defectos"), y de ahí que, defectos sobre defectos, para no pocos comunicadores el manual ha llegado a convertirse en una suerte de dinosaurio dentro de un paréntesis de hielo. Con frecuencia es repudiado como aquellas señoras venezolanas repudiaban el machismo, o sea, con un feminismo machista. Vivimos una época en que suelen quererse las respuestas antes de las preguntas, y debe admitirse que un buen manual de estilo, convenientemente desplegado en el inconsciente del comunicador (como una película en cámara lenta), se acerca con creces a tal pretensión.

Desde su línea de sombra, el manual no dice qué (de mucho) puede hacerse, sino qué (de más bien poco) no puede

hacerse. Su utilidad en la diaria faena es tan clara como una medalla en el pecho, y cuando se sabe que está ahí, el texto marcha bien. Que proliferen es loable, aunque algunos parezcan padres aburridos en medio de la verbena. Y lo ideal es que cuando llega la hora de la porrección del nuevo comunicador, el editor ponga en sus manos, antes de hablar de dineros y otros "articulares", el correspondiente manual. Entonces, el editor debería decir: "Gózalo como se merece, explóralo en su máxima extensión, y no escuches a quienes lo reducen al rincón diciendo que este mensajero vuela por completo fuera de la creatividad".

En cuanto a que los manuales de estilo se conviertan en "obras de referencia para todos", en "productos vendibles", eso es ya un disparate. Es como la transformación del doctor Jekyll en mister Hyde. Los manuales de estilo dejan de serlo y se transforman en escalofriantes folletos de gramática y ortografía.

Preciso es admitir que los manuales de estilo bien hechos se encuentran muy comprometidos por los mal hechos, y que en general el campo de los manuales sufre descrédito por exceso de concurrencia. Pero este daño es solo superficial. La abundancia de los malos no demuestra nada contra el principio mismo.

Volviendo al artículo de Yriart, se lee en cita desmesurada que Aristóteles, Horacio y Quintiliano consideraban el estilo como una cuestión eminentemente técnica, relacionada con los géneros y los auditorios; pero, ¿qué tiene que ver tan dramática relación con los dos metros de tierra que cubren los manuales de estilo? También es errado citar la "epigramática" frase de Bouffon (*le style c'est l'homme même*) por la sencilla razón de que Bouffon pensaba en todo menos en los manuales de estilo al acuñarla. Y la desmesura es completa al terminar citando a Joyce y "la estética literaria que subyace en sus novelas". El propio Bouffon calificaba ese género exagerado de citas con otra frase epigramática: *Coup de théâtre*.

Verse

En otro de los artículos aparecidos en *Chasqui* 62, Hernán Rodríguez Castelo compone la siguiente definición del estilo: "El estilo es lo que distingue y caracteriza por igual a la escritura de un autor que a una obra o a conjuntos, a veces vastos, de obras -estilo recocó, por ejemplo...

Un manual de estilo impone -para aquellos sobre quienes cobra autoridad- ciertas elecciones, allí donde cabía vacilar entre dos caminos".

Imposible no estar de acuerdo con Rodríguez Castelo. Incluso la frase: "sobre quienes cobra autoridad", sugiere una ecuación: "Autoridad" -que emplea y paga convenientemente- exige el cumplimiento de ciertas y determinadas normas "sobre quienes -efectivamente- cobran". ¿No es una falta de educación no estar de acuerdo?

Otra cosa es mejorar los manuales de estilo. Otra cosa es cerrar filas para abolir la proverbial estupidez de muchos, solazados desde mitad de siglo en una especie de compulsión anal. En este sentido, ejecutivos y comunicadores, editores y lingüistas han de concebir juntos a las criaturas. Sin muecas, sin marionetismo, libres de machaconeos sobre lugares comunes, evitando una precisión rigurosa y condescendiente, sin auto-complacencia ni coquetería, ni verdades

En cuanto a que los manuales de estilo se conviertan en "obras de referencia para todos", en "productos vendibles", eso es ya un disparate. Es como la transformación del doctor Jekyll en mister Hyde. Los manuales de estilo dejan de serlo y se transforman en escalofriantes folletos de gramática y ortografía.



Los manuales de estilo determinan la existencia de medios conservadores o innovadores, ordenados y rígidamente contruidos o libres y hasta con aire de inspirada improvisación...

de perogrullo, ni esas verdades a medias que tanto hacen recordar los famosos acápites contradictorios de los cerdos de *Rebelión en la granja*, que se decían y desdecían no solo dentro de una misma frase, sino dentro de una misma palabra.

Ya se sabe lo que le pasó a la nariz de Max Eastman cuando Hemingway lo agredió con un voluminoso paquete de manuales de estilo acabados de imprimir. Aunque debe admitirse que al menos en una ocasión, un manual de estilo tan entorpecedor como el de la antigua Pall Mall, sirvió de acicate a un estilista de la talla de Samuel Beckett. Entonces, decenas de editoriales habían rechazado sus manuscritos y el irlandés decidió escribir algunas "cositas sueltas" para Pall Mall. Tajantemente le fueron devueltas con sucesivas notas: "No se ajusta al manual de estilo". A la sazón, el futuro Premio Nóbel, iniciaba una de sus "cositas sueltas" con el siguiente estilo: "Qué importa quien habla, alguien ha dicho qué importa quién habla. Habrá un punto de partida, yo estaré, no seré yo, yo estaré aquí, me diré lejos, no seré yo, no diré nada, habrá una historia de inmediato, alguien va a contar una historia..." Ante la negativa de la publicación, Beckett apretó los dientes y escribió: "No poder abrir la boca sin proclamarlos a título de congénere, he aquí a lo que intentan re-

ducirme. Menuda astucia si me logran adaptar a un estilo del que imaginan que nunca podré servirme sin reconocerme de su tribu. Voy a arreglarles yo la algarabía, de la que no entiendo nada, no más que de las historias que ese estilo acarrea como perros muertos".

Una joyita

El manual de estilo de mejor recordación de que hay noticias lo forjó C.G. Wellington a finales del siglo pasado. Obtuvo un reconocimiento unánime en Norteamérica y Europa, y fue copiado en casi todas sus partes por las más importantes publicaciones. Wellington era el editor de *Kansas City Star*, donde colaboraban Jack Lodon, Sherwood Anderson y John Reed, entre periodistas de pura raza.

"Fueron las mejores normas que aprendí en mi vida -recordaba Hemingway-. Uno estaba obligado a aprender a escribir una oración afirmativa sencilla... Las frases debían ser naturales. Uno aprendía a no emplear dos palabras donde bastaba una sola y a ser descriptivo... Las expresiones en argot o *slang* debían ser frescas y no haberse convertido en lugares comunes (*slang to be enjoyable must be fresh*), esa era la cuestión. Uno aprendía a priorizar los verbos, porque es nuestra obligación ofrecer acciones, y a

eliminar todos esos adjetivos que carecen de significado concreto, sobre todo 'espléndido'... Había que ser positivo. Uno nunca podía escribir que alguien había sido herido seriamente, porque el código era muy claro al respecto: 'Todas las heridas son serias, a lo más que se puede aspirar es a describirlas como leves o peligrosas'".

Para acabar

La concepción de la lengua y el estilo como una pareja de trovadores senegaleses a las puertas del teatro dei Piccoli es tranquilizadora, como lo es la contemplación de un bocadillo de jamón cuidadosamente envuelto. Pero lo cierto es que en muchísimas ocasiones lengua y estilo resultan tan clamorosamente inagrupables como la noche de San Bartolomé y una huelga.

En su artículo, Hernán Rodríguez Castelo dice: "El otro campo al que los manuales de estilo atienden es la lengua. Estos manuales diferirán sin duda en lo que es 'estilo' del medio dentro del cual prescriben -en sus aspectos semióticos, de orientación informativa, de modelos de escritura, que son los que le confieren su autoridad-. Tales normas producirán un medio conservador o uno innovador; uno ordenado y rígidamente construido, frente a otro libre y hasta con aire de ins-

pirada improvisación; uno de escritura estandarizada, sabia y discreta, y otro de escritura ingeniosa, brillante hasta coloidal. Pero hay algo en que todos esos medios de comunicación coinciden: han de estar escritos con corrección y propiedad idiomática".

La anterior es una formulación que debe suscribirse hasta el final. Entre otras cosas explica satisfactoriamente la dicotomía que expone Yriart (no sin cierta incomodidad): "Es fácil observar en un extremo -el que ocupan la práctica de agencias noticiosas internacionales como *Reuters* y *AP*- el propósito de imponer a sus productores un estilo neutro, uniforme, imperceptible, apto para el más amplio número de receptores, incluidos los más exigentes en cuanto a calidad de información. En el otro -donde a solo título de ejemplo se puede citar el diario español *El País*- se registra una efervescente creatividad formal, tanto en lo que se refiere al léxico, como a los recursos retóricos o a las estructuras textuales, destinado a gourmets cotidianos de la lectura, más interesados en la sorpresa retórica que en la claridad y consistencia del significado", todo lo cual sería oscuridad, uno de los más elementales y gra-

ves defectos periodísticos, que en este caso Yriart confunde con una de las lícitas (y extensamente practicadas) alternativas que explica Rodríguez Castelo en su formulación.

Por demás, Yriart escribe con "no neutra simpatía" sobre la (¿llamada? ¿autollamada?) "Biblia de los periodistas", aludiendo al para mí cuestionable manual de *AP*, que en uno de sus párrafos dice: "El énfasis de este manual está puesto absolutamente en lo técnico y las declaraciones de principios o autoalabanza institucional brillan por su ausencia". ¿Cierto? Sea suficiente señalar de otro párrafo: "De modo que ahora tenemos un libro de estilo, pero también una obra de referencia". Vaya modestia. Pero el colmo es que el mismo manual aparece subtítulo como "La Biblia de los periodistas". Por favor. La Biblia de los periodistas, al igual que la de todo creyente o no creyente, ha de ser la *Santa Biblia*, preferiblemente la de Casiodoro de Reina.

Detritus

Jorge Semprún dijo: "Se hace necesario que los comunicadores dejen de ser propagandistas para convertirse en pen-

sadores". Y aunque no lo parezca tanto, los manuales de estilo están llamados a contribuir con su papel auxiliar e influencia conceptual para que un día esa necesidad sea un hecho magnífico.

Como sucede con muchísimas cosas escritas, no pocos manuales de estilo se repiten hasta la saciedad, y ellos han demostrado que son más accesibles que otros cuerpos a la decrepitud. Pero la diferencia entre un manual bueno y un manual malo debe parecernos hoy más evidente que nunca. A los malos, pues, hay que barrerlos, deportarlos, o mejor, quemarlos *in púribus*, delante de todo el mundo.

Y entre todos a quienes atañe la aparición de los nuevos manuales, serán los comunicadores máximos responsables de marcar sus pautas, haciéndoles ceder aquí, evitando esa zona baldía allá, condenando en una palabra cualquier asomo estupefaciente, mediante una faena invertida de corrección que solo es posible si nos dedicamos a usar un español más claro, más hermoso, más reconstituido, más profesional e intachable y todavía más urgente. ♦



Tecnología para fortalecer el movimiento de radios populares, educativas y comunitarias en América Latina

aler

Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica

Valladolid 479 y Madrid
Casilla 17-03-4639 - Quito, Ecuador.
Tel.: (593-2) 524 358 Fax: (593-2) 503 996
E-mail: aler@aler.org
Página electrónica: www.aler.org.ec

Revista hombres de maíz

La única revista centroamericana especializada en el desarrollo humano.

Suscripción por un año: 12 números

Centroamérica	\$ 40
América Latina	\$ 60
USA	\$ 70
Europa	\$ 80
Otros países	\$ 90

Envíe su cheque a la orden de Asociación Hombres de Maíz. Apdo. 317-10002, Paseo Estudiantes, San José, Costa Rica; o deposite giro bancario en la cuenta del Banco Nacional de Costa Rica No. 0605723-6.

Mayor información:

Tel. (506) 222-96-58 / 257 80 53
Fax: (506) 257 80 63. Apdo. Postal: 317 1002 Paseo Estudiantes, San José, Costa Rica.