

bibliografía

LOS MEDIOS DE DIFUSION MASIVA EN MEXICO

Fátima Fernández Christlieb;
Juan Pablos Editor;
México 1982.

México es uno de los países donde se ha debatido con mayor claridad y violencia el papel que cumplen los medios de difusión masiva en el sostenimiento de las injustas relaciones sociales vigentes en América Latina, en el permanente enriquecimiento de los sectores sociales dominantes y en la imposición de modelos culturales a la mayoría de la población. Labor política, económica e ideológica que continúa en la actualidad sin mayores tropiezos, incluso en el país que nos ocupa y a pesar de los estudios y polémicas que la cuestión ha suscitado. Lo que no quiere decir de ninguna manera que todo haya sido inútil. En un largo camino de más de una década han ido madurando propuestas y autores de las mismas, han surgido organizaciones de especialistas de comunicación, se ha hecho público un debate que a menudo permanecía en las trastiendas de las universidades; se han marcado diferencias clarísimas con la manera en que enfocan estos problemas muchos colegas europeos; se han definido campos de acción con el consiguiente reconocimiento, claro reconocimiento, de quién es quién en este variado terreno de la comunicación.

Un testimonio exacto de ese debate y de ese proceso de maduración profesional y personal es el libro de Fátima Fernández Christlieb *Los medios de difusión masiva en México*. Afirma la autora en relación con su obra:

"Durante largo tiempo sostuve la necesidad de fortalecer el aparato estatal de difusión ante la embestida feroz de los industriales de radio y televisión. Hoy, cuando han pasado ya veinte años de retórica gubernamental en pro de una comunicación social diferente y cuando los hechos solo registran la consolidación del modelo informativo instalado en México hace sesenta años, resulta evidente que el fortalecimiento debe buscarse en las organi-

zaciones sociales y que el problema no puede seguirse planteando como un asunto de comunicación social, sino como un fenómeno que incide directamente en la cultura nacional".



Estas palabras, tomadas de la nota introductoria, escrita por la autora a fines del año pasado, tienen todo el valor de quien ha estado y está involucrada en una lucha por la democratización de México y de nuestros países. Como el libro todo tiene el valor de testimoniar esa lucha, a través de trabajos elaborados durante la década pasada y los tres primeros años de ésta, y de ofrecer una tenaz reconstrucción de la manera en que se ha ido tejendo la trama de la dominación cultural en México.

La obra se centra en los conflictos entre el Estado y la empresa privada, tomando en cuenta la historia de los medios de difusión masiva (tanto impresos como audiovisuales), historia en la que resulta por demás evidente la consolidación de un poder económico, político y cultural de enormes dimensiones en relación con el resto de América Latina.

Tales conflictos no son casuales. Es sabido que el Estado mexicano funda

buena parte de su continuidad en el consenso logrado entre los sectores mayoritarios de la población. La empresa privada, con casi el total monopolio de la radio y la televisión, aparece como un serio competidor en esa labor de difusión, dominación cultural.

Si bien la autora registra intervenciones directas, como lo sucedido con *Excelsior* en la época del Presidente Elías Calles, sin lugar a dudas el período más apasionante de esa confrontación se abre en el sexenio de Gustavo Díaz Ordaz, con el intento del Estado de

"... recuperar nuevamente el control político que respecto a los medios de información mantuvo Cárdenas. Para ello planteó la subordinación de los concesionarios hacia el Estado, obligándolos a colocar el 49 por ciento de sus acciones en fideicomiso en la banca estatal, con lo que el Estado tendría poder de decisión sobre el contenido de la programación".

La Cámara de radio y televisión logró que se aceptara como una opción el

"... ceder el 12.5 por ciento del tiempo de transmisión en cada estación al Estado, sabiendo de antemano que éste no tiene la capacidad de producción necesaria para cubrirlo" (p. 249).

En 1971 Luis Echeverría anunció una Ley Federal de Radio y Televisión, destinada a modificar radicalmente el régimen de concesiones. La presión, ya muy organizada, de los sectores empresariales, hizo que en vez de esa ley se promulgara un reglamento que

"... garantiza, aun con mayor claridad que la Ley, los intereses mercantiles de quienes monopolizan los medios de difusión" (p. 250).

En el período de José López Portillo se abrió un larguísimo debate en torno del derecho a la información, en el cual participaron no solo Estado y empresa privada, sino también especialistas en comunicación, sea individualmente o nucleados en la Asociación Mexicana

de Investigadores de la Comunicación AMIC, entidad que fue presidida por Fátima Fernández durante dos años. El senario terminó sin la ley, pero el debate mostró la madurez de los especialistas mexicanos y permitió a la vez tomar conciencia de la necesidad de orientar la acción en otro sentido: el de los espacios que se van abriendo las propias organizaciones sociales, sin esperar a que el Estado resuelva por ellas.

“Sobre esto último tengo una convicción total. Lo que no tengo, y nadie que escriba desde el cubículo de una universidad lo tendrá, es una visión clara de cómo se construye la alternativa . . . Saber que desde hace años existen numerosos grupos trabajando en este terreno es un gran estímulo para la imaginación y genera un enorme optimismo de la voluntad”.

Orientación que no invalida en modo alguno el trabajo anterior. Por el contrario, le da un nuevo sentido al poder pensar alternativas a la luz de la experiencia ganada.

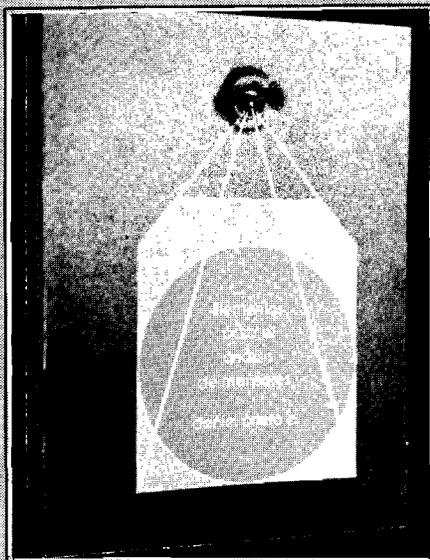
Los medios de difusión masiva en México encierra información preciosa para comprender lo sucedido en México en los últimos años, en el terreno de la comunicación, a la vez que muestra a uno de los seres que con mayor vigor ha trabajado en aquel país en favor de la cultura de las grandes mayorías de la población. (Daniel Prieto Castillo)

ELEMENTOS PARA EL ANALISIS DE MENSAJES

Daniel Prieto Castillo;
Instituto Latinoamericano de la
Comunicación Educativa, ILCE;
México; 1982.

Mucho se ha escrito en los círculos universitarios latinoamericanos sobre cuestiones semióticas, sobre el discurso dominante, sobre la manera en que a través de palabras e imágenes se orienta la opinión ajena, se intenta colonizar las conciencias. Sin embargo, poco es lo que se ha hecho con relación a los destinatarios de aquel discurso, la población misma. Por supuesto, las excepciones cuentan. La lectura crítica se ejercita en las comunidades de base de Brasil, se

intenta introducir en algunas comunidades mexicanas, se practica mediante el apoyo de organizaciones civiles. El problema fundamental es la falta de textos accesibles a personas que no hayan pasado por una formación en lingüística, en semiótica o en comunicación.



El libro de Daniel Prieto Castillo, *Elementos para el análisis de mensajes*, está destinado precisamente a quienes carecen de formación y requieren, por el mero hecho de ser cotidianamente bombardeadas por mensajes de los medios de difusión masiva, de instrumentos mínimos para defenderse, para intentar una lectura crítica.

El autor dice en la introducción:

“Casi a diario leemos trabajos destinados a criticar la influencia de los medios en el consumo de la gente, en las relaciones sociales, en la conformación de estereotipos. Las críticas se orientan hacia el poder, el monopolio, la concentración de la información en unas pocas agencias. Y en todo caso son planteadas soluciones estructurales: el cambio de dueños, la democratización de los medios . . .

Poco se insiste en la difusión de técnicas de análisis entre la población. Poco se insiste en la capacitación de la gente para que pueda evaluar los mensajes, puede aceptarlos o rechazarlos sin esperar a que cambien las estructuras generales. No se trata de eliminar un medio, sino de dar criterios para evaluar, para discriminar entre mensajes estereotipados y mensajes que sirven para enriquecer la propia percepción, para conocer algo a fondo” (p. 11).

El libro es producto de varios años de trabajo dentro del campo del análisis de mensajes.

El autor considera que si puede haber un mérito en su obra es que ella no está escrita para los colegas.

“Quién trabaja con mensajes tiene la obligación, y la necesidad, de conocer lo elemental del lenguaje y de los instrumentos de análisis.

Pero tal conocimiento no debería quedar restringido a los que elaboran mensajes. La capacidad de interpretar críticamente debería desarrollarse en la escuela primaria y en la secundaria, a fin de que la población tuviera recursos para evaluar los mensajes que le llegan a través de los medios de difusión colectiva” (p. 11).

Una obra, pues, con una clara intención educativa: la de ofrecer recursos elementales para vencer la “débil” legibilidad del entorno.

“El texto que proponemos se inscriben en la concepción de la comunicación educativa como un proceso de concientización y de enriquecimiento perceptual. Concientización en el sentido de capacidad de contextualizar, de relacionar conceptos, de confrontar mensajes con la situación a la que aluden. Enriquecimiento concebido como la posibilidad de eliminar lo que se ha dado en llamar la débil legibilidad del entorno”. (p. 13).

El trabajo incluye una propuesta en relación con los elementos a tomar en cuenta en el proceso de comunicación, en la cual se da especial importancia a los códigos, el marco de referencia y la formación social en la que se produce el proceso.

La parte siguiente está dedicada al análisis de los mensajes verbales, para los cuales el autor toma como punto de partida no el signo sino el enunciado como unidad de sentido.

Debido al lugar que ocupan en los medios de difusión los mensajes narrativos (historietas, fotonovelas, por ejemplos) se da especial importancia al relato, tanto al conformado por estereotipos (personajes, relaciones entre ellos, situaciones) como al elaborado con la intención de abrir la reflexión (el caso de cuentos de Juan Rulfo, en *El llano en llamas*).

La segunda parte del libro está dedicada al lenguaje icónico (imágenes).

“La trampa del lenguaje icónico es que aparece como algo natural, semejante a la realidad. Por ello se considera que no es necesario enseñarlo. Con solo ver se entiende lo visto. Pero ese ver se vuelve superficial. De una revista, de una fotografía, de una película, aprovechamos normalmente una mínima parte de su riqueza formal. En general vemos directamente el tema, reconocemos algo y lo relacionamos con experiencias anteriores. Queda fuera múltiples detalles que nos enriquecerían perceptualmente y nos permitirían aceptar o rechazar lo que la imagen propone” (p. 95).

Esta parte incluye elementos básicos de la imagen, tipos de imágenes y usos, y cuestiones perceptuales.

Se analizan seguidamente las relaciones entre la imagen y la palabra (lenguaje verbo-icónico) para concluir con características de los siguientes tipos de mensajes: historieta, fotonovela, cartel, rotafolios, periódico mural, audiovisuales y filminas.

(Ronald Grebe López).

LA EMISORA POPULAR

Antonio Cabezas et. al.
Radio Nederland Training Centre
(RNTC). Ed. Andina, Quito, 1982

Este libro se inscribe dentro de una saludable y creciente tendencia en la literatura sobre comunicación popular: rescatar experiencias, reflexionar a partir de prácticas no immaculadas, ejemplificar casos y técnicas de capacitación.

No debe esperar el lector desprevenido una discusión teórica sobre la esencia de la emisora popular. Bien dicen los autores que “este libro sale al público todavía con el polvo en los zapatos”. Lo que se nos ofrece es compartir un itinerario de experiencias, para que cada uno derive las enseñanzas prácticas y, desde luego, también las teóricas. Al igual que el anterior libro de Cabezas y Amable Rosario, *La Emisora Regional para el Desarrollo* (RNTC, 1981), éste es una especie de texto abierto para ser implementado, manoseado, revisado, dis-

cutido y mejorado en emisoras populares y por prácticos de la comunicación popular. Nos gustaría que también lo fuese en las escuelas de comunicación.

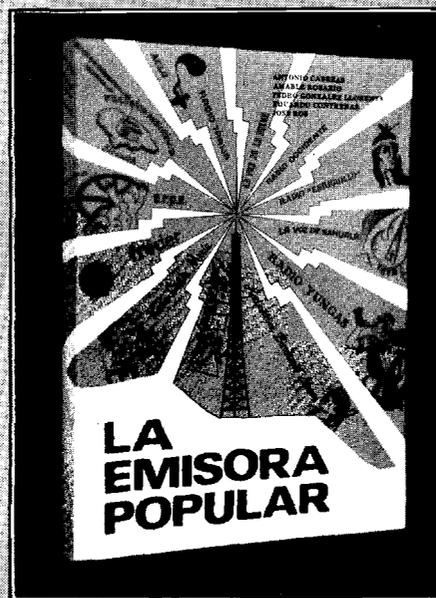
Tanto el primer capítulo (de Cabezas y Rosario) como el Anexo (de este comentarista) insisten en vincular las pequeñas experiencias de comunicación popular con los postulados mayores del Nuevo Orden de la Comunicación y la lucha por la democratización. No obstante, lo que hace a este libro particularmente novedoso son las dos experiencias radiofónicas descritas *in extenso*: el Noticiero Popular y la Universidad para todos.

En los capítulos sobre el Noticiero Popular se relatan dos experiencias piloto de formación de reporteros populares (ERPE de Riobamba, Ecuador y la Voz de la Selva, Iquitos, Perú), en tanto se nos proporciona simultáneamente el material didáctico usado (objetivos y contenidos de los Seminarios, Manual del Reportero Popular, etc.).

La comunicación participativa pasa por un largo período de aprendizaje:

“Desde el uso del micrófono a la propiedad del medio por las clases populares, hay todo un calvario de pasos intermedios que la emisora popular debe sortear”. Uno de ellos es la formación intensiva, teórica y práctica, de una red de reporteros populares. Es notable cómo los autores nos presentan el material y las técnicas concretas usadas, sabiendo que arriesgan la crítica, en vez de escudarse en principios generales solamente.

La Universidad para Todos, capítulo escrito por Pedro González Llorente,



abarca casi la mitad del libro y es una descripción operativa muy bien lograda por quien ha conseguido producir ese espacio diario de dos horas durante casi una década en Radio Santa María (Rep. Dominicana). La UPT “es un programa radial de educación permanente (no formal) y de carácter eminentemente práctico... su formato es de una radio revista”. La UPT, con diversos nombres, se ha extendido a diversas emisoras radiofónicas educativas.

Encontramos en el capítulo dedicado a la UPT una rica y ejemplificada descripción de sus principios, del formato de revista radiofónica, de sus diversas secciones o espacios, del material producido por el propio equipo de UPT y por los oyentes. La oportunidad con que se nos presentan ejemplos, libretos e ilustraciones de la operación del programa hacen de este capítulo una lección muy aterrizada y sugerente.

Decíamos al inicio que éste es una especie de manual abierto. No nos parece un libro acabado; notamos algunas omisiones e imprecisiones en la fundamentación teórica (y ello vale también para el anterior libro), la falta de una mayor sistematización didáctica -sobre todo dados los usuarios principales del libro- y una mayor reflexión evaluativa franca sobre la difícil implementación de técnicas de comunicación popular radiofónica.

Todo eso es cierto, pero no le resta méritos a libros como éste. Llegará un día en que comunicólogos y comunicadores se entiendan mejor. Por ahora, aceptemos este desafío: las prácticas de comunicación popular han surgido (y seguirán haciéndolo) por delante y a veces al margen de la teorización sobre “lo comunicativo popular”. Nos corresponde hacer algo frente a esta absurda brecha, y es en ese contexto en el que hay que juzgar a libros, manuales y cuadernillos como el que comentamos. Eduardo Contreras Budge.

LA INVESTIGACION EN COMUNICACION SOCIAL EN EL PERU

Luis Peirano y Tokihiro Kudó.
Desco. Lima, Perú, 1982.

Toda recopilación es incompleta, se excusan los autores. Pero hay aquí 506

hemerografía europea

libros, tesis y ensayos fichados y cerca de la mitad tiene su resumen. Hay valiosos anexos clasificatorios de los trabajos: institucionales, temáticos, por medios, por sectores sociales, según métodos, y varios cuadros síntesis de tales anexos. De modo que el investigador tendrá a la mano, por ejemplo, el dato que 326 de 537 trabajos fichados corresponden a tesis, y que éstas son los números, 1, 4, 6, 7, etc., o que sobre sector rural pueden referirse los trabajos 88, 181, 259, etc.

Además de este valioso y arduo trabajo de concienzuda recopilación, los autores, en la introducción, presentan un panorama del desarrollo de la investigación en comunicación social en el Perú. En sus consideraciones finales, destacan peculiaridades del proceso investigativo peruano (que, por lo demás, nos parece se repiten en otros países). Así, por ejemplo, señalan la ausencia de recursos específicamente dedicados a la investigación. La gran mayoría de los trabajos pioneros y/o claves, agregan, se han hecho a partir de iniciativas individuales, aunque con irregular apoyo institucional.

En lo que a temática se refiere, no siempre lo que se manifiesta como lo más importante es lo más estudiado. Los autores se exhiben en ejemplos notorios de carencias serias y a la vez urgentes.

Hay, así, dos características claves para este libro. Por un lado tenemos una muy buena tarea interpretativa y prospectiva acometida en los capítulos de inicio y cierre. Por sí solos, estos capítulos ya valen el libro y los recomendamos altamente, más allá de las fronteras peruanas. Pero, por otra parte, el libro es una fuente referencial riquísima, bien planteada como instrumento de trabajo. Será gratificante para sus autores y los que con ellos colaboraron, que su obra sea efectivamente utilizada por estudiosos de la comunicación, y, por supuesto, que motivados por este primer gran esfuerzo salga pronto una segunda edición ampliada, lo cual supla eventuales omisiones y recoja la nueva producción. Iniciada la tarea, ésta ya no puede detenerse.

El estudio y la publicación fueron auspiciados por CHID (IDRC, Canadá) que viene apoyando sostenidamente esfuerzos de investigación en comunicación en la región.

Edición de DESCO, Centro de Estudios y Promoción del Desarrollo. Av. Salaverry 1945, Lima 14, Perú. (Eduardo Contreras Budge). ■

REVISTA AGORA: LA INFORMATICA EN UN MUNDO EN TRANSFORMACION

¿Qué mejor presentación para esta nueva revista de la Oficina Intergubernamental para la Informática (IBI) que extractos de su editorial del número 0 (1981)?

“Las páginas de AGORA serán lugar propicio para la discusión de cuanto la informática pueda aportar para hacer más equilibrado, vivible y humano este mundo en transformación.

Para cumplir con este objetivo AGORA seguirá dos grandes líneas. Una informativa que se concretará en una serie de secciones fijas, para hacer llegar al lector las novedades que se produzcan en el mundo de la informática: Estrategias y Políticas, Proyectos y Aplicaciones, Educación en Informática, Derecho e Informática, las Nuevas Tecnologías, con un acento especial sobre la microinformática y las telecomunicaciones; informaciones sobre Encuentros, Organizaciones, Fuentes de Información, fuera de la propia actividad del IBI.



La otra gran vertiente consistirá en el debate en sí mismo. Queremos que los más diversos puntos de vista sobre la informática puedan verse reflejados en nuestras páginas. Este debate no debe permanecer en los terrenos puramente filosóficos o ideológicos -aunque sin despreciarlos- sino que, para que sea fructí-

fero, debe adentrarse en el campo de las realidades.

Destacamos que un aspecto que distinguirá las páginas de AGORA será su especial dedicación hacia la informática de los países emergentes. En la evidencia de que el mundo es cada día más interdependiente y que tanto el Norte y el Sur como el Este y el Oeste están condenados a entenderse, nuestra mirada se dirigirá hacia aquellos que dedican improbos esfuerzos para salir del subdesarrollo y que, para conseguirlo, integran la informática como elemento imprescindible”.

CHASQUI ha tenido acceso a cuatro números de AGORA. Nuestra primera impresión es visual y estética: una revista con diagramación excelente, con un hábil trabajo de diseño, fotografías e ilustraciones de calidad (muchas a color), cuadros explicativos, excelente papel y legibilidad.

Pero no se trata de una revista de diseño gráfico. Entre sus contenidos -y hacemos una lectura arbitraria- hemos hallado ensayos sobre la informática, el desarrollo y la paz (No. 0); efectos de la innovación tecnológica sobre la ocupación (No. 1); informática y políticas educativas (No. 1); agricultura (No. 2); salud (No. 3/4). Asimismo, amplia y documentada información sobre SPIN 83, el Centro Mundial de Informática en París, actividades del IBI, encuentros (con énfasis en el Tercer Mundo), y secciones fijas sobre fuentes de información y calendario de eventos.

En suma, creemos que AGORA es una excelente revista en su área, de lectura indispensable para todo aquel que se interese en estar al día y tener elementos de juicio para evaluar las implicaciones de nuevas tecnologías. No obstante, tenemos dos reparos: en ocasiones, los textos son demasiado densos, y harán huir al no iniciado. Además, el costo de la suscripción es elevado para países en desarrollo. Ambos factores conspiran contra un impacto mayor de AGORA.

AGORA (4 números/año, US\$ 30), IBI, P.O.Box. 10253, 00144, Roma Italia. (Eduardo Contreras Budge).