

TEMAS Y PROBLEMAS DE COMUNICACION

Publicación del Departamento de Ciencias de la Comunicación y del Centro de Investigaciones en Comunicación (CICOM), Facultad de Ciencias Humanas, Universidad Nacional de Río Cuarto. Río Cuarto. Argentina.

AÑO 8. Vol. 10. 2000

UNIVERSIDAD NACIONAL DE RIO CUARTO

Rector:

Leonidas Cholaky Sobari

Decano Fac. Cs. Humanas:

Ricardo Muñoz

**Director Depto. Ciencias de la
Comunicación:**

Carlos González

Editor Responsable:

Edgardo Carniglia

Consejo Editorial:

Analia Angeli
Michael Morgan
Eduardo Castro
Silvina Berti
João C. Canuto
Gustavo Cimadevilla

Secretaría:

Ariadna Cantú

Diseño y fotomontaje de tapa:

Carlos Pascual



ISSN 1514-2159

Indice:

- | | |
|-----|--|
| 3 | Presentación |
| 5 | Comunicación para el desarrollo: tres paradigmas, dos modelos.
<i>Jan Servaes</i> |
| 29 | Cambios habituales, dependencia informativa y praxis rural.
<i>Ariadna Cantú, Gustavo Cimadevilla y Edgardo Carniglia</i> |
| 43 | Redes de acción pública y procesos comunicacionales
<i>María Angélica Carlosena</i> |
| 59 | Universidad, radiodifusión y desarrollo regional.
<i>Miguel Tréspidi</i> |
| 71 | Programas de participación radial .
<i>María Eugenia Rosboch y Analia Brandolín</i> |
| 91 | El documental antropológico cultural.
<i>Mario del Boca</i> |
| 101 | El binomio imagen-texto se convierte en noticia. Un avance en la definición de infografía.
<i>Ma. Aurelia Caritá y Leticia Borrás</i> |
| 123 | El hombre que juega.
<i>Victor Dama</i> |

Intercambio de Revistas

CICOM/Depto. Ciencias de la Comunicación / Fac. Ciencias Humanas. UNRC
/ Agencia Postal Nro. 3 / 5800 - RIO CUARTO -
TE/FAX: (358) 4676283 / E-mail: temasyproblemas@hum.unrc.edu.ar

Impresión

Talleres Gráficos UNRC
Septiembre de 2000

En INTERNET <http://www.unrc/dcc.htm.edu.ar>

Una trayectoria que continúa

El campo de los estudios comunicacionales aparece, incluso ante la mirada superficial, como una compleja trama de problemáticas, disciplinas, enfoques teórico-metodológicos y perfiles profesionales. Tanto en la experiencia de los intelectuales y estudiosos que ejercen -entre otros- el oficio de investigador cuanto en el imaginario de los alumnos que hacen sus primeros pasos en la investigación y en los diseños curriculares de las carreras de grado dicha complejidad aparece en toda su dimensión que remite al campo de las ciencias sociales y las humanidades. Y uno de los roles de una publicación como *Temas y Problemas de Comunicación*, que alcanza con esta edición su décima entrega, ha sido y es reflejar esa compleja experiencia de producción de conocimientos. En este sentido, al final de cada número se menciona el contenido de las anteriores ediciones y una rápida lectura de esa nómina testimonia la riqueza del campo de estudio tanto a nivel local cuanto más global.

Sin embargo, la complejidad de los estudios comunicacionales no ha sido obstáculo para el desarrollo de varias líneas temáticas más específicas. La agenda de los encuentros de investigadores y estudiosos de la comunicación de aquí y allá recuerda que la evolución del campo ha indicado algunos senderos más que otros. Y esta revista de una u otra manera refleja también algunas de las orientaciones que adquieren los estudios a nivel local.

Por ese motivo esta edición dedica ahora una proporción significativa de su contenido a la temática de la comunicación para el desarrollo, un área de conocimiento y acción cuyos orígenes se remontan a los del propio campo moderno de los estudios comunicacionales. Área que además ha sido reconocida en distintos ámbitos, por ejemplo, en una documentada enciclopedia sobre los estudios de la comunicación (*International Encyclopedia of Communications*) se incluye una extensa referencia a la temática.

Nuestro Departamento de Ciencias de la Comunicación aquilata una prolongada actividad dentro de la problemática de la comunicación para el desarrollo. Ya en la década del '80 comenzó una rutina de trabajo que, poco a poco, aproximó y orientó la discusión de la comunicación hacia espacios, procesos y relaciones del desarrollo rural y urbano, la educación y la salud, entre otras temáticas. Más tarde dicha rutina tomó forma en la propia estructura curricular de las carreras de grado que se ofrecen desde nuestra institución.

En este sentido, el presente número incorpora cuatro trabajos relacionados con la comunicación para el desarrollo. J. Servaes nos invita a actualizar la discusión y la acción respecto de los paradigmas y modelos que cruzan este campo más específico; Cantú, Cimadevilla y Carniglia presentan resultados de sus investigaciones sobre la comunicación en el medio rural; A. Carlosena analiza la relación entre las redes de acción pública, por ejemplo las de políticas sociales, y los procesos comunicacionales; y M. Tréspidi propone, desde esta universidad, algunos criterios a considerar en la elaboración de una ley de radiodifusión, una normativa largamente pendiente en la agenda política, que promueva el desarrollo regional. En consecuencia, los modelos

de la comunicación para el desarrollo, la ciudad, el medio rural y la región reciben en esta entrega de la revista una consideración que nos muestra algunos matices de un ámbito de conocimiento comunicacional con rica trayectoria dentro de la Universidad Nacional de Río Cuarto.

El contenido de esta edición incluye también otros cuatro trabajos de colegas que nos proponen abordajes diversos de la comunicación. E. Rosboch y A. Brandolín analizan la particular interacción que se concreta en los programas radiofónicos con participación del público; M. Del Boca discurre sobre las fuentes y características del documental antropológico-cultural; M. Caritá y L. Borrás proponen un avance en la definición de infografía, y V. Dama nos acerca su última reflexión sobre la formación de comunicadores.

Aquí estamos de nuevo. Con disimulado orgullo por la trayectoria construida y con la expectativa renovada de contribuir con nuestra tarea al esfuerzo colectivo de consolidar un campo de estudios que, en su complejidad y dinámica, en más de una ocasión representa quizás una constelación inabordable.

Hasta el próximo número.

Edgardo Carniglia

**COMUNICACION PARA EL
DESARROLLO: tres paradigmas, dos
modelos.**

Jan Servaes

COMUNICACION PARA EL DESARROLLO : tres paradigmas, dos modelos.¹

Jan Servaes ²

Introducción

Los medios de comunicación son utilizados generalmente, en el contexto del desarrollo, para promover estrategias de cambio social mediante la divulgación de mensajes que interpelan al público para que apoye a los proyectos orientados hacia el desarrollo. Aunque dichas estrategias divergen ampliamente en los países en desarrollo, el patrón usual de radiodifusión ha sido el mismo: informar a la población sobre los proyectos, mostrar las ventajas de estas iniciativas y recomendar que sean apoyados. Un ejemplo típico de dicha estrategia se sitúa en el área de la planificación familiar, donde la comunicación incluye afiches, folletos, radio y televisión para persuadir al público que acepte los distintos métodos de control de la natalidad. Estrategias similares son empleadas en campañas relacionadas con salud y nutrición, proyectos agrícolas, educación, etc.

Este modelo ve al proceso de comunicación como un mensaje que fluye desde un emisor hasta un receptor. Esta perspectiva jerárquica de la comunicación puede resumirse en la clásica fórmula de Laswell ¿Quién dice qué a quién a través de qué canal y con qué efecto? y se originó principalmente en Estados Unidos de América con la investigación en difusión y las campañas de comunicación de finales de los '40 y los '50.

El académico norteamericano Everett Rogers es identificado como la persona que introdujo la teoría de la difusión en el contexto del estudio y la práctica del desarrollo. La modernización es concebida desde dicha teoría como un proceso de difusión en el cual los individuos transitan desde una forma de vida tradicional hacia un modo de vida más desarrollado técnicamente y más rápidamente cambiante. Su teoría se funda básicamente en la investigación sociológica de sociedades agrarias y Rogers destacó la importancia de la difusión y la adopción de innovaciones dentro de los procesos de innovación cultural. Este enfoque está, entonces, interesado en el proceso de difusión y adopción de innovaciones. Los medios masivos son importantes en la divulgación de nuevas posibilidades y prácticas, pero la comunicación interpersonal es más influyente en la etapa en que se toma la decisión de adoptar o rechazar la innovación. En consecuencia, la conclusión general de esta línea de pensamiento es que la comunicación masiva es menos importante que la influencia personal para obtener un efecto directo en la conducta social.

Las perspectivas más actuales de la comunicación para el desarrollo sostienen que éste es un enfoque limitado de la comunicación para el cambio social. Indican que este modelo de la difusión es una perspectiva vertical y

¹ Esta traducción, autorizada por el autor del artículo y realizada por Edgardo Carniglia, ha sido elaborada en el marco del Curso de Posgrado "Comunicación, Desarrollo y Participación. Perspectivas de la Investigación y la Práctica", a cargo del Dr. Jan Servaes y desarrollado en el Dpto. de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Río Cuarto (Argentina) durante los días 6, 7 y 8 de octubre de 1999. Los contenidos corresponden en su mayoría al libro de Jan Servaes (1999) *Communication for development. One World, Multiple Cultures*, Hampton Press, Cresskill NJ, USA

² Decano de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Universidad Católica de Bruselas y Director del Centro de Investigación "Comunicación para el Cambio Social". Universidad Católica de Bruselas. Centro de Investigación Comunicación para el Cambio Social. Vrijheidslaan 17, (B-1081). Bruselas. BELGICA. Tel. +32 2 412 42 78. Fax +32 2 412 42 00. E-mail: freenet002@ping.be

de un sólo sentido de la comunicación y que la activa participación en el proceso de comunicación en sí mismo aceleraría el desarrollo. La investigación ha mostrado que los grupos del público pueden obtener información de las fuentes impersonales como la radio y la televisión pero esta información tiene relativamente poco efecto en los cambios de conducta. Y el desarrollo requiere de tales cambios. Una investigación similar llegó a la conclusión de que se aprende más en los contactos interpersonales y en las comunicaciones masivas basados en ellos. En el nivel más elemental, antes de que la gente pueda discutir y resolver problemas, debe estar informada sobre los hechos y esa información es provista por los medios de comunicación a nivel nacional, regional y localmente. Al mismo tiempo, si los medios son suficientemente accesibles, el público puede hacer conocer sus necesidades de información.

Por lo tanto, según entiende este enfoque más nuevo, el punto de partida debe ser la comunidad. Es a nivel de la comunidad local donde se discuten los problemas de las condiciones de vida y donde se concretan las interacciones con otras comunidades. La forma más desarrollada de participación es la autogestión. Este principio implica el derecho de participar en la planificación y producción del contenido de los medios. Sin embargo, no cualquiera desea o puede estar involucrado en su implementación práctica. Lo más importante es que la participación sea posible en el proceso de decisión respecto de los temas tratados en los mensajes y sobre los procedimientos de selección de los mensajes. Uno de los rasgos fundamentales de la decisión de adoptar la estrategia participativa es la discusión de las jerarquías existentes. No obstante, la participación no implica que no haya un espacio amplio para especialistas del desarrollo, planificadores y líderes institucionales. Esto significa que los puntos de vista del público son considerados antes de que los recursos de los proyectos de desarrollo sean definidos y distribuidos y que las sugerencias de cambios en los políticas sean tomadas en consideración.

En el primer capítulo presentamos los conceptos generales normalmente considerados en las discusiones de la comunicación para el desarrollo. Abordaremos la temática desde una perspectiva histórica.

Primero, en la teoría uno observa un movimiento desde las teorías de la modernización y dependencia hacia enfoques más normativos y holísticos. Hemos intentado agrupar estos nuevos enfoques como “un mundo, múltiples culturas” o “multiplicidad”.

1. Cambiantes teorías del desarrollo

1.1. Modernización

Contexto histórico

Después de la Segunda Guerra Mundial el financiamiento de las Naciones Unidas estimuló las relaciones entre los estados soberanos, especialmente entre las naciones del Atlántico Norte y los países en desarrollo, incluyendo a los nuevos estados emergentes de un pasado colonial. Durante el período de la Guerra Fría los superpoderes —Estados Unidos y la desaparecida

Unión Soviética— trataron de expandir sus propios intereses hacia los países en desarrollo. De hecho, Estados Unidos fue definiendo al desarrollo como la replica de su sistema político-económico y abriendo el camino para las corporaciones transnacionales. Al mismo tiempo, los países en desarrollo vieron al “estado de bienestar” de las naciones del Atlántico Norte como la meta última del desarrollo. Dichos países fueron atraídos por la transferencia de nueva tecnología y el modelo de un estado centralizado, con una cuidadosa planificación económica y burocracias del desarrollo centralmente dirigidas para la agricultura, la educación y la salud, como la más efectiva estrategia para actualizarse respecto de los países industrializados.

Modernización y desarrollo

El paradigma de la modernización, predominante en los círculos académicos entre alrededor de 1945 y 1965, apoyó la transferencia de tecnología y de la cultura sociopolítica desde las sociedades desarrolladas hacia las sociedades tradicionales. El desarrollo fue definido como *crecimiento* económico. La idea central es una perspectiva de evolución, que implica al desarrollo concebido primero como direccional y acumulativo, segundo, como predeterminado e irreversible, tercero, progresivo y, cuarto, como inmanente con referencia al estado nación. Las sociedades occidentales desarrolladas o modernas eran consideradas las metas últimas que se esforzaban por alcanzar las sociedades menos desarrolladas.

Todas las sociedades podrían evolucionar, pasando por *etapas* similares, hacia un punto común: la sociedad moderna. Para ser una sociedad moderna, tienen que ser modificadas las actitudes de las personas “atrasadas” —su tradicionalismo, mal gusto, superstición, fatalismo, etc.— que constituyen obstáculos y barreras de las sociedades tradicionales. Las diferencias entre naciones son explicadas en términos del grado de desarrollo antes que por la naturaleza básica de cada una. Por lo tanto, el problema central del desarrollo se pensaba en torno a la cuestión de “cubrir la brecha” y “actualizarse” por medio de un proceso de imitación entre los *sectores modernos y tradicionales*, entre retrasados y avanzados o entre sectores y grupos “bárbaros y civilizados”, con ventajas para estos últimos. Estos dos sectores, el tradicional y el moderno, eran concebidos como dos etapas del desarrollo, coexistentes en el tiempo, y en un determinado período las diferencias desaparecerían, dada una tendencia natural hacia el equilibrio. El problema era superar los obstáculos y barreras que se encontraban sólo en la sociedad tradicional. Estas “barreras” o límites del desarrollo pueden ser superados por al menos cinco mecanismos: “demostración”, por la cual el mundo en desarrollo trata de “actualizarse” como las naciones más desarrolladas adoptando métodos y técnicas más avanzados; a través de la “fusión”, que es la combinación e integración de distintos métodos modernos; por medio de la “compresión”, por la cual los países en desarrollo intentan completar la tarea del desarrollo en menos tiempo que el utilizado por el mundo desarrollado; a través de la “prevención”, esto es aprendiendo de los errores cometidos por los países desarrollados; y a través de la “adaptación” de las prácticas modernas al medio ambiente y las culturas locales. Consecuentemente, los *medios de modernización* eran la masiva

transferencia de capital, ideología, tecnología y saber-como, en una especie de Plan Marshall o Revolución Verde de alcance mundial. Las medidas del progreso eran el Producto Bruto Interno (PBI), la alfabetización, la urbanización y otras similares, todas basadas en *criterios cuantificables*. Everett Rogers (1976:124) escribió que aunque “India, China, Persia y Egipto eran antiguos, viejos centros de civilización . . . sus ricas culturas han provisto de hecho la base de las culturas occidentales contemporáneas . . . su vida familiar brinda una intimidad más cálida y sus logros artísticos fueron más grandes, esto no es desarrollo. No podría ser medido en dólares y centavos”.

Otra característica del pensamiento sobre la modernización es el énfasis en *factores explicativos monodisciplinarios*. La más antigua es la *variante económica*, asociada con Walt Rostow (1953). Dado que cada disciplina de las ciencias sociales enfoca el proceso de modernización desde su punto de vista experto, el estudio de la modernización se ha especializado crecientemente. Por lo tanto, las teorías ortodoxas sobre la modernización se sustentan en una sola o en una combinación de las cuatro categorías teóricas: *teorías de las etapas*, *teorías de los índices*, especialmente de variables económicas, *teorías de la diferenciación* (ampliamente desarrolladas por sociólogos y politólogos), y *teorías de la difusión* (desarrolladas principalmente por psicólogos sociales, sugiriendo que el proceso de desarrollo comienza con la difusión de ciertas ideas, motivaciones, actitudes o comportamientos). Sin embargo, la perspectiva económica ha constituido siempre la esencia de la teoría de la modernización.

En la práctica la modernización aceleró la urbanización o la occidentalización de la estructura de elite. Los espacios rurales tradicionales necesitaban ser desarrollados con la ayuda extranjera en las áreas de agricultura, educación básica, salud, transporte, desarrollo comunitario, etc. Por lo tanto, las burocracias del servicio gubernamental se han extendido hasta los mayores centros urbanos. El sistema de radiodifusión fue usado principalmente para el entretenimiento y las noticias. La radio fue un canal apto para que las campañas nacionales persuadieran a la gente respecto de prácticas agrícolas y sanitarias muy específicas. Según R. White (1988:9) “la dimensión comunicativa más significativa del diseño de la modernización ha sido el rápido mejoramiento del transporte, que relacionó las comunidades rurales con los centros comerciales y las ciudades regionales. Con las mejoras en el transporte y las fuentes de energía eléctrica, la apertura de redes comerciales de aprovisionamiento y consumo se extendió hacia las ciudades y pueblos, trayendo con ellas la cultura de consumo occidental y la cultura popular de las películas, la radio y la música. Si bien la población rural de Bolivia o Sri Lanka no alcanzó los estilos de consumo de la población norteamericana de clase media, su vida cambió profundamente. Este era el rostro real de la modernización”.

Crítica

Bajo la influencia del desarrollo actual en la mayoría de los países del Tercer Mundo, el cual no acontece como predijo la teoría de la modernización, las primeras *críticas* comenzaron a escucharse en los ‘60,

particularmente en *América Latina*. El sociólogo mexicano Rodolfo Stavenhagen explicó, en un famoso ensayo, que la división entre un sector tradicional agrario y un sector moderno y urbano era el resultado del mismo proceso de desarrollo. En otras palabras, el crecimiento y la modernización han traído con ellos mayor desigualdad y mayor subdesarrollo. Stavenhagen elaboró sus tesis a partir de la situación de México mientras otros intelectuales arribaron a una conclusión similar para Brasil y Chile.

El crítico de la teoría de la modernización más conocido es A. Gunder Frank (1969). Su crítica es fundamental y señala tres aspectos: el paradigma del progreso es *empíricamente inalcanzable*, tiene una *inadecuada fundamentación teórica* y es, en la práctica, *incapaz de generar un proceso de desarrollo* en el Tercer Mundo. Más aún, los críticos del paradigma de la modernización señalan que demasiado a menudo es ignorada la complejidad del desarrollo, que se le presta poca atención a las consecuencias en el nivel de los macro-procesos económicos, políticos y socio-culturales y que la resistencia contra el cambio y la modernización no puede ser explicada sólo sobre la base de las normas y orientaciones valorativas tradicionales, como muchos parecen indicar. La crítica no sólo concierne a la teoría de la modernización como tal sino a la tradición global (occidental) de evolucionismo y funcionalismo de la cual forma parte.

En consecuencia, al referirse a la perspectiva evolutiva y unilineal y al carácter endógeno de las soluciones del desarrollo sugeridas, estas críticas señalan que el concepto de modernización es un sinónimo velado de “occidentalización”, entendida como la copia o implementación de instituciones y mecanismos occidentales en el contexto del Tercer Mundo. En ningún lugar es esto tan claro como en el campo de la ciencia política. La mayoría de los académicos occidentales parten de la suposición de que los sistemas políticos de Estados Unidos son la piedra basal para el resto del mundo. Los criterios del Acta de los Cuerpos de Paz del presidente J. F. Kennedy estaban totalmente imbuidos de esta creencia.

1.2. Dependencia

Contexto histórico

El paradigma de la dependencia jugó un rol importante en el movimiento hacia un Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (NOMIC) desde finales de los 60 hasta comienzo de los 80. En ese período, los nuevos estados africanos y asiáticos y el suceso de los movimientos populares y socialistas en Cuba, China, Chile y otros países brindaron las metas de la autodeterminación política, económica y cultural dentro de la comunidad internacional de naciones. Estos nuevos países compartieron la idea de independencia de los superpoderes y conformaron el Movimiento de Países No Alineados. Este movimiento de naciones definió al desarrollo como una *lucha política*.

Dependencia y subdesarrollo

El enfoque de la dependencia surgió a nivel teórico desde la convergencia de dos tradiciones intelectuales: una llamada a menudo neomarxismo o estructuralismo y la otra originada en el amplio debate sobre el desarrollo formulado en la tradición de la Comisión Económica Para América Latina y el Caribe (CEPAL). Por lo tanto, en contraste con la teoría de la modernización la perspectiva de la dependencia tuvo su nacimiento en América Latina. Sin embargo, se denomina “padre” de la teoría de la dependencia a un norteamericano, Paul Barán, la voz parlante del grupo norteamericano de la revista *Monthly Review*. Él fue uno de los primeros en presentar la tesis de que el desarrollo y el subdesarrollo son *procesos interrelacionados*, esto es son dos caras de una misma moneda. Según la perspectiva de Barán la continuidad de la dependencia imperialista después del fin del período colonial es asegurada principalmente por la reproducción de las estructuras políticas y socioeconómicas de la Periferia en concordancia con los intereses de los Centros de poder. Esta es la causa principal del retraso crónico de los países en desarrollo, puesto que el principal interés del capitalismo monopolístico internacional era impedir, o, si esto era imposible, hacer más lento y controlable el desarrollo económico de los países subdesarrollados. Como Barán destacó, la irracionalidad del presente sistema no será superada si su base, el sistema capitalista, continúa existiendo.

Algunos teóricos de la dependencia trabajaron exclusivamente con variables económicas mientras la investigación de otros tomó también en consideración factores sociales y políticos. Las divisiones científicas típicas de la economía, ciencia política, sociología, historia y otras disciplinas, tan habituales en la investigación de Occidente, fueron establecidas con menor rigidez en la división del trabajo científico. Algunos señalaron las oposiciones sectoriales y regionales dentro del sistema (por ejemplo, Sunkel) y otros estaban más interesados en las posibles relaciones de clase (por ejemplo, Cardoso). Las opiniones también difieren acerca de uno de los elementos centrales de la teoría de la dependencia, esto es la relación entre desarrollo y subdesarrollo. Mientras que Frank observa lo que denomina “desarrollo del subdesarrollo”, Cardoso entiende que un cierto grado de desarrollo capitalista dependiente es posible.

Sin embargo, más allá de las posibles diferencias de enfoque, todos los dependentistas coinciden con la idea básica expresada en la siguiente definición de Dos Santos (1970:231): la *dependencia* es una situación condicionante en la cual la economía de un grupo de países es condicionada por el desarrollo y la expansión de otros. Una relación de interdependencia entre dos o más economías o entre dichas economías y el sistema comercial mundial se transforma en una relación dependiente cuando algunos países pueden expandirse con su propio impulso mientras otros, que están en una posición de dependencia, sólo pueden crecer como un reflejo de la expansión de los países dominantes, lo cual puede tener efectos negativos o positivos en su desarrollo inmediato. En cualquier caso, la situación básica de dependencia causa el atraso y la explotación de estos países. Las naciones dominantes ejercen un predominio sobre los países dependientes en la tecnología, el comercio, el capital y lo socio-político —la forma del predominio varía de acuerdo al particular momento histórico— y pueden

explotarlos y extraer parte del excedente económico generado localmente. La dependencia, entonces, se basa en la división internacional del trabajo que hace que el desarrollo industrial se concrete y concentre en algunos países mientras se restringe en otras naciones, cuyo crecimiento es condicionado y sujeto a los poderosos centros del mundo”.

Crítica

Según la teoría de la dependencia los principales impedimentos del desarrollo no son la falta de capital y de capacidad gerencial, como sostienen los teóricos de la modernización, sino que deberían ubicarse en el actual sistema internacional. De este modo, los obstáculos no son internos sino externos. Esto significa también que el desarrollo en el Centro determina y perpetúa el subdesarrollo de la Periferia. Los dos polos están estructuralmente conectados uno al otro. Los teóricos de la dependencia sostienen que, para remover estos obstáculos externos, cada país debería disociarse del mercado mundial y optar por una estrategia de desarrollo autónomo. La mayoría de los intelectuales indican que para que esto ocurra sería más o menos necesario una transformación política revolucionaria. Por lo tanto, se puede decir que el paradigma de la dependencia en general, como su variante comunicacional, se caracteriza por un enfoque global, un énfasis en los factores externos y las contradicciones regionales, una polarización entre desarrollo y subdesarrollo, una interpretación subjetiva o voluntarista de la historia y un método analítico orientado principalmente por lo económico.

En este sentido, la única alternativa para las naciones no alineadas era *disociarse* a sí misma del mercado mundial y alcanzar la autonomía económica y culturalmente. El llamado Nuevo Orden Económico Internacional (NOEI) es un ejemplo de los intentos en búsqueda de esa meta. Sin embargo, muchos países no alineados son demasiado débiles económicamente y están muy endeudados para operar autónomamente. Como resultado de ello, los intentos de formular políticas nacionales integrales y coherentes de comunicación fallaron debido a la resistencia de los intereses de los medios de comunicación nacionales e internacionales. Como señalan Friberg y Hettne (1985:212) “la autonomía es un opción difícil en el contexto del actual orden mundial”. En este sentido, McAnany (1980:4) caracterizó a la teoría de la dependencia como “...buena en el diagnóstico del problema...pero pobre en el tratamiento”. La teoría de la dependencia señala las causas del desarrollo pero no provee modos de superar tal subdesarrollo.

1.3. Multiplicidad/ otro desarrollo

Contexto histórico

Dado que la demarcación del primer, segundo y tercer mundo se está diluyendo y la distinción entre Centro y Periferia puede encontrarse también en cada región, es necesario un nuevo concepto de desarrollo que enfatice la identidad cultural y la multidimensionalidad. Por ejemplo, algunos países

pueden ser económicamente dependientes pero tiene un mayor “poder” cultural en su región. Por lo tanto, la anterior perspectiva de la dependencia ha resultado difícil de sostener dada la creciente interdependencia de las naciones. El concepto de “otro desarrollo” fué articulado primero por la fundación Dag Hammarskjold en Suecia y el movimiento político Verde en Alemania. No obstante esto no significa que el concepto y la perspectiva del “otro desarrollo” sean occidentales. Pueden hallarse antecedentes al respecto en los espacios del Tercer Mundo.

Multiplicidad / Otro Desarrollo

La fundación Dag Hammarskjold estableció tres principios del otro desarrollo: (1) el Otro Desarrollo es generado para la satisfacción de necesidades, comenzando con la erradicación de la pobreza; (2) el Otro Desarrollo es endógeno y autónomo; y (3) el Otro Desarrollo está en armonía con el medio ambiente. El Otro Desarrollo se aplica en todos los niveles de todas las sociedades, no sólo para los pobres y el mundo no alineado. Surge a partir de la insatisfacción con la “sociedad del consumo”, la cual es a menudo denominada “sobredesarrollo” e incluso “mal desarrollo”, así como con la creciente desilusión con el enfoque de la modernización.

La idea central, que es compartida por casi todos los que buscan nuevos enfoques del desarrollo, afirma que no hay un *patrón universal del desarrollo*, y que el desarrollo debe ser concebido como un *proceso integral, multidimensional y dialéctico* que puede diferir de una sociedad a otra. Sin embargo, esto no significa que no se intente definir los principios generales y las prioridades en que se basa dicha estrategia. Por cierto, varios autores han tratado de identificar los componentes centrales del otro desarrollo. Basándonos en estos autores podríamos identificar seis criterios esenciales del “otro” desarrollo.

Dicho desarrollo podría basarse en los siguientes principios:

(a) *necesidades básicas*: generado para satisfacer necesidades humanas, materiales y no materiales.

(b) *endógeno*: definido desde el núcleo de cada sociedad, que define con soberanía sus valores y la visión de su futuro.

(c) *autoconfiable*: implica que cada sociedad confía básicamente en sus propias fortalezas y recursos, en términos de las capacidades de sus miembros y de su ambiente natural y cultural.

(d) *ecología*: utilizando racionalmente los recursos de la biosfera con plena conciencia del potencial de los ecosistemas locales como de los límites globales y externos impuestos a las generaciones actuales y futuras.

(e) *democracia participativa*: como la verdadera forma de la democracia, y no sólo un gobierno del pueblo y por el pueblo, sino, y más fundamentalmente, “para la gente” en todos los niveles de la sociedad.

(f) *cambios estructurales*: son requeridos a menudo en las relaciones sociales, en las actividades económicas y en su distribución espacial, como también en la estructura de poder, para alcanzar las condiciones de autogerenciamiento y participación en el proceso de decisión por todos aquellos afectados, desde la comunidad rural o urbana hasta el mundo como un todo.

En la práctica, al adoptar alguno o todos estos principios señalados han emergido nuevas formas de comunicación. Sistemas de medios descentralizados e instituciones democráticas de la comunicación, tales como la radio comunitaria Mahaweli en Sri Lanka y radio Enriquillo en la República Dominicana, enfatizan la autogestión de las comunidades locales. Nuevos conceptos del profesionalismo mediático conllevan un mayor conocimiento y respeto de las formas de comunicación de la gente y destacan, a su vez, el reconocimiento y la experiencia con nuevos formatos de periodismo y radiodifusión que son más consonantes con la identidad cultural de la comunidad y otorgan una mayor seguridad a los modos en que la democratización de la comunicación está aconteciendo y puede acontecer.

1.4. Enfoques mixtos

Esta revisión de tres perspectivas del desarrollo revela un número de *cambios en el pensamiento científico*:

1. Desde un enfoque más positivista, cuantitativo y comparativo hacia otro normativo, cualitativo y estructural.
2. De procesos altamente prescriptivos y predecibles hacia procesos menos predecibles y orientados al cambio.
3. Desde una perspectiva etnocéntrica hacia una visión doméstica y con ello a una perspectiva contextual y policéntrica.
4. Del endogenismo (“culpar a la víctima”) al exogenismo (“culpar al forastero”) y, entonces, al globalismo y holismo.
5. Desde un interés económico a un interés más universal e interdisciplinario.
6. De un esquema de referencia nacional a una perspectiva internacional y, de este modo a niveles de análisis combinados.
7. De enfoques segmentados a más holísticos y, luego, a perspectivas orientadas a la resolución de problemas.
8. De una estrategia integradora y reformista a opciones revolucionarias y con ello hacia una visión integral del cambio revolucionario y evolucionario.
9. De una perspectiva del desarrollo administrado tecnocráticamente hacia enfoques participativos y de resolución de problemas.

2. Enfoques teóricos de la comunicación para el desarrollo (COMDES)

Las teorías de la comunicación como la de “difusión de innovaciones”, la del “flujo en dos pasos” o los enfoques de la extensión son bastantes congruentes con la mencionada teoría de la modernización. Según Rogers, uno de los académicos líderes de la teoría de la difusión, esta perspectiva implica “que el rol de la comunicación es (1) transferir innovaciones tecnológicas desde las agencias de desarrollo a sus audiencias, y (2) crear una predisposición para el cambio a través del logro de un clima de modernización entre los miembros del público” (Rogers, 1986:49).

La orientación *elitista, vertical o de arriba-abajo del modelo de la difusión* es obvia. Sin embargo, la realidad presenta a menudo muchas más

complejidades que las previstas en la teoría. Por lo tanto muchos intelectuales y trabajadores del desarrollo señalan que la adopción de decisiones y el planeamiento no pueden ser hechos por burócratas y planificadores para la gente, sino sólo por estos “expertos” con todas las instituciones interesadas y junto con las personas relacionadas. En otras palabras, en convergencia con las discusiones en foros internacionales, académicos y políticos tales como UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Ciencia y la Educación), FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación) o IAMCR (Asociación Internacional de Estudios de la Comunicación Social), estas personas se refieren a perspectivas más nuevas del rol y el lugar de la comunicación para el desarrollo que favorecen una *comunicación de doble vía y horizontal*: “la utilización sistemática de la comunicación apropiada y de técnicas para incrementar la participación de la gente en el desarrollo y para informar, motivar y entrenar a la población rural, principalmente en el nivel de las bases” (FAO, 1987:4). Aunque se puede argumentar que este enfoque aún resulta “paternalista” o una mera estrategia de marketing social, al menos distingue entre la política y la planificación/ acción a niveles micro y macro.

Antes de presentar los cambios en las estrategias y las técnicas, resumiremos las principales características teóricas de ambos enfoques de la comunicación para el desarrollo: el Modelo de Difusión/ Mecanicista y el Modelo Participativo/Orgánico.

2.1. El Modelo Difusionista

Generalidades

Los años 50 fueron la *década del modelo de comunicación*. Uno de los primeros y más influyentes de estos modelos no proviene de las ciencias sociales y las humanidades sino de la ingeniería de la información (Shannon y Weaver). El modelo lineal “fuente-transmisor-canal-receptor-destinatario” eclipsó a los enfoques más tempranos, más orgánicos, de la psicología y la sociología. Lasswell, Hofland, Newcomb, Schramm, Westley y McLean, Berlo y otros diseñaron un modelo de comunicación de acuerdo con sus concepciones. Esta profusión de modelos de comunicación puede ser atribuida a tres razones.

Primero, porque ellos identificaron a la comunicación como la *transferencia* de información (el estímulo) y eran partidarios de la metodología empírica, estableciéndose así las bases de la comunicología como una ciencia distinta y legítima.

Segundo, los teóricos enfocaron a la eficiencia o *efectos* de la comunicación (la respuesta), sosteniendo vastas promesas de manipulación o control de los receptores del mensaje con diversos intereses.

Finalmente, el modelo de la comunicación se desarrolla íntimamente con la naturaleza y los mecanismos de la *comunicación mediática* o masiva, una emergente y poderosa fuerza en aquel tiempo.

Por lo tanto, en aquellos años la disciplina de la comunicación se concentró ampliamente, y de manera más importante, en el estudio de sus efectos. El efecto “bala” o “aguja hipodérmica” de los medios sería una

rápida y eficiente respuesta a múltiples problemas sociales. Robert White (1982:30) escribió que “este énfasis puntual en los medios y sus efectos ha llevado también a una premisa... que la información de los medios es una poderosa panacea para los problemas del desarrollo humano y socioeconómico”, sin mencionar los dilemas del marketing y la propaganda. Contradiciendo a las exuberantes expectativas los efectos directos se convirtieron con el paso del tiempo en efectos limitados, mínimos, condicionales y en el “flujo en dos etapas”.

Enfoques de la comunicación más específicos

En dichos años fueron considerados en la perspectiva de la modernización más factores sociológicos, psicológicos, políticos y culturales. El lugar y rol del proceso de comunicación en dicha perspectiva fue posteriormente examinado en la campaña de la elección presidencial de EE. UU., donde funcionó como esquema teórico.

Estos modelos ven el proceso de comunicación como un mensaje circulando desde un emisor a un receptor. Luego de un estudio de las elecciones presidenciales de 1940 en el condado de Erie, Ohio, surgió la idea del denominado “*flujo de la comunicación en dos pasos*” (Lazarsfeld y otros, 1944). Aunque los investigadores esperaban encontrar que los medios masivos (radio y periódicos) tenían una gran influencia en la elección, concluyeron que las decisiones eran influenciadas principalmente por los contactos personales y la persuasión cara a cara. La primera formulación de la hipótesis del flujo en dos pasos fué la siguiente: “las ideas a menudo fluyen desde la radio y los periódicos hacia los líderes de opinión y de éstos a los sectores menos activos de la población” (Lazarsfeld, 1944:151). Así, dos elementos eran involucrados: (a) la noción de una población dividida entre participantes “activos” y “pasivos”, o “líderes de opinión” y “seguidores”; y (b) la noción de un flujo o influencia en dos pasos antes que un contacto directo entre “estímulos” y “respuestas” (o la llamada también teoría de la bala mágica o aguja hipodérmica). Desde aquella época el concepto y el rol de la influencia personal han adquirido un alto status en la investigación de las campañas y el proceso de difusión, especialmente en los Estados Unidos. La conclusión general de esta línea de pensamiento es que la comunicación masiva es menos importante que la influencia personal para tener un efecto directo en el comportamiento social. La comunicación masiva es importante para difundir nuevas posibilidades o prácticas, pero la comunicación personal es más influyente en la etapa en que se toman las decisiones sobre adoptar o no adoptar una innovación.

Por lo tanto, podemos caracterizar a esta era como “*centrada en el emisor y los medios*”. Estos nuevos modelos, en conjunto con la obsesión por los medios masivos, condujo a una conceptualización de la comunicación como algo que una persona hace con otro. White (1984:2) sostiene que este sesgo de la teoría de la comunicación en favor de los medios, los efectos y anti-igualitario “...se ha desarrollado ampliamente como una explicación sobre el poder y los efectos de la comunicación masiva y no brinda una adecuada explicación de los factores del cambio social que conducen hacia la democratización”.

Everett Rogers (1962, 1976) observó el *proceso de difusión y adopción de innovaciones culturales*, basándose principalmente en la investigación sociológica de sociedades agrarias. La modernización se concibe aquí como un proceso de difusión en el cual los individuos transitan de un modo de vida tradicional a otro más complejo, más técnicamente desarrollado y más rápidamente cambiante. Por lo tanto este enfoque se interesa en el proceso de difusión y adopción de innovaciones de una manera más sistemática y planificada. Este autor distingue cinco fases en el proceso de difusión: conocimiento, interés, evaluación, prueba y adopción. El rol de los medios masivos se concentra en la primera etapa del proceso, mientras que “las fuentes personales son mas importantes en la etapa de evaluación del proceso de adopción” (Rogers, 1962:99). En una segunda edición de su libro Rogers (1976) dijo que hay sólo cuatro etapas cruciales en el proceso de difusión y adopción: (a) el conocimiento de la innovación en sí misma (información), (b) la comunicación de la innovación (persuasión), (c) la decisión de adoptar o rechazar la innovación (adopción o rechazo), y (d) la confirmación de la innovación por parte del individuo.

Tres enfoques más contribuyeron al suceso del modelo de la difusión: estos son las interpretaciones psicológica, institucional y tecnológica de la comunicación para la modernización.

La *perspectiva conductista o psicosocial* de la comunicación y la modernización se interesa particularmente en los valores individuales y el cambio de actitudes. Rokeach (1966) definió a la “*actitud*” como una organización de creencias relativamente cristalizada acerca de un objeto o situación que predispone a la persona a responder de una determinada manera. El “cambio de actitud” sería “un cambio en la predisposición, un cambio en la organización de la estructura de creencias o un cambio en el contenido de una o más de las creencias comprendidas en la organización de actitudes” (Rokeach, 1966:530). En la perspectiva de Daniel Lerner (1958), uno de los más representativos autores del paradigma de la comunicación para la modernización, es central el concepto de “*empatía*”, esto es, “la capacidad de verse a uno mismo en la situación de otra persona,... que es una herramienta indispensable para que la gente abandone hábitos tradicionales”. La principal hipótesis de su estudio era que “la alta empatía sólo es predominante en el estilo personal de la sociedad moderna, la que es distintivamente industrial, urbana, alfabetizada y participativa” (Lerner, 1958:50). En su diseño de investigación era central la capacidad individual y psíquica de la gente para adaptarse por sí misma a los ambientes modernos. Las personas empáticas, a diferencia de las llamadas personas tradicionales, tienen un más alto grado de movilidad, lo que significa capacidad para el cambio, y una acción orientada hacia el futuro y racional. Por lo tanto, según Lerner la movilidad estimula la urbanización, que a su vez aumenta la alfabetización y consecuentemente también la participación política y económica. También el rol de los medios masivos es examinado cuidadosamente en este contexto: “el hombre moderno encuentra las noticias sobre el mundo en los medios masivos antes que en los medios personales, y prefiere las noticias nacionales e internacionales antes que el deporte, la religión o las noticias domésticas” (Inkeles, 1972:112). En otras palabras, los medios de comunicación estimulan, de forma directa e indirecta, la

movilidad y el desarrollo económico; ellos son los “motivadores” y “movilizadores” para el cambio y la modernización.

Wilbur Schramm (1964), basándose en Lerner, observó también esta *conexión entre la comunicación masiva y las instituciones y prácticas de la modernización*. Los medios de comunicación modernos suplementan y complementan como “multiplicadores de la movilidad” a los canales orales de la sociedad tradicional. Su desarrollo es paralelo al desarrollo de otras instituciones de la sociedad moderna, como las escuelas y la industria, y está muy relacionado con algunos de los índices de crecimiento económico y desarrollo social, tales como la alfabetización, el ingreso per cápita y la urbanización. Indicó también que “un país en desarrollo debería otorgar especial atención a la combinación de los medios masivos con la comunicación interpersonal” (Schramm, 1964:263). En la opinión de Schramm los medios masivos desarrollan al menos tres funciones: ellos son los “vigilantes”, los “hacedores de política” y los “maestros” del cambio y la modernización.

Una tercera perspectiva, el *enfoque tecnológico determinista*, considera a la tecnología como un artefacto libre valorativamente y neutral políticamente que puede ser usado en cualquier contexto social e histórico. Dentro de esta perspectiva al menos cuatro diferentes puntos de vista pueden ser distinguidos. Una primera posición bastante optimista comparte la convicción de que el desarrollo y la aplicación de tecnologías puede resolver todos los variados problemas de la humanidad. La segunda postura lleva a la anterior a un extremo opuesto, es decir a la concepción de que la tecnología es la fuente de todos los conflictos de las sociedades. Una tercera variante expresa la visión de la tecnología como un potente factor del desarrollo, como la fuerza que conduce al desarrollo. La cuarta variante ha sido popularizada por Marshall McLuhan (1964). El ve a la tecnología como una fuerza inexorable del desarrollo, una fuerza tan irresistible como abarcadora. Como señaló McLuhan (1964:VIII): “cualquier tecnología crea gradualmente un nuevo ambiente humano” o, en otras palabras: el medio es el mensaje.

El “esquema de referencia” de la modernización y la dependencia

Mientras que los voceros de la teoría de la comunicación para la modernización toman al *estado-nación* como su principal esquema de referencia, los dependentistas consideran predominantemente el nivel de análisis internacional. Estos sostienen que la dominación de la Periferia por el Centro ocurre a través de una combinación de componentes de poder, esto es militares, económicos, políticos, culturales, etc. Los componentes específicos de la dominación de una nación en un determinado momento varían de uno a otro país como resultado de las variaciones en numerosos factores, que incluyen los recursos del Centro de poder, la naturaleza o la estructura de la nación Periférica y el grado de resistencia a la dominación. En la actualidad los componentes culturales y de la comunicación han alcanzado una gran importancia en la continuidad de las relaciones de dependencia. Esto es así porque, como muchos académicos indican, estamos dentro de una situación bastante paradójica, por la cuál a medida que el

Tercer Mundo comienza a emanciparse económica y políticamente, se incrementa la dominación cultural. Mientras los primeros colonialistas estaban más interesados en la explotación económica de áreas rentables y mostraban solo un moderado interés en la administración política, la evolución tecnológica de los medios de comunicación ha contribuido a una dependencia ideológica y cultural.

La dependencia es la antítesis de la modernización en muchas maneras, pero al nivel de la comunicación es una continuación de ella. La teoría de la dependencia indica que las condiciones predominantes en el mundo no alineado no son una etapa en la evolución hacia el desarrollo sino el resultado de una estructura internacional consolidada. En otras palabras, si la perspectiva de la modernización sostiene que las causas del subdesarrollo radican principalmente *dentro* de las naciones desarrolladas, la teoría de la dependencia postula que las razones del subdesarrollo son principalmente *externas* a la sociedad dependiente.

2.2. El modelo participativo

Generalidades

El modelo participativo incorpora los conceptos del emergente esquema de referencia de la multiplicidad/otro desarrollo. Afirma la importancia de la *identidad cultural* de las comunidades locales y de la *democratización y participación* en todos los niveles —internacional, nacional, local e individual. Esto apunta a una estrategia no meramente inclusiva sino ampliamente originada en los tradicionales “receptores” de la comunicación. Paulo Freire (1983:76) se refiere a esto como el derecho de toda la gente a expresar su palabra individual y colectivamente: “esto no es el privilegio de algunos pocos hombres, sino el derecho de todo ser humano. Por lo tanto ninguno puede expresar una palabra verdadera en soledad —ni puede decirla por otro, en un acto prescriptivo que silencie las palabras de otros”.

La participación es muy importante en el proceso de la toma de decisiones para el desarrollo porque hace compartir la información, el conocimiento, la confianza, el compromiso y una correcta actitud respecto de los proyectos de desarrollo. “Esto requiere de una nueva actitud para superar el pensamiento estereotipado y promover una mayor comprensión de la diversidad y la pluralidad, con pleno respeto de la dignidad y la igualdad de las personas que viven en diferentes condiciones y actúan de modos diferentes”. (International Commission for the Study of Communication Problems, 1980:254). Este modelo sostiene la colaboración recíproca a través de todos los niveles de participación. Es necesario escuchar lo que otros dicen, respetar la actitud de la contraparte y tener confianza mutua. Los promotores de la participación no subestiman la habilidad de las masas para autodesarrollarse ni tampoco su medio ambiente. “Los esfuerzos del desarrollo deben basarse en la capacidad de la gente para discernir qué es lo mejor que se puede hacer cuando buscan su propia liberación y cómo participar activamente en la tarea de transformar la sociedad. Las personas son inteligentes y tienen siglos de experiencia. Pongamos en juego su fortaleza. Escuchémoslas.” (Xavier Institute, 1980:11).

Identidad cultural, poder y comunicación participativa

Según muchos autores la auténtica participación se relaciona directamente con el *poder* y su distribución en la sociedad. La participación “puede resultar incómoda para aquellos que sostienen el status quo y en consecuencia es esperable que sean resistidos dichos esfuerzos de fortalecimiento del poder de la gente” (Lozare, 1994:2). Por lo tanto el desarrollo y la participación están íntimamente relacionados.

La participación implica una más equitativa distribución del poder económico y político, lo que a menudo disminuye las ventajas de ciertos grupos. El *cambio estructural* supone la redistribución del poder. En las áreas de la comunicación masiva muchos expertos coinciden en que el cambio estructural ocurrirá primero cuando se establezcan políticas de comunicación participativas. Mowlana y Wilson (1987:143) dicen por ejemplo que “las políticas de comunicación son básicamente derivadas de las condiciones e instituciones económicas, culturales y políticas bajo las cuales ellas operan. Ellas tienden a legitimar las relaciones de poder existentes en la sociedad y, por lo tanto no pueden ser cambiadas sustancialmente sino se registran cambios estructurales fundamentales de la sociedad que puedan alterar estas relaciones de poder en sí mismas”.

Dado que el diálogo y la interacción cara a cara es inherente a la participación, el comunicador del desarrollo deberá dedicar más tiempo al trabajo de campo. Le llevará más tiempo desarrollar la interacción y la confianza. El contacto continuo, los compromisos compartidos, las promesas mantenidas y las actualizaciones entre visitas son importantes. El desarrollo de la confianza social precede a la tarea de la confianza individual. Ambas partes necesitan de paciencia. Es importante notar que cuando tratamos a la gente de la misma manera en que deseamos ser tratados, aprendemos a trabajar en un equipo y esto genera un real compromiso y también motivación. La honestidad, la confianza y el compromiso de las esferas de conducción y gestión del desarrollo conllevan también honestidad, confianza y compromiso de las bases. Esto lleva a la verdadera participación. Y la auténtica participación conduce a políticas y planeamientos apropiados para desarrollar un país dentro de su medio cultural y ambiental.

Consecuentemente también ha cambiado la perspectiva de la comunicación. Está ahora más interesada en el *proceso y contexto*, esto es, en el intercambio de “significados” y en la importancia de este proceso, es decir, los patrones de relación social y las instituciones sociales que son resultado de dichos procesos y son determinadas por el mismo. La “otra” comunicación “favorece la multiplicidad, la escala pequeña, lo local, la desinstitucionalización, el intercambio de los roles de emisores y receptores y la horizontalidad de los vínculos en todos los niveles de la sociedad” (Mc Quail, 1983:97). Como resultado de esto la atención se traslada *desde un “comunicador” hasta una orientación más centrada en el receptor*, con el resultado de un *énfasis en el significado buscado y producido antes que en la información transmitida*.

Con un enfoque de estas características uno no intenta crear una necesidad de información que luego uno tiene que difundir, sino que es necesario

divulgar información para la cual existe una necesidad. Los expertos y trabajadores del desarrollo que responden a este criterio encuentran que es relevante para el contexto. El énfasis se aplica al intercambio de información antes que a la persuasión dentro del modelo de la difusión.

Dos enfoques principales de la comunicación participativa

Hay dos enfoques principales de la comunicación participativa que en la actualidad son aceptados como de sentido común. El primero es la pedagogía dialógica de Paulo Freire y el segundo incluye las ideas de acceso, participación y autogestión articuladas en los debates de la Organización de las Naciones Unidas para la Ciencia, la Educación y la Cultura (UNESCO) de la década del 70. Cada proyecto de comunicación que se autodenomina participativo acepta estos principios de la comunicación democrática. De todos modos, existe hoy una amplia variedad de intenciones y experiencias prácticas. Y antes de explorar estas diferencias es útil revisar el transfondo común.

El argumento freiriano muestra una estrategia teórica dual. Insiste en que las personas dominadas deben ser tratadas como sujetos plenos en cualquier proceso político. Esto implica una comunicación dialógica. Aunque inspirado en algún sentido en el existencialismo de Sartre —un respeto por la personalidad autónoma de cada ser humano—, la más importante fuente es una teología que demanda respeto por la otredad —en este caso de otro ser humano. La segunda estrategia es un momento de esperanza utópica derivada de las obras tempranas de Marx sobre que la especie humana tiene un destino que es más que una vida para satisfacer necesidades materiales. También de Marx se deriva una insistencia en las soluciones colectivas. Freire sostiene que la oportunidad individual no es una solución para las situaciones generales de pobreza y dominación cultural.

Estas ideas son profundamente impopulares entre las elites, incluyendo las elites del Tercer Mundo, pero hay sin embargo una amplia aceptación de la noción de Freire acerca de la comunicación dialógica como una teoría normativa de la comunicación participativa. Uno de los problemas con la propuesta de Freire es que su teoría de la comunicación dialógica se basa en el diálogo grupal antes que en los medios amplificadores como la radio, los impresos y la televisión. Freire también le brinda poca atención al lenguaje o la forma de comunicación, concentrando la mayor parte de su discusión en las intenciones de las acciones comunicativas.

El segundo discurso sobre la comunicación participativa está en el lenguaje de la UNESCO acerca de la autogestión, el acceso y la participación formulado en 1977 en el encuentro de Belgrado, Yugoslavia. El informe final de este encuentro define los términos de la siguiente manera:

Acceso refiere al uso de los medios de comunicación para el servicio público. Podría ser definido en términos de las oportunidades disponibles para el público de seleccionar programas variados y relevantes y de tener medios de retroalimentación para transmitir sus reacciones y demandas a las organizaciones productivas.

La *participación* implica un más alto nivel de involucración del público en los sistemas de comunicación. Esta incluye la participación del público

en el proceso de producción y también en el gerenciamiento y la planificación de sistemas de comunicación.

La participación puede ser nada más que la representación y la consulta del público en el proceso de decisión. Por otro lado, la *autogestión* es la más avanzada forma de participación. En este caso, el público ejercita el poder de decisión dentro de empresas y organizaciones de la comunicación y está también plenamente envuelto en la formulación de políticas y planes de comunicación.

Estas ideas son importantes y ampliamente aceptadas como una teoría normativa de la comunicación alternativa: ésta supone acceso y participación. Sin embargo, uno puede notar ciertas diferencias con el planteo de Freire. El discurso de la UNESCO incluye la idea de una gradual progresión. Alguna capacidad de acceso puede ser obtenida pero la autogestión puede ser pospuesta al menos durante algún tiempo. La teoría de Freire no comparte dicho compromiso. Uno respeta la cultura del otro o se ve envuelto en la dominación y el modo “bancario” de educación impuesto. El discurso de la UNESCO habla en términos neutrales acerca del “público”. Freire habla de los oprimidos. Finalmente el discurso de la UNESCO coloca el foco principal en la institución. La radio participativa, por ejemplo, significa una emisora de radio que es autogestionada por aquellos que participan en ella.

3. Conclusiones

Debería resultar obvio que no existe una perspectiva globalizadora del desarrollo. Ninguna teoría ha alcanzado y mantenido el dominio explicativo. Cada una de las tres perspectivas teóricas analizadas aún encuentran adherentes entre los académicos, los planificadores, las organizaciones internacionales y el público en general. En general, las versiones adaptadas y actualizadas de las ideas de la teoría de la modernización —crecimiento económico, planificación centralizada y la idea de que el desarrollo se origina en causas internas que pueden ser resueltas por la “ayuda” (tecnológica) internacional— son a menudo compartidas por agencias del desarrollo y gobiernos. Una *revitalizada perspectiva de la modernización*, en la cual algunos de los errores del pasado son reconocidos y se realizan esfuerzos para alcanzar nuevas formas (como ocurre con la perspectiva de la multiplicidad), *permanece como la perspectiva dominante en la práctica pero resulta crecientemente difícil de defender en la teoría*. Por otra parte, mientras la teoría de la multiplicidad va ganando adherentes en las esferas académicas, en la práctica es concebida como una visión simpática aunque de un costado idealista.

De acuerdo con los hallazgos de estos y otros intelectuales percibimos un número de cambios en el campo de la comunicación para el desarrollo, el cual tiene considerables *consecuencias para la política y el planeamiento de la comunicación*:

3.1. El crecimiento de una comprensión más profunda de la naturaleza de la comunicación :

Los modelos de los años 50 y 60 veían a la comunicación simplemente

como un mensaje circulando desde un emisor hacia un receptor (esto es el clásico modelo E-M-R de Lasswell). El énfasis se centraba principalmente en el emisor y los medios de comunicación; la fortaleza radicaba en la libertad de prensa, la ausencia de censura, etc. Desde los '70, sin embargo, la comunicación se ha centrado más en el receptor y en el mensaje. El énfasis está ahora en el proceso de comunicación (esto es el intercambio de significado) y en la significación de este proceso (esto es las relaciones sociales creadas por la comunicación y las instituciones sociales y el contexto que resulta de tales relaciones).

3.2. Una nueva comprensión de la comunicación como un proceso de doble vía:

El enfoque “oligárquico” de la comunicación implicaba que la libertad de información es un derecho de una sólo dirección, de arriba hacia abajo, del Centro a la Periferia, desde una institución a un individuo, de una nación rica a una pobre, etc. En la actualidad la naturaleza interactiva de la comunicación es crecientemente reconocida. Es pensada como fundamentalmente de ida y vuelta, interactiva y participativa antes que lineal.

3.3. La tendencia hacia la democracia participativa:

El fin de la era colonial ha visto la emergencia de muchos estados independientes y la difusión de los principios democráticos, aunque sólo sea a nivel de las ideas. Pese a ser ignorada en la práctica, la democracia es honrada en la teoría. Los medios de comunicación mundial están aún ampliamente controlados por los gobiernos y poderosos intereses privados, pero ellos son más permeables y más seguros de los ideales democráticos que lo que eran previamente. Al mismo tiempo el alfabetismo se ha incrementado y ha habido un marcado mejoramiento en la capacidad de la gente para manejar y usar tecnologías de la comunicación. Como consecuencia más y más personas pueden usar los medios masivos y no se les puede denegar el acceso y la participación en los procesos de comunicación por sus carencias de habilidades técnicas y comunicativas.

3.4. El reconocimiento de desequilibrios en los recursos comunicativos:

La disparidad en los recursos de la comunicación entre diferentes partes del mundo es crecientemente reconocida como problema de interés. Cuando las naciones del Centro desarrollan sus recursos, la brecha entre Centro y Periferia se hace más grande. La cuestión de una más equilibrada e igualitaria distribución de los recursos comunicativos solo puede ser discutida en términos de poder a nivel nacional e internacional. El intento de las elites de poder locales de controlar los canales de difusión —la prensa, la radiodifusión, la educación y la burocracia— no asegura el control de las redes de comunicación en una determinada sociedad. Ni tampoco el control de los medios masivos asegura siempre la fortaleza de las instancias de poder, ni una movilización acorde con sus objetivos, ni una efectiva represión de la oposición.

3.5. Una creciente sensibilidad de la transnacionalización y la sincronización cultural:

Quizás el gran ímpetu hacia una nueva formulación de las libertades de la comunicación y la necesidad de políticas y planeamientos realistas de la comunicación han conducido a la certeza de que el flujo internacional de comunicación se ha convertido en la principal vía de sincronización cultural transnacional. Esta sincronización cultural puede acontecer sin relaciones de dependencia perceptibles.

3.6. Una nueva comprensión de lo que está ocurriendo dentro de las fronteras del estado-nación:

Hay que aceptar que los factores “internos” y “externos” que inhiben el desarrollo no existen independientemente unos de otros. Así, para entender y desarrollar una estrategia propia hay que tener una comprensión de las relaciones de clase de una particular formación social periférica y de los modos en que dichas estructuras se articulan con el Centro, por un lado, y de las clases existentes en el Tercer Mundo, por otro lado. Reducir la actual estructura de clases del Tercer Mundo, por ejemplo, a una mera marioneta cuyos intereses son siempre mecánicamente sinónimos de aquellos del Centro, es ignorar la realidad de una relación mucho más compleja. La muy desigual y contradictoria naturaleza del proceso de desarrollo capitalista produce una relación constantemente cambiante.

3.7. El reconocimiento del “impacto” de la tecnología de la comunicación:

Algunos sistemas de comunicación (por ejemplo los equipos de audio y video, las fotocopiadoras, los aparatos de radio) han resultado baratos y tan simples que los criterios para regularlos y controlarlos desde un punto central, así como la habilidad de manejarlos, ya no son tan relevantes. Sin embargo, otros sistemas (por ejemplo los satélites, los equipos remotos y los transbordadores de datos) son tan costosos que no están al alcance de los países más pequeños y no son adaptables a los ambientes locales.

3.8. Una nueva comprensión hacia la integración de distintos medios de comunicación:

Los modernos medios masivos y las redes paralelas de medios folklóricos o de comunicación interpersonal no son por definición mutuamente excluyentes. Al revés de lo que creen los teóricos de la difusión, ellos son más efectivos si se los usa de manera integrada y considerando las necesidades y contrastes del contexto local. Los modernos medios de comunicación han sido mecánicamente transplantados desde afuera en las sociedades del Tercer Mundo y han alcanzado diversas y limitadas tasas de penetración. Raramente ellos se integran en las estructuras institucionales como ocurre en las sociedades occidentales. Sin embargo, los medios pueden ser efectivamente combinados proporcionando en conjunto una distribución

del trabajo funcional que haga reconocer los límites de la acción de los medios masivos.

3.9. El reconocimiento de las estructuras de la comunicación paralelas o duales:

Ni los gobiernos ni los particulares son capaces de operar efectivamente el control, la censura o el rol de guardabarrera con respecto a las redes de comunicación en todas las épocas de una determinada sociedad. Las redes paralelas y alternativas, que no siempre son activas, a menudo funcionan a través de estructuras de clases, religiosas, socioculturales y políticas o pueden ser usadas a través de canales folklóricos, artísticos o culturales. Estas redes muestran un comportamiento altamente participativo, altos índices de credibilidad y una fuerte integración orgánica con otras instituciones consolidadas de una determinada sociedad.

4. Referencias

- Baran, P. 1957. *The political economy of growth*. Monthly Review Press, New York
- Camilo, M., M. C. Mata y J. Servaes 1990. *Autoevaluación de Radio Enriquillo*. Cebemo, Oegstgeest
- Cardoso, F.H. y E. Faletto 1969. *Dependencia y desarrollo en América Latina*. Siglo XXI, México
- Dos Santos, T. 1970. The structure of dependency. En *American Economic Review*, 60 (21), May
- Frank, A.G. 1964. *Latin America: Underdevelopment or revolution*, Monthly Review Press, New York
- Freire, P. 1983. *Pedagogy of the oppressed* Seabury Press, New York
- Friberg, M. y B. Hettne 1985. *The greening of the world: development as social transformation*. Westview, Boulder
- Inkeles, A. y D. Smith 1974. *Becoming modern: individual changes in six developing countries* Harvard University Press, Cambridge
- Lazarsfeld, P., B. Berelson y H. Gaudet (1944). *The people's choice*. Duell, Sloan & Pearce, New York
- Lerner, D. 1958. *The passing of the traditional society: Modernizing the middle East*. Free Press, New York
- Lozare, B. 1994. Power and conflict: Hidden dimensions of communication participative planning and action, en White, S., Nair, K.S. y J. Ascroft (Eds.) *Participatory communication: working for change and development*. Sage, New Delhi.
- McAnany, E. (Ed.) 1980. *Communications in the rural third world: the role of information in development*. Praeger, New York
- McLuhan, M. 1964. *Understanding media*. Signet Books, New York
- Mowlana, H. y L. Wilson 1987. *Communication and development: a global assessment*. UNESCO, Paris
- Rogers, E.M. 1962. *Diffusion of innovations*. Free Press, New York
- Rogers, E.M. (Ed.) 1976. *Communication and development*. Sage, Beverly Hills

-
- Rogers, E.M. 1986. *Communication technology: The new media in society*, Free Press, New York
- Rostow, W.W. 1953. *The process of economic growth*. Clarendon Press, Oxford
- Schramm, W. 1954. *Mass media and national development: The role of the information in the developing countries*. Stanford University Press, Stanford
- Stavenhagen, R. 1966. Siete tesis equivocadas sobre América Latina, *Desarrollo Indoamericano*, 4
- Sunkel, O. y P. Paz 1970. *El subdesarrollo latinoamericano y la teoría del desarrollo*. Siglo XXI, México
- White, R. 1982. *Contradictions in contemporary policies for democratic communication*. IAMCR Conference, Paris, September
- White, R. 1984. *The need for new strategies of research on the democratization of communication*, ICA Conference, San Francisco, May
- White, R. 1988. *Media, politics and democracy in the developing world*. Center for the Study of Communication and Culture, London, April
- Xavier Institute 1980. *Development from below: notes for workers engaged in rural development and adult education*, Xavier Institute for Social Service, Ranchi

CAMBIOS HABITUALES, DEPENDENCIA INFORMATIVA Y PRAXIS RURAL

Ariadna Cantú - Gustavo Cimadevilla - Edgardo Carniglia

CAMBIOS HABITUALES, DEPENDENCIA INFORMATIVA Y PRAXIS RURAL

Ariadna Cantú - Gustavo Cimadevilla - Edgardo Carniglia*

** Docentes investigadores del Dpto. de Ciencias de la Comunicación de la Fac. de Ciencias Humanas, Universidad Nacional de Río Cuarto. acantu@hum.unrc.edu.ar gcimadevilla@hum.unrc.edu.ar ecarniglia@hum.unrc.edu.ar*

1. Introducción

Resulta recurrente en la literatura social contemporánea destacar el papel significativo que asume la información en la dinámica de la economía, la sociedad y la cultura. Las dicotomías que asignaban a lo industrial o agrario; lo moderno o tradicional; lo central o periférico perfiles polares, parecen ser atravesadas hoy por una fuerza envolvente que lo incluye a todo en lo global. El paso fue gradual, podrá decir Bell (1976), quien hace más de dos décadas observó que la producción de servicios basados en la información iba sustituyendo a la producción de bienes y que el conocimiento podía verse como la “clave” de la innovación y los diseños políticos. Pero las resultantes hoy son críticas. Estar o no interconectado con el mercado internacional, los padrones productivos avanzados o los gerenciamientos estratégicos implica en muchos casos tener chances o no de participar en la sociedad dominante del consumo y orden occidental.

Por ello Ferrés (1996) dirá que la información es poder. Y él se manifiesta en los hábitos de dependencia que genera, en las estrategias de búsqueda consecuente de información y en algunos modos particulares de relación.

Guiados por estos supuestos, entonces, se llevaron adelante dos estudios en audiencias rurales del ámbito geográfico inmediato¹ para conocer, entre otros objetivos, los modos en que los materiales informativos se articulan con las prácticas cotidianas de los productores y de los técnicos agrícolas y las redes de diálogo tecnológico-social que implican.

En este trabajo se desarrollan los principales resultados obtenidos, vinculados a: i) las modalidades que asume la dependencia informativa; ii) los contenidos priorizados para conformar los marcos de referencia; y iii) las utilidades asignadas a las informaciones que proporcionan los medios. Para ello, posteriormente, se analizan y discuten cada una de esas dimensiones en función de los datos recogidos en campo en cada uno de los estudios.

2. Acerca de la dependencia informativa y las redes de diálogo tecnológico-social

Los medios de comunicación son una de las fuentes a través de las cuales las personas conocen y aprehenden su entorno. Dejando de lado aquellos temas que pertenecen al ámbito de la experiencia directa, aquello que es directamente perceptible, observable o conocible, cada persona es casi completamente dependiente de los medios, tanto para conocer los

1- Departamento Río Cuarto, sur de la provincia de Córdoba, localizado en el centro de la República Argentina.

acontecimientos de la realidad social como así también para acceder a las orientaciones predominantes en el clima de opinión (Wolf, 1994). La realidad que la mayoría de las personas conocen a través de los medios es muy superior -en términos abarcativos- a la percibida a través de la experiencia directa.

El modelo de la dependencia informativa –formulado por Ball Rokeach y De Fleur (1976)- se ha abocado a tratar de comprender cómo ésta se establece y las variables que inciden en este tipo de relación con los medios. Se acentúa el poder de los *media* y se lo explica a través de la naturaleza sistemática y constante que marca sus efectos.

El modelo plantea básicamente que los miembros del público crean una dependencia de las informaciones que proporcionan los medios y de esta manera saben lo que pasa en su sociedad y cómo actuar en ella². Supone que los efectos derivados de la dependencia que los sujetos establecen con los medios son estructurales, esto es, que están relacionados con la situación de las relaciones entre las partes del sistema social. Así, la característica distintiva del modelo es suponer una relación integral entre los medios, las audiencias y el sistema social en su conjunto. Complementario a ello pero desde otro ángulo, esa integración también puede analizarse en términos de la configuración de una red que puede denominarse de diálogo tecnológico-social, en la medida que envuelve a actores y conocimientos relacionados a prácticas y modalidades respecto a fines. Se supone, entonces, un marco de relaciones de flujos interdependientes de componentes mediáticos, institucionales y otros con continuas y mutuas incidencias interpersonales.

En la relación de dependencia que las audiencias establecen con los recursos informativos de los medios, el tipo y grado de la misma se relacionan básicamente con dos variables: la percepción que tienen las personas acerca a) del grado de [in]estabilidad que presenta el sistema social y b) de la funcionalidad de las informaciones en el entorno.

Así se postula que *cuando el cambio y el conflicto social es importante, cuando las instituciones, las creencias y las prácticas establecidas son desafiadas, la gente necesita revalidaciones y opciones y por consiguiente la dependencia con los medios crece y crece también en esos momentos la confianza en los medios para la obtención de información.*

Es decir, cuantos mayores conflictos presente una sociedad, sean éstos de índole económica, política, procesos eleccionarios complejos u otros, mayor será el interés de los sujetos por permanecer informados ya que de este modo aprehenden su realidad y pueden dilucidar de qué forma actuar o prever mejor sus conductas en la sociedad.

Al mismo tiempo -e incorporando la variable medial- la relación se observa más claramente *cuando el sistema de medios es considerado como una fuente importante de informaciones que resultan funcionales para los sujetos o el mismo sistema social.*

Este modelo resulta interesante a partir de considerar este juego de relaciones que se establece con todos los subsistemas del sistema social. No es un modelo centrado ni en las características individuales de los sujetos, ni en el poder de los medios pensados como sistemas aislados de los contextos sociales, culturales y económicos, sino que precisamente postula las variaciones en el grado y tipo de dependencia a partir de la interrelación de

2 Otros desarrollos teóricos dentro de esta línea pueden consultarse en Mc Quail y Windhal, 1989; Mc Quail, 1991; Wolf, 1994.

todas estas variables. La complejización de estas relaciones en las redes de diálogo tecnológico-social que implican permite, por otro lado, complementar ese análisis.³

3. Los estudios

Con los supuestos básicos del modelo de la dependencia informativa como base iniciamos estudios de dos audiencias claves del ámbito rural : a) los propios *productores*; y b) los *técnicos agrícolas*; con el interés central de conocer las características que asume la dependencia informativa en estos dos grupos y las redes de diálogo tecnológico-social que se establecen.

Los estudios han sido desarrollados en la zona rural del departamento de Río Cuarto, al sur de la provincia meridional de Córdoba que se encuentra en la región pampeana de nuestro país. La agricultura pampeana argentina es de tipo comercial globalizada, de clima templado, extensiva, relativamente especializada, en intenso proceso de cambio tecnológico, con una heterogénea estructura de regiones, unidades y actores productivos y con un complejo rol clave en la economía argentina. El intenso proceso de cambio tecnológico asociado a la significativa expansión de la producción, por ejemplo, comenzó en la década del 60 y muestra continuidad en este final de siglo con la difusión de nuevas prácticas, tecnologías e insumos como la siembra directa, los materiales transgénicos y la fertilización.

Dicho proceso de cambio tecnológico supone la presencia de un intrincado sistema de múltiples fuentes de generación y transferencia de tecnología, en el cual actúan hoy, en la transición entre dos siglos, actores clásicos y nuevos tanto del sector público cuanto privado, por ejemplo el INTA (Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria), los grupos CREA (Consortios Regionales de Experimentación Agrícola), los vendedores de insumos y varios sujetos más (Severina, 1990; Cimadevilla y Carniglia, 1995; Cantú, 1997).

Nuestros casos de estudio se componen, por un lado, de lo que hemos dado en llamar “pequeños empresarios rurales” dadas las características sociales, productivas y de gerenciamiento de sus campos. La mayoría tiene su residencia habitual en pueblos cercanos a los campos en donde trabajan y no ya en ellos, y cuenta con el acceso a todos los medios y, en el caso particular de la televisión, con sistemas de cable o codificado que les permite tener entre 10 y 20 frecuencias de acuerdo con la zona en la que residan.⁴

El segundo estudio de casos que desarrollamos se relaciona con otro actor de la agricultura pampeana argentina. Los técnicos de nuestro estudio (ingenieros agrónomos y médicos veterinarios) corresponden al Programa Federal de Reconversión Productiva para la Pequeña y Mediana Empresa Agropecuaria, más conocido como *Cambio Rural*.⁵ Este se inició en 1993 como una respuesta técnico-política acorde para enfrentar la desfavorable coyuntura agraria de miles de explotaciones agropecuarias pequeñas y medianas de la pampa y otras regiones argentinas. De estrategia grupal, alcance nacional y financiamiento mixto procura la sustentabilidad de dichas empresas en un nuevo contexto agrario. Barsky y Pucciarelli (1997) indican que los cambios en el contexto internacional y nacional, las nuevas formas de organización de la producción que se suman a una estructura social

3- El estudio de las redes de diálogo tecnológico-social, concebidas como el conjunto de relaciones e interacciones situadas en un medio social, fue empleado por, entre otros, Darré (1997) en el análisis de la producción social de conocimiento para la acción en el marco de la agricultura francesa. Este autor sostiene que la forma de una red tiene un valor explicativo bastante más elevado que la presencia de un “líder” o de un núcleo dinámico en una villa en lo que concierne a las capacidades colectivas e individuales de responder a los cambios de situación, por ejemplo una coyuntura de intensa transformación tecnológica en la agricultura.

4- El estudio, de enfoque básicamente cualitativo, incluyó entrevistas en profundidad a más de 20 productores seleccionados por la técnica de la “bola de nieve” (Valles, 1997). Desarrollado en el proyecto de Cantú (1997-99)

5- Se realizaron entrevistas en profundidad a la totalidad de técnicos (14 profesionales) que actúan como promotores-asesores de los grupos existentes en el área dependiente del INTA Río Cuarto. Desarrollado en el proyecto de Cimadevilla y Carniglia (1999-2002).

compleja, la intensificación del cambio tecnológico, las nuevas formas de comercialización y de transporte y el retiro de numerosas regulaciones estatales son elementos suficientes para hablar del desarrollo de un nuevo período del agro pampeano.

El programa *Cambio Rural*, cuya implementación está a cargo del INTA, definió un actor quizás nuevo de la extensión rural y la transferencia de tecnología de las pampas argentinas. Una de las características novedosas de dicha figura es el financiamiento mixto del salario del profesional del agro a cargo de las tareas de asesoramiento técnico y de promoción de la actividad grupal de cada conjunto de productores -generalmente los grupos tienen alrededor de diez productores- incorporado al programa.

A continuación presentaremos los principales resultados encontrados en torno a la problematización que se postulara.

a) Los productores

En este estudio hemos centrado la atención particularmente en el consumo de la televisión ya que es el medio que se constituye como el de mayor recepción y el que todos los entrevistados dicen consumir diariamente. En realidad en términos de cantidad de horas de consumo, la televisión y la radio no presentan grandes diferencias pero lo que posiciona a la televisión por sobre la radio es que esta última asume una modalidad de consumo caracterizada por una escucha más que nada acompañante de las diversas tareas que realizan los productores durante las horas de trabajo. En cambio la televisión es un medio al cual los productores dicen prestarle mayor atención, es el medio que se consume en las horas de descanso, en el hogar que es el lugar del *no trabajo* para los hombres de campo. De todas maneras, los productores también plantean que reciben información vía radio y -de forma más intermitente- a través de los diarios.

En ese sentido, la elección de algunas fuentes de información mediáticas, institucionales o interpersonales no responde sólo a la disponibilidad o a la asociación con una modalidad de consumo o relación determinada, sino que se vincula también con las valoraciones que los productores realizan de las mismas. Y estas valoraciones jugarán un papel importante en el lugar que las informaciones tendrán en el mapa de la realidad social que construya el sujeto. Aquí observamos cuestiones como el tema de la credibilidad asignada diferencialmente ya sea a los distintos medios -gráfico, radio o televisión-, o a determinadas empresas multimedia o a ciertas personas o "personalidades" de la información. Los productores fueron tajantes al afirmar que "no todo lo que brilla es oro", que no hay que creer todo lo que los medios divulgan y, sobre la base de esa apreciación, establecen diferencias. Entre los medios, la televisión fue evaluada en términos generales, como el menos creíble, en franca alusión a la espectacularización de las noticias de la que se valen ciertos noticieros. Entre éstos diferenciaron a algunos que por trayectoria, periodistas que allí trabajan u otros factores tal vez menos conscientes (como probablemente lo sea el acuerdo ideológico) les resultan más creíbles que otros. También juega la comparación con otras fuentes de información o con la experiencia directa ligada al conjunto de contactos interpersonales que participan de su red de flujos. Desde esa perspectiva, esas experiencias suelen aportar criterios para alimentar el

descreimiento hacia ciertas temáticas tratadas por los noticieros e incluso por otros programas acerca de problemas que los aquejan muy directamente.

Otro factor que nos pareció importante considerar para no pensar en una relación directa entre la forma que asume la realidad en los mensajes de los medios y la visión que de ella tienen los sujetos, viene dado por la relación misma que se establece entre los medios y los miembros de las audiencias, esto es, las modalidades que asume el consumo de los medios. La situación de exposición ante los medios no se constituye como una actividad única ni supone una atención concentrada o centrada en ellos. El contexto de consumo fragmenta la atención así como también lo hace la práctica tan habitual del zapping. De ahí que podamos pensarla como otra variable que interviene en la construcción de la realidad y que es componente transversal de la red de diálogos.

La concepción de presente social, entonces, se construye mayormente con los aportes de los medios pero no necesariamente tal como la presentan los medios. Sin embargo, parece innegable pensar en la dependencia informativa que se genera con ellos.

En la audiencia que estudiamos están dadas las condiciones -de las que hablan los autores del modelo, explicitadas más arriba- para que los productores rurales tengan un importante grado de dependencia. Por un lado, y esto no es exclusivo del sector rural, las condiciones de inestabilidad que están presentes en el país: caídas de bolsas, mercados fluctuantes, crisis políticas y la creciente situación de inseguridad social pone a los actores frente a una de las variables con mayor incidencia en el grado de dependencia: “la percepción de inestabilidad del sistema social”. Por otro lado, los productores rurales viven fuera de los centros donde las decisiones y los hechos tienen lugar. Desde su mirada de *hombres del interior* valoran la posibilidad de incorporar a su realidad cotidiana la información que circula en los medios acerca de los grandes centros urbanos donde surgen las decisiones. Esto último evidencia en la preferencia casi absoluta de los informativos de Capital Federal por sobre los provinciales y locales o de localidades vecinas.⁶ Los medios, por ende, son percibidos como brindando “informaciones únicas y centrales”; segunda variable considerada importante para entender la relación de dependencia de acuerdo al modelo teórico postulado.

Ahora bien, ¿cómo se manifiesta esta dependencia informativa hacia los medios en esta audiencia particular? A partir del análisis de las entrevistas observamos que la relación de dependencia que mantienen los productores rurales se da en dos niveles distintos a los que hemos denominado como I) *general* y II) *específico*. Estos niveles se diferencian por los marcos temporales de atención (*cuándo buscar/recibir informaciones?*); por la funcionalidad de las informaciones (*para qué buscar/recibir informaciones?*); y por el horizonte temporal de lecturas (*proyecciones*). A su vez, y a partir de estas dimensiones, cada nivel privilegia temáticas informativas diferentes.

I) En el *nivel general*, entonces, están presentes las informaciones que brindan a los productores un panorama global acerca de la realidad. Los conocimientos que aparecen como más importantes aquí permiten diferenciar algunas temáticas características que engloban las siguientes variables :

6- *Característica que particularmente contrasta con lo que los estudios de audiencia urbana muestran. Esto es, que en general el mayor consumo de noticieros es de indole local (Ver, por ejemplo, el estudio de Grillo y otros (1999) efectuado en la ciudad de Río Cuarto).*

- Estructurales económicas: involucran las informaciones macro-económicas y aquellas que permiten acceder a un conocimiento -en relación a la marcha de la economía- sobre la situación general del país y/o en otros contextos que sirven de referencia.

- Políticas: comprenden informaciones acerca del seguimiento de las principales líneas de acción propuestas por el gobierno central tanto como por el gobierno provincial, así como también el seguimiento de los principales hechos políticos que pueden repercutir justamente en las primeras.

- Sociales: incluyen informaciones que tienen que ver con cuestiones del orden social como por ejemplo la ola de inseguridad que se vive en los grandes centros urbanos.

El orden de importancia de estas temáticas está sujeto a variaciones, por ejemplo, a partir de las agendas de los medios, pero no es casual que aquellas del orden económico aparezcan reiteradamente en primer puesto entre nuestros entrevistados: basta sólo recordar las inestabilidades de la economía y su repercusión para el sector agropecuario en particular.

A partir de estas dimensiones podemos postular que este nivel proporciona a los productores un marco global que les permite saber cómo actuar y prever conductas, por ejemplo la conveniencia o no de acceder a un crédito en determinado momento o de invertir o no en determinada infraestructura. El horizonte temporal, entonces, gira en torno a lecturas que suponen análisis de mediano plazo y no necesariamente un seguimiento diario de las temáticas involucradas en este nivel.

ii) En el *nivel específico*, la dependencia de nuestros sujetos de análisis se manifiesta hacia las informaciones que se vinculan e inciden de manera directa en su propia actividad productiva de todos los días.

Los temas que se hicieron presentes en este nivel son dos:

- Variables de comercialización propias del sector: informaciones sobre las tendencias de los mercados de cereales o de hacienda y precios de los insumos. Es decir, cuestiones económicas de un orden más micro y con incidencia directa en la propia actividad de los entrevistados; y

- Variables climáticas: las informaciones meteorológicas que inciden en la programación de las actividades para los días inmediatamente posteriores. En ese sentido, el seguimiento de esta variable se ha tornado elemental a partir de las consecuencias que el comportamiento climático ha generado en la agricultura, sobre todo en los últimos años.

Las informaciones priorizadas en este nivel específico generan hábitos de atención prácticamente diarios, por cuanto el análisis de las mismas requiere de un seguimiento continuo.

Tanto en uno como en otro nivel, se han encontrado ejes temáticos que parecen jugar un papel central y, de cierta manera, permanente en las demandas informativas de los productores consultados. Decíamos que el orden de prioridad en que las dimensiones se presentan puede variar en función de la agenda de los medios, así como también a partir de esta agenda pueden surgir otros temas en determinados momentos que, ya sea en un nivel general o en uno más específico, produzcan la necesidad de su seguimiento. Ese proceso, incluso, mucho tiene que ver, por ejemplo, con los flujos de información que ponen a circular otros actores de la red de diálogo de pertenencia.

Además y para ambos niveles, al interior de cada variable los temas pueden abordarse desde distintos ángulos por diferentes productores de acuerdo con la funcionalidad que les asignan a determinadas noticias. Así, podríamos postular que para algunos el marco de referencia orientador incluye temas del orden local, regional y nacional, mientras que para otros productores, generalmente más grandes, puede incluir el seguimiento de variables políticas y económicas más globales.

b) Los agentes técnicos del agro

Cuando el proceso de generación y promoción de tecnología agropecuaria toma forma en un contexto de múltiples fuentes, que como se dijo es el caso de la agricultura pampeana argentina, la posibilidad de acceso a la información y la conformación de redes de diálogo social-tecnológico resultan condicionantes críticos para el desempeño de los actores agrarios. Esta situación se presenta así no sólo para los actores productivos del agro -los productores a los que nos referimos en la sección anterior- sino también para los actores técnicos del medio rural, por caso los profesionales de los organismos de extensión y desarrollo rural; en este caso, los agentes asesores-promotores de Cambio Rural.

Uno de los aspectos relevados en dicha audiencia intermedia fue la identificación de referentes que reconocen dichos técnicos. Así, todos los profesionales consultados asumen que habitualmente consultan con otras personas o fuentes sobre temas de su profesión.

Cuando los técnicos del agro tienen algún problema profesional en particular consultan, de acuerdo al cuadro que surge de sus respuestas, al INTA y/o a una revista agropecuaria, a la universidad local, a un colega amigo, a bibliografía técnica muy específica, a profesionales agropecuarios relacionados con el tema, a un colega del medio en especial y/o a productores del grupo en que actúan como asesores. Todos ellos, puede decirse, conforman para sí una red de diálogo tecnológico-social donde la información-conocimiento como insumo estratégico supone el establecimiento de relaciones de dependencia/interdependencia que realimentan la estructura.

La experiencia de consulta, por otra parte, es otra de las dimensiones que indican las relaciones que se establecen en las redes de diálogo del medio rural. En los casos relevados, por ejemplo, la última consulta de los profesionales agropecuarios fue realizada en distintos momentos y, en promedio, a los dos meses de realizada la entrevista. La fuente consultada con mayor frecuencia resulta ser la de los colegas y los docentes de la universidad y del INTA. El tema predominante de esa última consulta profesional, según revelan, se relaciona con los insumos, técnicas y nuevas tecnologías agropecuarias.

La credibilidad de las fuentes es otro aspecto de las redes de diálogo social-tecnológico que indica, al igual que en el caso de los productores, la significación que surge de la experiencia de los vínculos que se establecen entre los actores. Entre las múltiples fuentes de generación y transferencia de tecnología los asesores-promotores de *Cambio Rural* otorgan una mayor credibilidad a los colegas del INTA y luego, en orden decreciente, a los colegas de la universidad, del estado, del sector privado y, entre las fuentes

mediáticas, a las revistas agropecuarias. Los vendedores no profesionales de insumos sobresalen, asimismo, como la fuente de menor credibilidad. Por otra parte, casi la mitad de los profesionales entrevistados dijeron que en la atribución de alta o muy alta credibilidad a las fuentes tuvieron en cuenta la amistad con las mismas.

La pertenencia de los técnicos del agro a una audiencia intermedia supone un rol dual en lo que hace al diálogo social-tecnológico. Por un lado, los profesionales responden a inquietudes de los productores agrarios de los grupos asesorados y, por otro, consultan con otros técnicos y, en algunos casos, con otros productores sobre los temas de su actividad profesional. En este sentido, la identificación de las demandas de los productores aluden al primer tipo de consultas.

Cabe destacar a este respecto que, además de la importante cantidad de temas mencionados por todos los técnicos del agro, se destaca la variedad de los temas identificados en las demandas de los productores como así también que la mayor cantidad de temas se relaciona con la categoría definida como “insumos, técnicas y nuevas tecnologías”. Sin embargo, los temas individuales más relacionados con las demandas de los empresarios agrarios se relacionan con los factores económicos de la actividad agropecuaria, por ejemplo “comercialización”.

Ahora, ¿cómo evalúan los profesionales del agro su competencia para responder a las demandas de los productores? En ese sentido, más de la mitad de los profesionales consultados consideraron que el cúmulo de información-conocimiento que actualmente poseen para el ejercicio de la profesión en el lugar donde están trabajando es insuficiente para atender la demanda de los productores. Pero incluso aquellos que consideraron suficiente su disponibilidad de conocimiento para el desempeño del rol de promotores-asesores indicaron que les parecía oportuno tener mayor información sobre distintos aspectos. En esa nómina se destacan, nuevamente, los temas relacionados con “insumos, técnicas y nuevas tecnologías” y los “aspectos económicos”. Por otra parte, los profesionales de la agronomía y de la veterinaria perciben generalmente que el grupo de productores en el cual trabajan valora “bien” sus conocimientos y capacidades para resolver demandas de asesoramiento técnico y para actuar como promotor-motivador del grupo.

Las temáticas para capacitación (actualización y formación) que los técnicos consideran claves para la continuidad de su ejercicio laboral representan un indicio elocuente respecto de las áreas de información más críticas en el desempeño de los actores técnicos del agro. Otra vez se destacan, entre los temas para actualización, las dos categorías temáticas consideradas como más importantes en respuestas anteriores, es decir, “insumos, técnicas y nuevas tecnologías” y “aspectos económicos”. Por otra parte, en el caso de las demandas de formación por parte de los técnicos entrevistados, los aspectos económicos predominan entre los temas mencionados.

Pero no sólo las fuentes interpersonales contribuyen a resolver las demandas de información de los profesionales de dicho programa. A la exposición a los medios de comunicación se le asigna también un papel importante y esto permite hacer una serie de consideraciones comparativas

respecto del caso de los productores estudiados frente a la dependencia informativa.

En ese sentido, más de la mitad de los profesionales entrevistados reconocieron tener el hábito de la lectura de diarios al menos un día a la semana. Entre los diarios más leídos se encuentran *Clarín*, *La Nación* y *Puntal*, esto es periódicos nacionales y locales. Las secciones de los diarios más consultadas son -por orden de frecuencia- las de temas nacionales, suplementos agropecuarios, mercados agropecuarios, economía y negocios y los titulares del periódico. En los suplementos agropecuarios de los tres diarios mencionados, a los cuales no están suscriptos pero compran al menos una vez a la semana, los técnicos siguen la información sobre innovaciones tecnológicas, política agraria y evolución de los precios del ganado, cereales y oleaginosas. Los agentes agregan que no buscan en dichos matutinos información sobre algún tema en particular relacionado con el ejercicio profesional. Las lecturas, más bien, son de carácter general y/o vinculadas a su ámbito ocupacional pero sin directrices específicas. De ese modo, los niveles en que se identifican líneas de dependencia informativa no presentan tanta discriminación como en el caso de los productores que parecen considerar con igual atención el nivel específico en que se encuadra la información.

Así, los técnicos del programa reconocieron tener el hábito regular de leer revistas agropecuarias; en particular, la revista *Agromercado*, que es entregada sin cargo y fue señalada como la más leída. En esta, seleccionan solamente los temas que les interesan. Normalmente leen en su casa y retoman la lectura de la publicación durante el mes o entre ejemplar y ejemplar, además de tener la rutina de coleccionarlas. Por otra parte, en términos de cantidad de tiempo expuesto a esos medios, surge que dedican hasta seis horas semanales a la lectura de diarios, revistas, boletines, libros, etc. y leen todos los materiales impresos (revistas, folletos, boletines, suplementos agrarios) que reciben personalmente o por correo. En ese marco, sólo algunos de los profesionales mencionan que poseen el hábito de lectura de revistas no agropecuarias.

Más de la mitad de los profesionales del agro consultados escuchan varios días a la semana radios de amplitud modulada y frecuencia modulada y los programas más escuchados son los de noticias y comentarios generales locales, provinciales y nacionales y los de información agropecuaria. En general escuchan la radio una o más horas al día.

En lo que respecta a la recepción de televisión se distinguen dos grupos: aquellos que ven televisión diariamente y los que lo hacen ocasionalmente. Los programas de televisión preferidos son los noticieros, los agropecuarios/mercados, las películas y los deportivos. La mayor parte de los técnicos señala que ve televisión una hora por día promedio y los programas relativos al agro más vistos son el boletín de cotizaciones agropecuarias y aquellos de temas agrarios generales emitidos por señales de televisión locales y nacionales. En relación a esta fuente, entonces, si se percibe un seguimiento de información específica, como es el caso de las cotizaciones.

Consultas personales y atención a los medios, entonces, están presentes como hábitos o rutinas que permiten leer y acompañar la realidad social y profesional que surge de las demandas de sus asesorados. La red que da

continente a los profesionales, en tanto puede pensarse como más especializada, no deja por ello de contemplar al conjunto de fuentes de acceso genérico mediatizado. Los medios son, en esa estructura, un referente que para ciertas lecturas -como por ejemplo de nivel general- se vuelven insoslayables y comunes a cualquier actor, independiente de su papel social o productivo.

4. A modo de conclusión

Ahora bien, la evidencia disponible, hasta ahora limitada y asociada a estudios con objetivos específicos diferenciados, apunta a ratificar la conjetura acerca de la dependencia informativa que se establece en las distintas audiencias del medio rural de la pampa argentina. Ese fenómeno, propio de sociedades con complejos sistemas mediáticos, aún cuando requiere de nuevos estudios que den cuenta de sus características en general y de las peculiaridades que presenta lo rural, permite a la luz de estos estudios algunas reflexiones generales.

a) En primer lugar, puede sostenerse que el concepto genérico de dependencia informativa resulta útil para entender la relación estable y continua que tienen los actores con el sistema de medios, aún cuando varíen las modalidades y características del consumo. En ese sentido, no se encontraron actores a-mediáticos o discontinuo-mediáticos.

b) Complementario a ese esquema, el concepto de red de diálogo tecnológico-social pone en escena al conjunto de fuentes y actores, institucionales, mediáticos y personales que se conectan en torno a una actividad socio-productiva. También en relación a los casos estudiados puede decirse que no hay actores sin red o que dispensen la posibilidad de conectarse y/ o utilizarla de acuerdo a sus posibilidades.

c) La relación con la información, en todos los casos, se establece sobre la base de determinadas rutinas reconocidas y alimenta niveles diferenciados de dependencia según sea la posición de los actores o las temáticas y circunstancias a la que se liga.

d) La información, en general, puede asumirse como estratégica en la medida que resulta funcional para la orientación de las acciones, la toma de decisiones y la interpretación global del entorno inmediato.

Así, por un lado, los productores apelan a los medios para, por ejemplo, conocer cuál es el precio de las oleaginosas y los cereales y/o si el clima les permitirá trabajar el suelo con el tractor y la maquinaria agrícola, así como para conocer otras variables más generales. A su vez, los profesionales relacionados con el medio agrario -y pertenecientes a una red de diálogo tecnológico-social que incluye fuentes interpersonales y medios de comunicación- reconocen que apelan a estos últimos para informarse principalmente sobre aspectos político-económicos y comerciales del agro.

Por tanto, resulta plausible postular que el consumo de información cumple una función genérica de construir un marco de referencia orientador acerca del presente social donde los sujetos desarrollan sus actividades, aún cuando varíe -según los casos- el nivel en que se manifieste con mayor o menor dependencia la relación.

e) Finalmente, una lectura que ubique históricamente ese cuadro de

relaciones también puede permitírnos cierta consideración. En ese sentido, lo que hoy aparece como habitual -en tanto el contacto, búsqueda y consumo de información orientadora sigue cierta regularidad y continuidad en el conjunto de los actores- replantea otras lecturas más tradicionales y conservadoras respecto de la características que asumían los sujetos rurales frente a la información y el conocimiento. Así, postular que el hombre rural y sus actividades requieren de menor especialización que otras urbanas, y que el nivel de contactos e integración social es carente⁷, o que sus actitudes son refractarias al cambio y apegadas únicamente a la tradición y la experiencia del hacer⁸, pierden significado ante la multiplicidad de flujos a los que se exponen los actores. Desde esa perspectiva, lo habitual hoy parece ser la exposición, integración y valoración de la información-conocimiento en la praxis cotidiana. Esa nueva lectura del ambiente socio-rural y de sus dinámicas de estructuración y relacionamiento requieren tal vez de los subsidios que las perspectivas más históricas le brindan a los enfoques que como la teoría de la dependencia o la lectura de redes tienen, pues por ser particularmente descriptivo-funcionales terminan dispensándolos. La articulación a esos esquemas de los conceptos de habitus y campo propuestos por Bourdieu⁹, por ejemplo, pueden ser una alternativa interesante y enriquecedora para ampliar ese entendimiento

Desde esa perspectiva, entonces, habrá que profundizar en los modos en que la información actúa a través del tiempo para que se internalicen las estructuras del mundo social que se vive y en cómo las posiciones de los actores se constriñen a la propia lógica de sus campos.

5. Referencias

- Ball-Rokeach y M. De Fleur (1976) en Mc Quail, D. y S. Windahl, (1989), *Modelos para el estudio de la comunicación colectiva*. EUNSA. Pamplona.
- Barsky, O. y A. Pucciarelli (1997) *El agro pampeano. El fin de un periodo*. UBA-FLACSO. Buenos Aires.
- Bell, D. (1976). *El advenimiento de la sociedad industrial*. Alianza. Madrid.
- Bourdieu, P. (1991) *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Taurus. Madrid.
- Cantú, A (1997) Los referentes. Una versión de los '90 sobre los líderes de opinión. En Cimadevilla y ot. *La bocina que habla*. UNRC. Río Cuarto.
- Cantú, A. (1999) *Orientación a los medios: información televisiva y prácticas agrícolas*. Informe final Becario de Iniciación CONICOR (inédito)
- Cimadevilla, G. y E. Carniglia (1995) *Informe Final de Investigación CONICOR* (inédito)
- Cimadevilla, G. y E. Carniglia (1999-2002) *Comunicación, tecnología y medio ambiente: agendas y redes*. Programa de Investigación – SECYT/ UNRC y CONICOR.
- Darré, J.P. (1997) *La invención de prácticas en la agricultura. Difusión y producción local de conocimientos* (sin datos)
- Ferrés, J. (1996) *Televisión subliminal. Socialización mediante comunicaciones inadvertidas*. Paidós. Barcelona.

7- Aspectos a los cuales particularmente se refirieron Sorokin et alli (1930), compilado por José de Souza Martins (1986).

8- Tesis que se reiteran en los estudios típicos que se hicieron en la década del 60 y particularmente en los enfoques difusionistas de la época. Al respecto pueden consultarse los compilados de Whiting y Guimarães (1969) y José Marques de Melo (1978).

9- Propuesta conceptual y teórica que está presente en su obra *La distinción* (1991). *El habitus, expone el autor, incluye las estructuras mentales o cognitivas mediante las cuales las personas manejan el mundo social. A través de estos esquemas se percibe, aprecia y evalúa el mundo. Dialécticamente el habitus es el producto de la internalización de las estructuras del mundo social. El campo, en tanto, refiere a la red de relaciones entre las posiciones objetivas que hay en él. Los ocupantes de las posiciones pueden ser agentes o instituciones y están constreñidos por la estructura del campo. Hay varios campos en el mundo social y todos tienen su propia lógica y cuerpo de creencias principales* (Ritzer, 1993:502-3) .

- Grillo, M. y C. Rusconi (1999) *Estudio de audiencias*, CICOM/UNRC, Río Cuarto
- Mc Quail, D. (1991) *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Paidós. Barcelona.
- Mc Quail, D. y S. Windhal (1989) *Modelos para el estudio de la comunicación colectiva*. Ed. EUNSA. Pamplona.
- Marques de Melo, J. y ot. (1976) *Comunicação, modernização e difusão de inovações no Brasil*. Ed. Vozes Ltda. Brasil.
- Ritzer, G. (1993) *Teoría Sociológica Contemporánea*. McGraw Hill. Madrid.
- Severina, E. (1990) *A extensão rural na região pampeana argentina. Uma interpretação do desenvolvimento e conjuntura atual*. Dissertação de mestrado. Santa Maria, Brasil.
- Sorokin, P., C. Zimmerman y C. Galpin (1930) Diferenças fundamentais entre o mundo rural e o urbano. En Souza Martins, J. (org.) (1986) *Introdução crítica à sociologia rural*. Hucitec, São Paulo.
- Valles, M. (1997) *Técnicas cualitativas de investigación social*. Síntesis, Madrid.
- Wolf, M. (1994) *Los efectos sociales de los media*. Paidós. Barcelona.
- Whiting, G. y L. Guimarães (1969) *Comunicação das novas ideias*. Ed. Financeira S. A., Río de Janeiro.

REDES DE ACCIÓN PÚBLICA Y PROCESOS COMUNICACIONALES

María Angélica Carlosena

REDES DE ACCIÓN PÚBLICA Y PROCESOS COMUNICACIONALES

María Angélica Carlosena*

* Docente-investigadora del Dpto. de Ciencias de la Comunicación, UNRC. E-mail: mcarlosena@hum.unrc.edu.ar

Las profundas modificaciones que sufrieron en los últimos tiempos las relaciones entre los Estados, regiones y sociedades han dado lugar a cambios en las estructuras y funcionamiento de las distintas organizaciones de la sociedad.

En este contexto el desempeño actual de las organizaciones gubernamentales a nivel local no dependerá ya de la tradicional gestión de sus dirigentes centradas principalmente en la administración, sino de nuevas formas de gestión que resultan necesarias adoptar a la hora de diseñar e implementar propuestas de desarrollo social. Los ejes sustantivos de los nuevos modelos de desarrollo son: la *descentralización* en la gestión de funciones; el *consenso* de las acciones que se emprendan y la *participación* en las mismas de diversos actores sociales, en el ámbito de un espacio regional, para el logro de metas de desarrollo común. (César Vallejos, citado por Buller, 1991)

Los conceptos teóricos que se analizan a lo largo de este trabajo, en relación al tema de las redes de acción pública, se originan a partir de la experiencia obtenida en una investigación exploratoria sobre la gestión de los gobiernos municipales de la región centro-sur de la provincia de Córdoba.

En el relevamiento se pudo reconocer que no se estaban desarrollando nuevas funciones relacionadas a los procesos de descentralización puestos en marcha, y la búsqueda de consenso y participación de diferentes actores involucrados en las mismas problemáticas sociales. Esto quedó evidenciado en la observación focalizada en los programas sociales implementados en respuesta a los principales problemas sociales que afrontaba la sociedad.

En el ámbito mencionado, la gestión municipal se manifestaba con algunas particularidades. Por un lado, no había relación entre las prioridades de las demandas sociales y el tipo de actividades implementadas, siendo éstas últimas principalmente asistencialistas, más que generadoras de emprendimientos sustentables en el tiempo. Un ejemplo que se podría citar es que siendo el desempleo el problema social más importante de la región, los programas sociales prioritariamente implementados eran los subsidios o ayudas económicas para los casos más urgentes, los bolsones alimentarios, la cobertura de salud municipal, o la implementación de actividades recreativas.

Por otro lado, resultaban escasas las iniciativas ejecutadas ante la cantidad de problemas existentes (además del desempleo, había problemas relacionados a la escasez y tipo de viviendas, atención en distintas áreas de la salud, delincuencia, adicciones, migraciones). Asimismo las acciones se evidenciaban como poco pertinentes en cuanto a su calidad y diversidad ante el tipo de contexto económico-social que se presentaba, sin un control y evaluación del desempeño y resultados alcanzados, a los fines de mejorar

el proceso de su diseño e implementación.

Las iniciativas consensuadas entre distintos actores sociales (entidades sociales, privadas o gubernamentales de la misma localidad o región) se presentaban como muy escasas y limitadas en su gestión para solucionar los problemas sociales comunes a nivel local y regional. Este tipo de asociaciones o acciones consensuadas solamente tenían lugar para dar respuestas a problemas puntuales de infraestructuras y servicios, tales como por ejemplo los relacionados a las guías de hacienda y los consorcios camineros. No se observó que estas experiencias fueran aprovechadas, además, para incorporar entre sus objetivos aquellos orientados a dar respuestas a algunos problemas sociales de las características anteriormente mencionadas.

Todo esto señala la casi inexistencia del establecimiento de una red de relaciones entre los diferentes actores sociales involucrados en las mismas problemáticas, pero con abordajes diferentes. Lo cual estaría indicando que desde el accionar aislado de cada organización difícilmente se puedan superar aquellos obstáculos que aparecen en el complejo proceso de desarrollo de una localidad o región.

Algunos de los obstáculos señalados por las autoridades municipales en la región analizada, se centran principalmente en la dificultad para superar la gestión tradicional en los ámbitos gubernamentales y la falta de capacitación del personal municipal para desarrollar nuevas funciones y generar propuestas innovadoras y superadoras. A esto podríamos agregar que, en muchos casos, sería necesario que los gobiernos locales ejercieran un rol de liderazgo más dinámico para llevar a cabo las funciones que se les asignan a partir de la descentralización del Estado.

De este modo, por los datos recogidos y en el marco de la complejidad de la problemática social actual es que resulta válido analizar la gestión municipal tomando en consideración los ejes de desarrollo señalados al comienzo de este texto. Es así que se requiere que estas formas de gestión municipal movilicen distintos recursos (no solo el económico) presentes en su ambiente local y regional que le permitan a las organizaciones gubernamentales su evolución y crecimiento en el desarrollo de las políticas sociales que remitan al logro de la equidad, la integración social, la superación de las necesidades y la vulnerabilidad social.

En el contexto señalado, un recurso que no es reconocido aún en toda su validez y que surge como necesario y estratégico para la conformación de la red de gestión pública, es el comunicacional. Mediante su adecuada utilización se optimizaría la toma de decisiones que conducirían al logro de los objetivos perseguidos por la institución gubernamental.

Resulta fundamental que se potencien los procesos de información y comunicación puestos en marcha desde y hacia los gobiernos municipales y otras organizaciones involucrados en las mismas temáticas sociales, para el logro de sus misiones institucionales. Al mismo tiempo se avanzaría en la superación de los obstáculos que se presenten tales como, por ejemplo, las relaciones políticas inviábiles por la presencia de mayores diálogos entre distintos actores sociales; la inexperiencia en nuevos tipos de gestión, por el aporte de nuevas informaciones; la insuficiencia de recursos financieros, al promoverse el asociativismo de distintas entidades lo que facilitaría el

logro de financiamiento; y la insuficiencia en la innovación y creatividad de nuevas propuestas acordes a los momentos presentes, entre otros aspectos.

El gobierno local como agente promotor o facilitador del asociacionismo, consenso y participación de distintos sectores sociales (tanto gubernamentales como del sector privado) involucrados en el desarrollo regional, posibilitará la construcción de un proceso de red de gestión social en donde cada integrante diferenciado desempeñará roles diferentes según sus capacidades y especificidades, pero a la vez coparticipará en las interacciones con los demás actores aportando informaciones, alternativas e ideas nuevas más enriquecedoras de lo que podría hacerlo un sólo sujeto social.

La potenciación de un sistema de comunicación entre los distintos protagonistas sociales, regionales y extraregionales, permitirá que se ponga en movimiento información pertinente y útil para cada uno de ellos que contribuirá al desarrollo común. La complementariedad manifiesta dará lugar a los efectos positivos de la sinergia de los distintos componentes de una sociedad.

Esto significará un cambio sustantivo en la concepción del funcionamiento del Estado, en donde sus resultados se medirán de acuerdo con las demandas satisfechas y los problemas resueltos.

En los siguientes puntos se profundizará sobre los diferentes aspectos involucrados en el desarrollo de los procesos de gestión pública, desde un enfoque de redes y con aportes desde una visión de la comunicación institucional.

Los procesos de interacción de las organizaciones con su entorno

En muchos de los casos, en las organizaciones públicas se pierde un aspecto esencial como lo es la apropiada relación que debe mantener con su entorno para desarrollar, continuar y acrecentar sus aportes a la sociedad.

La adaptación a las especificidades del contexto constituye uno de los factores esenciales de la eficacia de las organizaciones públicas. Para ello es necesario comprender con claridad: cuál es el lugar social que ocupa la organización; su credibilidad en función de la identidad e imagen institucional que defina y sea percibida por sus públicos; qué influencias pueden favorecer o dificultar sus actividades; qué contactos son necesarios para sinergizar los emprendimientos, qué alcance tendrá su labor futura, etc.

Las organizaciones públicas se caracterizan, en general, por la desinformación de sectores o áreas que son de su interés para el desarrollo de sus actividades y por la resistencia al cambio de algunos de sus miembros. El mantenerse informado implica, en los hechos, adoptar variaciones en sus hábitos de trabajo, en los modos de solucionar problemas, en las formas de relacionarse, y esto no siempre es visto como positivo por quienes priorizan la permanencia en los puestos de trabajo, evitando todo tipo de riesgos que implican los cambios, por sobre una mayor calidad de la labor que desarrolla la institución.

La escasez de los procesos de interacción lleva a la casi inexistente conformación de redes coordinadas entre las distintas organizaciones a nivel

local, como regional y extraregional. De este modo no tiene lugar un intercambio entre ellas de información útil, oportuna y pertinente para ajustar los programas sociales que se definan, y alcanzar con eficacia y eficiencia el logro de metas de desarrollo común a algunas de ellas, considerando que, en la mayoría de los casos, es muy difícil alcanzarlas desde cada organización o localidad en particular.

Avanzar en el conocimiento de la gestión municipal en políticas sociales, haciendo hincapié en la profundización del conocimiento de los aspectos mencionados en última instancia, y otros relacionados, permitirá un aporte en el campo de la red de gestión pública local, en la implementación de las políticas sociales, como también en los procesos de comunicación puestos en práctica.

El profundizar en esta línea dará lugar en el futuro al posible diseño de estrategias de usos de esas redes a partir de cómo se sitúa cada organización en los conjuntos de acción a los que se integre, conocer cuál es su dinámica (los códigos que se utilizan, los valores, la credibilidad con que se presentan, como definen el “nosotros” y el “ellos” en las relaciones, etc.) permitiendo, quizás, en el mejor de los casos, que cada organización pueda superar algunas dificultades identificadas y aceptar el desafío de encarar constructivamente cualquier problema que se plantee.

De este modo, la gestión pública, podrá dar un paso hacia los nuevos modelos de política social que tengan como objetivo “lograr una nueva institucionalidad pública, donde lo social sea constitutivo del Estado, lo que le da sentido” (SIEMPRO/UNESCO:7, 1999).

La conformación de redes

El concepto de *red* aparece aquí como fundamental por estar asociado a nuevas formas de concebir las organizaciones y la gestión del trabajo, como resultado de los cuestionamientos en cuanto a la eficacia de las estructuras burocráticas y jerárquicas, surgiendo como una forma más orgánica de interacción en las organizaciones (Hasting, citado por Loiola y Moura en Fischer, 1997).

Red deriva del latín *rete* que significa un entrelazamiento de hilos, con aberturas regulares fijadas por mallas, formando una especie de tejido que dan la forma de la red. Los hilos corresponderían a las relaciones entre actores u organizaciones, los cuales representarían las mallas o nudos. Se caracteriza por la regularidad y la interligazón con que aparece la formación del tejido (Aurelio, citado por Loiola y Moura en Fischer, 1997). Cada nudo del tejido es estratégico y fundamental para el todo, limitan y al mismo tiempo son puntos a partir de los cuales se expande la red. En un sentido general, se sostiene que no hay diferencias jerárquicas entre líneas y nudos, sólo habría diferencias de funciones entre ellas para formar el tejido.

La red emerge, entonces, como una forma más orgánica de interacción de actores y organizaciones, en donde la regularidad que se dé en esas interacciones resulta de gran importancia, pudiendo ser más o menos formalizadas o hasta informales, y se basan en intereses, proyectos y acciones comunes.

La complementariedad, fluidez e interdependencia entre actores y

organizaciones deben ser comandadas en mayor o menor medida, por un centro generador como puede ser, para el caso que aquí nos interesa, el de las organizaciones gubernamentales a nivel local. De este modo se estaría avanzando hacia un accionar multidireccional en lugar de uno unidireccional al permitir modos alternativos de dar soluciones y de consolidar alternativas frente a problemas comunes (Loiola y Moura, en Fischer, 1997). Esto último constituye un punto relevante, pudiendo ser analizado a través del trazado de mapas de las redes que surjan de la práctica concreta del accionar del gobierno local.

Otro aspecto a señalar en el tema de las redes es la existencia de diferentes niveles en su conformación vinculadas a los ámbitos espaciales de actuación de las mismas. Interpretando lo expuesto por Villasante (1998), se pueden identificar: las *redes supra-locales* que se desenvuelven en ámbitos de actuación regionales, internacionales y/o globales; y las *redes locales* que se desarrollan en ámbitos más concretos y que necesitan de esas redes más amplias para no quedar aisladas y sin perspectivas, y trascender de sus problemas cotidianos a una visión más amplia del desarrollo alternativo integral. Pero al mismo tiempo, las redes supralocales “no podrían existir sino existiesen redes de experiencia local, que son la fuente de innovación y construcción social de cualquier otro proceso de cambio supralocal”. “Aunque el pensamiento pueda ser más global, la acción tiene que tener raíces muy locales”. (Villasante, 1998:33)

Las redes de gestión local y de innovación deben permitir rescatar toda la potencia que tienen los ciudadanos cuando se implican en un proyecto con objetivos comunes, toda su creatividad, sus esfuerzos, asociaciones y redes informales.

Lo ético de esta democracia participativa estaría en ser plenamente consecuente con la capacidad de rescatar todas las potencialidades que los distintos sujetos y redes tienen para hacer una sociedad que responda a las necesidades que se plantean. El camino de la participación se va haciendo necesario para todos y a partir de ello hay ciertas posibilidades para que podamos construir una democracia que nos defienda de los engaños globalizadores y sea creativa desde la potencialidad de las redes locales. (Villasante, 1998).

Las redes en la gestión pública

En los estudios que privilegian las relaciones interorganizacionales, el concepto de red (que ha sido adoptado desde distintos campos) aparece recientemente aplicado y en reducida escala, al campo de la acción pública (Alter y Hage, Provan y Milward, Ring, Mackechnie, citados en Fischer, 1997), siendo éste el campo que nos interesa destacar en este trabajo. Es decir, el concepto de red aplicado en relación al Estado y sus políticas públicas, y que surge como resultado de los cuestionamientos en cuanto a la eficacia de las estructuras burocráticas y jerárquicas existentes hasta el momento. Además el uso del recurso de interacción en red está asociado a formas organizativas emergentes en la actualidad ante las problemáticas surgidas de conflictos, turbulencias, incertezas, crisis sociales y movimientos de reestructuración, que requieren el desarrollo de nuevas formas de ejercicio

de la acción pública.

En las redes de gestión pública la novedad parece ser el surgimiento de asociaciones y espacios públicos de negociación para la movilización de recursos y/o democratización y participación. La departamentalización y la integración vertical son substituidas ahora por los trabajos en red por proyectos y por la articulación de acciones a partir de lo local, incorporándose la idea de diferentes reparticiones de competencias (Loiola y Moura, en Fischer, 1997).

Desde un punto de vista comunicacional, Lucas Marín (1997) sostiene que la comunicación en las redes de trabajo tienen lugar de manera formal o informal, siendo lo más importante la existencia de unos cauces de transmisión de información pertinentes y eficaces. Estas redes pueden circunscribirse al ámbito de una organización, pero también señala la existencia de las redes inter-organizativas, como es el caso de personas muy especializadas que trabajan en un tema determinado y común a ambas, y que buscan la eficacia de un proyecto concreto.

En el campo del Estado, las redes representan formas de articulación entre agencias gubernamentales y/o de éstas con redes sociales, organizaciones privadas o grupos que les permitan enfrentar problemas sociales e implementar políticas públicas, y que pueden estar ubicadas en distintos ámbitos espaciales, ya sea local o supralocal.

En el campo específico de las políticas públicas las características que se pueden reconocer de las redes se vinculan al nivel de formalidad o informalidad existente en las relaciones; el tipo de problemas, acciones y proyectos concretos que se gestionan en vinculación a procesos complejos; la asociación o intercambio de recursos que tienen lugar; el grado de cooperación, reconocimiento de competencias existentes, de conflicto y respeto mutuo; la presencia o no de un centro animador, operador catalizador, la jerarquía con que aparecen las organizaciones involucradas; el grado de definición y permanencia del grupo; la adhesión por competencia o por interés; el grado de racionalidad y del instrumental comunicativo puesto de manifiesto en la red (Loiola y Moura, en Fischer, 1997).

Desde esta perspectiva sería posible identificar en la gestión de un gobierno local cómo se manifiestan empíricamente lo que Loiola y Moura (retomando a otros autores) denominan:

- *Redes institucionales*, que constituyen coordinaciones o comisiones formales que reagrupan instituciones envueltas en las mismas políticas. Su composición y sus misiones son generalmente impuestas por una reglamentación. Ante cada nuevo programa, la regla administrativa lleva a la formación de una comisión que funciona con cierta autonomía. Es el caso de las relaciones entre distintos niveles gubernamentales en la implementación de una determinada política social, por ejemplo relacionada a dar empleo o dar respuesta a una demanda en el plano de la salud.

- *Redes secundarias formales*, tienen lugar cuando las relaciones entre los actores son definidas por normas precisas y por funciones y papeles atribuidos a los individuos para la realización de servicios con un grado avanzado de formalización. Sería el caso de las personas afectadas a desarrollar los programas sociales en las instituciones gubernamentales del ejemplo dado en el punto anterior.

- *Redes sociogubernamentales*, hacen referencia a los procesos de democratización en las relaciones entre Estado y sociedad indicando la constitución de espacios públicos de negociación y participación de la ciudadanía en la gestión local. Por ejemplo para la implementación de un programa social sobre empleo el gobierno local se vincula con una entidad intermedia como una asociación de desocupados.

- *Redes locales de inserción*, se manifiestan cuando tiene lugar la articulación de los diversos actores del Estado y de la sociedad civil en torno de una acción pública, siendo esta articulación impulsada desde un centro. Este tipo de red articula representantes institucionales y profesionales, asumiendo a veces dinámicas informales y flexibles. Por ejemplo en una campaña de vacunación, se involucran a médicos, maestros, y funcionarios públicos.

De este modo, el trabajo en red significa una profunda redefinición de las políticas sociales, una recomposición del papel del Estado y de las distintas agrupaciones.

Estarian presentes, además, algunas características generales de las redes de interacción en diversos campos, tales como: pluralidad de actores intervinientes en el proceso, resultando las redes de la interacción simultánea de individuos, y organizaciones formales e informales; regularidad; protección; amortización de conflictos y tensiones; y la demarcación de campos.

El conocimiento de aspectos como los mencionados anteriormente del funcionamiento de los conjuntos de acción, podrá revelar con que alianzas se cuenta, lealtades, confianza, competencias, etc., permitiendo que cada uno acepte el desafío a que puede llevar el superar o consolidar esas situaciones.

Todo conjunto de relaciones sociales se define por una frontera propia (un nosotros) y por un elemento externo de referencia (un ellos). Estas apreciaciones varían de un momento a otro y también respecto de los diversos temas que se estén tratando. No obstante se puede establecer un mapeo que muestre las relaciones, redes y conjuntos de acción de hechos significativos en donde se vislumbre el *para qué?*, el *para quién?* y el *cómo?* de esas experiencias en red. Así se podrán identificar distintas experiencias de conjuntos de acción. (Villasante 1998)

En lo específico de las políticas sociales, el conocer los vínculos, las relaciones internas y sus dinámicas de los conjuntos de acción, permitirá encarar constructivamente cualquier problema que se plantee en la realidad, a partir de cuales son las disponibilidades existentes.

Como las redes de gestión pública se construyen generalmente en torno a problemas, y dan lugar a modos alternativos de dar soluciones y de consolidar alternativas, es importante distinguir en su construcción otros aspectos que enriquecerían el análisis, tales como:

- el diálogo entre distintas racionalidades
- los distintos tipos de redes existentes: personales (radiales o entrelazadas); de grupo; de sistema total, que tienen como base la comunicación informal que se da en las organizaciones.
- cómo se configuran y respetan por parte de los sujetos que las constituyen

- la creatividad y la novedad que puedan ponerse de manifiesto
- los momentos y circunstancias en que adquieren importancia o dejan de tenerla
- la integración entre los miembros que componen la red, que permitirá el intercambio o no de información de interés.
- la apertura de la red, es decir el número de conexiones en su entorno interno y externo.
- los diferentes roles que adquieren sus integrantes, ya se trate de: individuos *aislados*, *líderes de opinión*, *guardabarreras* que controlan el flujo de información y tienen poder para decidir que información es importante o no, *cosmopolitas* que conectan la organización con su entorno, individuos *puentes* que relacionan un grupo al que pertenecen con miembros de otro, los *enlaces* que son personas que conectan dos grupos sin pertenecer a ninguno.

Estas nociones permiten revelar la complejidad de las relaciones y organizaciones en red en su dinámica procesual, que abre la posibilidad de percibir a los actores en sus interacciones y propósitos.

Los procesos comunicacionales en la conformación de redes.

En términos comunicacionales, el conocimiento producido por la investigación de las interacciones comunicativas que tienen lugar en una ciudad en el ámbito Estado local/sociedad, principalmente, deberá no solo auxiliar la racionalidad de la comunicación municipal, sino también acrecentar su potencia y búsqueda de eficacia. Para ello es necesario estudiar los flujos, los procedimientos, las instancias, los medios y los sujetos accionadores de las comunicaciones institucionales. Esto puede contribuir a delinear con mayor certeza una política municipal de comunicación, superadora de la visión instrumental que prevalece hoy en las municipalidades reducida a su dimensión de divulgación de los hechos y dichos de los gobernantes, y apuntar hacia el estímulo y el desarrollo de la pluralidad de los flujos de las comunicaciones en el ámbito de actuación de los gobiernos locales.

La construcción de la red de relaciones políticas y sociales, que permita un cambio en favor del progreso permanente de la sociedad, será posible mediante la potenciación de un sistema de comunicación entre los distintos actores sociales. En la actualidad muchas de las organizaciones públicas están aún lejos de incorporar en sus gestiones los elementos de consenso, participación, asociativismo, red, y de considerar a la comunicación como una herramienta que ayuda en esta movilización, cooperación y coordinación entre los distintos actores sociales involucrados en el desarrollo de una región.

Joan Costa (1999), en este sentido, reflexiona que la gestión de las organizaciones en la práctica integra tres aspectos: “la nueva significación del *entorno* como lugar de acciones e interacciones, la gestión de las *comunicaciones* como vector de relación y de informaciones, y la concepción de *actos* y de las *acciones* como resultado de decisiones y actos productores de la realidad”.

De este modo, en las nuevas formas de gestión de las organizaciones, uno de los recursos que surge como imprescindible es el de asumir a la comunicación como insumo estratégico integrado a la toma de decisiones que les permitan a sus funcionarios actuar coordinadamente con las evoluciones que tienen lugar en el macroambiente político, económico y social, como así también en el ambiente específico del accionar de las otras organizaciones relacionadas a sus funciones específicas.

Surge como fundamental la instalación de *canales* que aseguren flujos permanentes de doble vía de comunicación, a través de los cuales la comunidad y las organizaciones puedan reclamar, demandar y oír los proyectos de los gobiernos municipales. Estamos inmersos en redes de diverso tipo y en cada una de ellas se espera una determinada forma de comportamiento y de lenguaje, que denotan y connotan cuál es el papel en el juego de poderes cotidianos. (Villasante, 1998)

En este sentido el concepto de comunicación que se adapta a los objetivos del presente trabajo es el de Goldhaber (1990) que establece que la “comunicación organizacional es el flujo de mensajes dentro de una red de relaciones interdependientes”. Los *mensajes* tratan con información significativa sobre personas, objetos y acontecimientos generados durante interacciones humanas. La *red* de comunicaciones es el flujo de mensajes entre una serie de personas (u organizaciones) que ocupan distintas posiciones o representan distintos roles. Las relaciones son *interdependientes* debido a que todas las partes del sistema (y subsistemas) afectan y son afectadas mutuamente. Las redes por las que fluyen los mensajes de las organizaciones están conectadas por personas. Esta conexión determina distintos tipos de *relaciones* existentes entre las personas (y por lo tanto de las organizaciones).

Acerca de la cultura organizacional y de sus implicancias

Un aspecto que aparece aquí como necesario de considerar, para comprender las particularidades con que tienen lugar los procesos de interacción que venimos desarrollando, en especial en las organizaciones que ejercen la gestión pública, es el que hace referencia a la *cultura organizacional*.

Una red existe cuando hay una agrupación de personas que pertenecen a una organización y que están en función de unas facilidades de comunicación, como pueden ser sistemas técnicos compatibles, códigos lingüísticos, intereses comunes, sistemas de valores mínimos compartidos, etc., es decir, que se da una especial relación comunicativa entre esos miembros. En este sentido, elementos tales como “el simbolismo organizativo, las lógicas subyacentes, las metáforas comunes, y los valores” (Marín, 1997), es lo que constituye la cultura de la organización.

Collado (1995) a su vez, define a la cultura como “el conjunto de valores y creencias comúnmente aceptados, consciente o inconscientemente, por los miembros de un sistema cultural”. Las *creencias* son todas aquellas ideas o proposiciones que los miembros reconocen como verdaderas, en un plano racional, independientemente de su validez objetiva, acerca de cómo funcionan o deberían funcionar las cosas.

Los *valores* serían los ideales en cuanto a las pautas de conducta deseables. Determinan lo que es importante para la organización. Son compartidos y aceptados, explícita o implícitamente, en un plano emocional, e influyen en el comportamiento de los miembros de la organización. Ambos, las creencias y los valores, determinan como se harán las cosas en una organización.

La cultura de la organización influye, entonces, sobre las pautas de comunicación que establezcan sus miembros, tanto interna como externamente, y en muchos casos, determinará su frecuencia, calidad, grado de formalidad y dirección.

Por medio de la comunicación interna se logra crear y mantener la cultura de la organización, a través de la cual se espera que todos sus integrantes desarrollen las actividades que permitan alcanzar los fines institucionales en el ámbito donde actúa.

La cultura organizacional es posible distinguirla cuando la organización ya posee un cierto grado de permanencia en el tiempo. Es ahí cuando surgen un conjunto de elementos en equilibrio, formando un todo con determinada autonomía que va determinando la conducta de sus miembros. Es decir, la cultura organizacional dará a sus miembros la lógica del sentido para interpretar la vida de la organización, y orientará sus acciones, tanto a nivel interno como a nivel externo. (Kreps, 1995)

Por tanto, la cultura debe referirse, en el ámbito de las organizaciones, a las *percepciones generales duraderas de las características definitorias de la conducta de sus miembros* (Marín, 1997). La cultura guía el comportamiento hacia los modos de acción que convienen a la organización y a sus objetivos, al estar formada por los comportamientos regulares de los miembros, las normas de conducta, los valores dominantes, la filosofía, las reglas de juego y el clima laboral.

La cultura se apoya siempre en el lenguaje como elemento básico. De aquí la importancia de analizar las estructuras comunicativas de la organización.

De este modo, las relaciones que se establecen entre las diferentes personas pertenecientes a una organización tienen sus propios códigos de confianzas, desconfianzas, sus tópicos, ideologías, estereotipos, contradicciones, es decir, sus motivaciones y posiciones previas que arman la comunicación antes de que llegue cualquier proyecto. Por ello es que es necesario conocerlos para poder construir desde esos intereses y no forzar con nuevos modelos que pueden ser contraproducentes. (Villasante, 1998).

Los proyectos se deben construir a partir de las características de los conjuntos de acción. No sólo importa qué se construye, sino desde dónde se construyen las propuestas sociales. Esto resulta mucho más destacable cuando se trata de la implementación de políticas sociales, en donde es necesario considerar la sustentabilidad de las propuestas. Del modo en que se lleven a cabo las políticas, y los conjuntos de acción que se movilicen, los sectores que estén afectados, se podrá evaluar el tipo de experiencia que desarrollan los que tienen a cargo impulsar o promover las políticas sociales.

Consideraciones finales

La importancia del *proceso de comunicación* en la conformación de redes, se sustenta en que mientras más interactúan las personas mejor es el funcionamiento de la organización, porque se dan respuestas mucho más elaboradas ante la creciente complejidad de la sociedad, y esto es posible por la colaboración de diferentes personas coordinadas en organizaciones.

Hoy, cada vez más, trabajar es comunicarse, manejar información, por esto es que ha adquirido importancia el concepto de red en el ámbito de las organizaciones.

“El papel estratégico de la comunicación es auxiliar internamente, motivando a los empleados a una acción productiva y, externamente, ayudando a posicionar a la organización junto a los públicos externos” (Corrado,1994:35)

Mediante el uso de modelos ritualizados de comunicación las personas establecen relaciones y acuerdos aceptables entre ellos, y de este modo coordinan sus esfuerzos hacia objetivos comunes. Por tanto, las comunicaciones humanas son el instrumento que las personas utilizan para establecer y mantener unas relaciones efectivas dentro del marco de su cultura (Kreps,1995).

Para aumentar la participación de los miembros pertenecientes a organizaciones, se debe buscar una comunicación eficaz por medio de una especial atención al esfuerzo para tomar el lugar del otro y el empeño en conseguir la comunicación de retorno, a los fines de que la relación cobre sentido. Así, la comunicación puesta en marcha se constituye en el vehículo principal a través de la cual los miembros de distintas agrupaciones que cooperan entre sí, pueden ayudar a dirigir los cambios en una misma orientación. Esto cobra particular interés cuando se trata de organizaciones de acción pública que tienen como objetivo el desarrollo social.

Es de mencionar, además, que la existencia en estos contextos de diferentes fuentes de comunicación pueden proporcionar información mucho más enriquecedora y pertinente al trabajo desarrollado por las organizaciones.

En vinculación a lo señalado, resulta interesante considerar lo que Manuel Castells (1999) denomina *espacio de flujos*. Lo entiende como una nueva forma espacial que caracteriza las prácticas sociales que dominan y modelan a una sociedad (y sus organizaciones) en red. El espacio de flujos es la organización, el soporte material, de las prácticas sociales de tiempo compartido que funcionan por medio de flujos.

Por prácticas sociales de tiempo compartido se refiere el autor al hecho de que el espacio reúne y articula esas prácticas que son simultáneas en el tiempo.

Por flujos, entiende a las expresiones de los procesos que dominan nuestra vida económica, política y simbólica. Son secuencias intencionales, repetitivas, y programables de intercambio e interacción entre posiciones físicamente desarticuladas, mantenidas por actores sociales pertenecientes a las distintas estructuras de la sociedad.

Desde un enfoque comunicacional, y a los fines de este trabajo, consideramos que la red de organizaciones que definen el accionar en una sociedad, se establecería entonces, por medio de flujos comunicacionales

que manifiestan las prácticas sociales vinculadas a las estructuras sociales dominantes. Por estas últimas Castells, entiende a las organizaciones o instituciones cuyos procedimientos desempeñan un papel estratégico en la formulación de las prácticas sociales y de la consciencia social para la sociedad en general.

El papel estratégico de la comunicación será, por lo tanto, el de motivar a los miembros de la organización pública a una acción y comportamiento productivo, de calidad, y con moral que resulten importantes para el progreso de la organización y de la sociedad. Externamente la comunicación ayudará a posicionar a la organización, a hacerla creíble. Para esto se hará necesario que la comunicación de retorno que se implemente sea eficaz y que el impacto de los medios de comunicación sea el adecuado, para lo cual deberá ser eficiente el monitoreo constante de la marcha de estos procesos.

A este respecto, se puede observar que la meta de la comunicación organizacional es pasar de la simple percepción de los miembros, a la acción que realizará las metas de la organización.

Para todo este abordaje se exige la evaluación de las condiciones existentes y la identificación de las necesidades de información de diversos grupos interesados, en relación a las metas de la organización.

Referencias

- Buller, E. 1991. El desarrollo institucional municipal como estrategia de intervención para el cambio y como estrategia de desarrollo local. *Cuadernos de Desarrollo Local*. IULA. Quito.
- Carlosena, María Angélica. 1997. *La Gestión Municipal en la Promoción y Generación de Empleos en el marco de la descentralización. Exploración de la situación en el centro sur de la Pcia. de Córdoba*. Tesina de posgrado. UNRC.
- Carlosena, María Angélica. 1999. *La Gestión de la Comunicación interorganizacional en el desarrollo regional*. Informe de investigación. Dpto. de Cs. de la Comunicación. UNRC.
- Castells, Manuel. 1999. *A era da informação: economia, sociedade e cultura. La sociedade em Rede*. Vol.1 Editora Paz e Terra. São Paulo.
- Collado, Carlos Fernández. 1995. *La Comunicación en las organizaciones*. Edit. Trillas. México.
- Corrado, Frank. 1994. *A força da comunicação*. Edit. Makron Books. São Paulo. Brasil.
- Costa, Joan. 1999. *La Comunicación en acción*. Edit. Paidós. Bs. As.
- Fischer, Tania (org) 1997. *Gestão Contemporânea. Cidades estratégicas y organizações locais*. Edit. Fundação Getulio Vargas. Rio de Janeiro.
- Goldhaber, Gerald M. 1990. *Comunicación Organizacional*. Ed. Diana. México.
- Kreps, Gary. 1995. *La Comunicación en las organizaciones*. Edit. Addison-Wesley Iberoamericana. Bs. As.
- Marín, Lucas. 1997. *La Comunicación en la Empresa y en las Organizaciones*. Edit. Bosch. Barcelona.
- SIEMPRO/ UNESCO. 1999. *Gestión Integral de programas sociales, orientada a resultados*. Fondo de Cultura Económica de Argentina.

Bs.As.

Villasante, Tomás R. 1998. *Del desarrollo local a las redes para mejorar-vivir*. Edit. Lumen /Humanitas.

**UNIVERSIDAD, RADIODIFUSION Y
DESARROLLO REGIONAL. Propuestas
para una nueva ley de radiodifusión.**

Miguel Angel Tréspidi¹

UNIVERSIDAD, RADIODIFUSION Y DESARROLLO REGIONAL. Propuestas para una nueva ley de radiodifusión.

Miguel Angel Tréspidi¹

1 Docente-investigador del Departamento de Ciencias de la Comunicación. Coordinador de Comunicación Institucional de la Universidad Nacional de Río Cuarto. E-Mail: comunic@rec.unrc.edu.ar

Para la Universidad Nacional de Río Cuarto (UNRC), comprometida activamente con el desarrollo integral de su región, la radiodifusión constituye una de las herramientas comunicacionales necesarias para alcanzar el objetivo del progreso. Ante la inminencia de la redacción de un nuevo proyecto de ley de radiodifusión que el Poder Ejecutivo Nacional elevará al Congreso Nacional, la UNRC presentó al Comité Federal de Radiodifusión (COMFER) a través del Consejo Interuniversitario Nacional, una propuesta referida a aspectos sustantivos que la nueva legislación debiera contemplar y garantizar, como convergencias esenciales que faciliten generar otro tipo de desarrollo destinado a mejorar la calidad de vida y asegurar un destino más generoso para todos los argentinos.

Una aproximación contextual

Quizás resulta redundante, pero no por ello menos importante, referirse a la influencia que ejercen en la sociedad actual las nuevas tecnologías, con profunda incidencia en aspectos políticos, económicos, ideológicos y en la formas de producción que de ellos se derivan, determinando maneras de relaciones e interacciones entre los hombres y las sociedades.

Esto es así como efecto del desarrollo cultural, social y científico-técnico de las sociedades, y se manifiesta en ella en medida significativa. De las iniciales tecnologías que operaban en forma no interrelacionada, pasamos a la interrelación instantánea, la interactividad simultánea, haciendo realidad en algunos aspectos, la por entonces proyectiva idea de la aldea global planteada por Mc Luhan.

La magnitud de las transformaciones es tan amplia y profunda y se desenvuelve con un nivel de interdependencia tal, que adquiere características de complejidad propias de los cambios cualitativos y por ende escapa a todo intento de análisis basado en el modelo restringido propuesto por la tradicional mirada lineal modernista.

La revolución científica y tecnológica afecta el ámbito de las comunicaciones de una manera totalmente inédita en la historia de la humanidad.

Mc Luhan señala cuatro períodos tecnológicos sustantivos en la historia humana,

1. Analfabetismo fonético.
2. La galaxia Guttemberg
3. La galaxia Marconi
4. La galaxia electrónica

A estos períodos debe agregarse ahora:

5. La galaxia digital
6. Superautopistas y Redes Telemáticas.

Cada uno de estos períodos fue teniendo impactos particulares en el desarrollo humano, aunque los últimos sumaron y continuarán haciéndolo, elementos inéditos a los anteriores, tales como la velocidad, la amplitud, la profundidad, la intensidad y novedad de los cambios.

La disponibilidad tecnológica no tuvo, no tiene y no se prevé con certeza que en el futuro próximo tenga un justo correlato con la adecuada ocupación de los espacios geográficos y demográficos del país, ni con la formación, cultura y recursos económicos que disponen sus habitantes.

Sumado lo anteriormente expresado a los efectos de la globalización, aparecida de la mano del neoliberalismo y del desmantelamiento del estado de bienestar, introduce la perspectiva de ampliar las marginaciones y exclusiones de amplios sectores sociales del beneficio que reportan las nuevas tecnologías comunicacionales en el acceso al conocimiento y a la información.

Esto preocupa en particular en países emergentes como el nuestro, porque las condiciones económicas dificultan el acceso a las nuevas tecnologías, a lo que se suma la tradicional resistencia cultural y psicológica de la aceptación y/o adopción sin más de las innovaciones, de su dominio, de su apropiación y de su utilización.

Precisando la situación

En el tema de la radiodifusión podemos encontrar tres aspectos centrales que permiten dar un primer panorama sintético pero esclarecedor, de una problemática por demás complicada y compleja, a saber:

1. Espectro radioeléctrico.
2. Tecnología comunicacional
3. Modelo, uso y fines del sistema de radiodifusión.

En relación al punto 1, la utilización del éter para la radiodifusión plantea un límite. No es posible superar la disponibilidad existente en la naturaleza, por lo que su uso debe respetar sectores predeterminados por el espectro. Solo cabe aprovecharlo con la máxima eficacia posible. El ancho de banda del éter es reducido, si se lo compara con la casi ilimitada capacidad que hoy ofrece la fibra óptica.

En 1995 Negroponte² proponía al respecto un “cambio de lugar”: en el futuro todo lo que está en el aire, pasará por tierra y viceversa, debido a que el ancho de banda de tierra es infinito, mientras que el del éter no lo es. Sin embargo, en pocos años “ese esquema inicial comienza a reformularse, porque si bien la fibra óptica es excelente por su infinita capacidad de transmisión, cuando llega a los usuarios el alto costo que implica llevarla al interior de los hogares, origina su propio cuello de botella.”³

El espectro radioeléctrico requiere ser administrado tanto técnica como legalmente en dos aspectos: el físico y la reglamentación de uso o marco regulatorio de las frecuencias o atribuciones de bandas, atendiendo a la distancia existente entre co-responsables, la potencia disponible, de la información transmitida y de la anchura de banda (modulación), del

2 NEGROPONTE, Nicholas: Ser digital. Atlántida. Buenos Aires. 1995

3 ASAAD, Claudio. UNRC. 2000

transmisor y del receptor, del ruido artificial natural y de la propagación que comparte el medio físico.

Acerca del punto 2, Tecnología Comunicacional, su transformación queda ya esbozada en lo expuesto precedentemente. La revolución digital y la configuración de redes telemáticas y la construcción de la superautopista es de tal intensidad (cuantitativamente), que alterará todas las formas de vida actuales, de una manera tan profunda (cualitativamente) que incluso resulta difícil de comprender e imaginar en todos sus alcances. Ya no es solo una cuestión de tamaño, masividad, interactividad, velocidad, mundialización. La cuestión está en la libertad e incontrolabilidad que incorpora el ciberespacio y las redes telemáticas de extraordinaria horizontalidad, y en la preocupación que ha despertado en los gobiernos en crear formas de controlarla. En este sentido la legislación está absolutamente rezagada, en estado de debilidad, incluso desorientada e inerte de generar respuestas, porque el mundo digital es absolutamente diferente y novedoso.

Los límites y fronteras físicas con que históricamente concebimos y demarcábamos a la nación desaparecen con el ciberespacio. El contorno ahora es el planeta.

“Así el desarrollo de la radio digital – aquí no nos referimos a los sistemas de producción digital que de alguna manera ya están en casi todas las emisoras, sino en la transmisión –, supone la administración del espacio aéreo que está relacionado con la conexión de los receptores al satélite y la garantía de una señal de calidad sin pérdida en un área de cobertura nacional. Las radios en Internet es otro tema particular que merece una atención particular en la legislación, en cuanto resulta más fácil escuchar una radio japonesa por la red que intentar sintonizarla. En este caso no hay sintonía, hay conexión en el ciberespacio, el contacto es instantáneo y concreto”.⁴

4 ASAAD, Claudio. *Id Idem*.

“Del mismo modo en que han crecido los medios y se han reducido al mismo tiempo, también tendrán que hacerlo quienes manejan el mundo”⁵

5 NEGROPONTE, *Ib idem*.

Esta característica adquiere particular incidencia porque va teniendo una aceleración y una expansión tan formidable, que según Seardle, “pone en juego la capacidad y las posibilidades humanas de su absorción, percepción y respuesta frente a los mensajes y variedad de medios dispuestos para su circulación”.

El marco en el cual se centra la propuesta de la UNRC, por considerarlo esencial, está relacionado con el tercer aspecto: *modelo, usos y fines* del sistema de radiodifusión, dado que el tema es cruzado transversalmente por la libertad y el derecho de acceso a los medios de comunicación y cómo garantizar que no solo los sectores de alto poder económico, empresas privadas o el Estado puedan tener acceso a los mismos. Esto aparece como crucial en el marco de un sistema democrático, que debe garantizar esa disponibilidad, para equilibrar la participación ciudadana y el libre acceso.

Si ello no ocurriera también con las nuevas tecnologías de comunicación, no será posible imaginar que el hombre continúe la aventura de su desarrollo,

en lo material, en lo cultural y en lo social.

Fundamentalmente la comunicación tiene que estar destinada a satisfacer las necesidades de la gente. Y todo tipo de comunicación, sea cual fuere el recurso que utilice para su circulación, desde lo más precario a lo más sofisticado, nada puede ser desechado a priori. Todo puede ser útil en función de las circunstancias.

Bien sabemos que conforme sea la característica técnica del medio, ingresará en marcos de regulación o no, conforme sea el recurso que demande para su funcionamiento. Así, el espectro radioeléctrico debe ser manejado en forma racional, compatibilizada y disciplinadamente, para permitir que pueda ser usado para atender las necesidades básicas de todos los seres humanos, para funciones de prevención, de comunicación o de información, especialmente por la importancia que, en los tiempos que corren, adquiere recibir noticias e informes al instante de actividades provenientes de cualquier parte del mundo.

La legislación

Las primeras transmisiones de radio se hicieron en 1920, sólo 8 años después se intentó legislar sobre el nuevo fenómeno.

En el orden nacional, la Ley 19.798 regula las telecomunicaciones y la Ley 22.285 sancionada en 1982 por el gobierno de facto, regula la radiodifusión.

En el año 2000 continúa vigente la Ley 22.285, autoritaria en su concepción, con una visión arbitraria, discriminatoria, que inexplicablemente aún regula en una materia tan significativa en una sociedad que ha definido desde hace casi dos décadas vivir en un sistema democrático, pluralista, federalista, profundamente participativo. Esto vuelve obvio y redundante, pero valioso y pertinente remarcarlo: configura una situación muy contradictoria para nuestra época.

Cuando se elaboró, sus autores estaban condicionados por la nefasta teoría de la seguridad nacional, y por tanto hicieron una ley que en su esencia era limitativa y excluyente de amplios sectores de la comunidad.

Esta Ley se mantuvo centralizada en el Estado Nacional, sin ingerencia de los estados provinciales, ni de los ahora “estados municipales”. Esta concentración de decisiones generó entre otras muchas cosas, bolsones de espacios geográficos no cubiertos por medios de comunicación, lo cual configura por parte de la Ley 22.285 un acto lesivo del sistema federal nacional.

El modelo está pensado desde Buenos Aires, por lo que una frecuencia de baja potencia limitada en su alcance tan solo a una pequeña comunidad debe ser autorizada desde la Capital Federal, cuando el poder de policía de moralidad y buenas costumbres es de estricta responsabilidad del Municipio local. Aquí la globalización y la descentralización muestran el rostro de ineptitudes que en muchos órdenes les son propios, congénitos.

Se torna evidente que quienes asignan las frecuencias, cayeron en el error de pensar al país como un sistema plano culturalmente, sin admitir, ni atender, ni imaginar, ni fomentar un modelo de radiodifusión que atienda los singulares particularismos que tiene cada región de nuestra vasta

geografía y sus subculturas.

Algunas provincias, comenzó Neuquén y luego fue seguida por otras, sancionaron sus propias leyes de radiodifusión, intentando resolver el sistema de administración del uso del espectro radioeléctrico autorizando un sistema de radios locales, tratando de revertir las deficiencias del sistema nacional. Pero esos espacios no generaron interés privado por desarrollar estaciones de radiodifusión en condiciones de falta de rentabilidad económica.

La filosofía que subyacía en la acción señalada parece reproducir el decir de Daniel Prieto, cuando expresa que es “desde el ámbito local donde se pueden iniciar procesos de cambios sustantivos.”⁶ Lo que ocurrió es que en esa época no existía el desarrollo previo de una cultura local que demandara tal normativa y facilitara el uso de esos espacios, en especial en pequeñas poblaciones, donde la infraestructura social sufre de enormes carencias y atrasos en todo sentido.

Parte de estas deficiencias trataron de ser subsanadas por el Poder Ejecutivo Nacional (PEN) en la última década mediante decretos particulares. Así obtuvo la UNRC la autorización para operar su emisora de frecuencia modulada (FM), mientras le fue inexplicablemente denegada la autorización para el canal de televisión por aire. Por lo que, a la vez que constituyó una solución, introdujo un mecanismo perverso y poco transparente al propósito que parecía intentar salvar.

Las consecuencias culturales y subculturales

Durante muchísimos años se estuvo enviando a través de la televisión un único canal a través de una sola repetidora local o zonal, generado en Buenos Aires, desconociendo las realidades del interior de la Argentina, sin entregar a la gente los modelos que la reflejen. La TV es un medio tecnológico, pero fundamentalmente la debemos pensar como un vehículo que transporta no solo una imagen, sino también contenidos, los que por efecto sinérgico, generan pautas y modelos conductuales, con cierto poder de formación de pensamiento, de formas de ver el mundo desde una óptica que han elegido sus realizadores, por lo tanto fragmentada y de una manera determinada, que además de hacer conocer genera demandas y frustraciones si ellas no son satisfechas. Es decir, se pone a la gente frente a un espejo, en el cual se miran pero no se pueden ver.

A pesar de ello, paulatinamente surgió el embrión que dio lentamente pero con solidez, un modelo que se dio en llamar de radiodifusión libre o radiodifusión alternativa, y que con el tiempo fue tendiendo a tomar canales de televisión por cable. Con el tiempo se fueron multiplicando y continuarán haciéndolo porque la gente demanda similares servicios a los que gozan los habitantes de las grandes ciudades y porque quieren contar con propios canales de expresión.

Al respecto, Edgardo L. Carniglia⁷ señala que “nuevos y diversos medios de teledifusión han aparecido en la última década, y continúan aún surgiendo en la zona sur de la provincia de Córdoba (...). Las radioemisoras de pequeñas poblaciones que transmiten en frecuencia modulada, y los sistemas de televisión por cable con producción propia y/o reproducción de material de producción ajena, constituyen algunos ejemplos de la presencia de nuevos

6 Prieto, Daniel: “El derecho a la imaginación”. Edic. Paulinas. Buenos Aires. 1989.

7 Carniglia, Edgardo L. : “Nuevos sistemas de radio y televisión en la región de Río Cuarto”. CIFYH. Córdoba. 1991, pág. 127

medios en el panorama del fenómeno comunicacional. Hasta 1985, aproximadamente, la situación de la región en materia de recursos de teledifusión (radio y canales de T.V.), registraba carencias relativas a otras regiones argentinas”, (...) afectándola ciertas *disparidades* en la distribución de los recursos de comunicación social. Concomitante a esta carencia se registraba un escaso grado de *integración* al sistema nacional de medios de comunicación de masas, más evidente en el caso de la televisión”.

Con acierto, señala que operar televisoras es más complejo porque resultan más intensivas en tecnología y demandan por tanto un mayor volumen de inversión inicial, por lo que requiere propietarios con mayor capacidad de acumulación de capital.

En la década del 70 nuestro país era casi un gran desierto en cuanto a comunicaciones se refiere. Enormes áreas y un sinnúmero de localidades no recibían servicios de teleradiodifusión contrastando con la aparente abundancia que existía en las grandes ciudades.

Altas torres con desarrolladas antenas en los techos de las casas iban dando cuenta de la distancia que las separaba de alguna ciudad importante. Mientras más altas, más lejos nos encontrábamos de ella. Eran tiempos en los cuales la calidad de la recepción televisiva dependía de factores climáticos como el viento o la lluvia. Esto se observa en pueblos pequeños, especialmente en los más alejados de los grandes centros urbanos.

Esas emisoras operaron en mercados reducidos y en régimen de baja o nula competencia.

Las universidades, los municipios, las comunas, las cooperativas, los clubes, las iglesias, los sindicatos, las mutuales, los partidos políticos, las organizaciones del tercer sector y las asociaciones profesionales, que tenían prohibido el acceso al sistema de radiodifusión, comienzan a constituir incipientes sistemas de radiodifusión y de televisión por cable, que van de la mano de las innovaciones tecnológicas que aumentan la oferta y se vuelven cada vez más accesibles económicamente y permiten combinaciones multimediales. Ello “constituiría un caso de configuración de los nuevos medios de comunicación masiva (MCM) regionales de acuerdo con una escala social multidimensional (económica, espacial, demográfica y cultural)”.⁸

8 Carniglia, Edgardo L.: Ib idem, pág. 134

La República Argentina está inmersa en un proceso de transformación dentro de un contexto mundial de iguales características, que impone no solo la necesidad sino la urgencia de definir el futuro que queremos para el país. Dentro de los innumerables campos que implica lo precedentemente expresado, el problema de la legislación de la comunicación social a través de los Medios de Comunicación Masiva, es una de las cuestiones que debe articular una solución que aún no aparece.

Así lo demandan el auge y proliferación de los medios de comunicación masiva, la preponderancia que en la citada influencia mediática adquirió el espacio público, y en la construcción de identidades, consensos, imaginarios, conductas sociales y culturales.

Al menos, pensando desde el rol del Estado, podrían trazarse algunos interrogantes o esbozar problemáticas. Por ejemplo la falta de una política de medios, la existencia de normas desajustadas de la real situación de la comunicación social del país, de las discontinuidades y parcializaciones de

definiciones sobre el tema, de las articulaciones necesarias del Estado con la sociedad civil.

El fenómeno de los medios de baja potencia no es sólo argentino, pero parece no comprenderse por la falta de una perspectiva macro y de pensamiento estratégico. En esta línea, los servicios comunitarios de radiodifusión (radio y televisión por cable) nacieron a consecuencia de la avidez del público por contar con una mayor cantidad de opciones y dar cabida a la expresión de lo local.

Los espacios locales estuvieron abandonados por carecer de interés económico para los capitales intensivos, mientras que el Estado los confinó como espacios de exclusión en las políticas comunicacionales. Con el tiempo, por demanda y organización de sus componentes institucionales se convirtieron en espacios de resistencia de lo local frente a lo global, de lo alternativo frente a lo hegemónico, de integración solidaria frente a la competencia centrada en el interés económico.⁹

La Universidad Nacional de Río Cuarto: desarrollando futuro

La creación de la Universidad Nacional de Río Cuarto (UNRC) en 1971, constituyó un hito trascendente y un típico ejemplo de gestión comunitaria, en el que participaron hombres e instituciones de todos sectores sociales, motivados por objetivos claros, gran madurez colectiva y fines trascendentes. Con esfuerzo tenaz, lograron la más grande conquista cultural de todos los tiempos, lo que constituyó el sello distintivo de su génesis, y es el modelo que continúa brindando el marco de pertenencia y pertinencia en los que se desenvuelve.

En los 28 años que median entre aquella fecha histórica a la realidad de nuestros días, la UNRC se ha convertido en el mayor centro cultural y científico de la región, y viene ejerciendo una gran influencia para su desarrollo integral al formar recursos humanos calificados, generar conocimientos y transferirlos para dar respuesta a problemas y necesidades regionales.

Este ha sido el camino en el que la UNRC ha volcado su capacidad de innovación, generando actividades que la han convertido en un espacio de concertación de los protagonistas y hacedores de la región. Por ello la potencialidad de la UNRC está indisolublemente ligada a la comunidad de la región del centro sur de Córdoba, en base a la cual define sus dimensiones, el ritmo de su expansión, su labor investigativa y vuelca su capacidad de innovación para contribuir a su desarrollo integral, conforme los desafíos que plantea el futuro.

El posicionamiento que alcanzó por este tipo de gestión, por su impronta social y comunitaria, y por ser una institución que debe cumplir un rol referencial por su origen regional, al cual está comprometida a darle permanente sentido y contenido, es la base desde la cual la UNRC realiza las propuestas para elaborar el nuevo proyecto de ley de radiodifusión.¹⁰

*9 TRESPIDI, Miguel Angel:
Cooperativismo y desarrollo
comunicacional. 2000*

*10 TRESPIDI, Miguel Angel:
Información General de la
UNRC. Río Cuarto. 1998.*

La propuesta

La nueva ley de Radiodifusión deberá:

Descentralizar efectivamente la administración del sistema de radiodifusión, otorgando especialmente a los gobiernos de los estados municipal y provincial injerencia e intervención directa y prioritaria en la adjudicación, autorización y control de las frecuencias de baja o mediana potencia que se instalen en sus respectivas jurisdicciones, manteniendo al respecto una relación articuladora y coordinante entre los tres niveles estatales.

Articular una norma legislativa, adecuada a la realidad del nuevo milenio, en lugar de pretender que aquella se adecue a la Ley, que deje espacio para la creatividad y el protagonismo y democratice la libertad de expresión mediática.

Ser una ley para “todos” los argentinos, respetando el principio constitucional de “igualdad ante la ley.”

Vincular la Ley de Radiodifusión con la Ley de Telecomunicaciones, que permita construir con equidad la pista informática del futuro.

Considerar a la radiodifusión a escala humana, como servicio público.

Definir a los medios como parte activa de la cultura, por cuya acción se puede construir una cultura democrática, con amplia participación ciudadana, concepción federalista, cubriendo todo el territorio nacional, con interrelaciones recíprocas y equitativas.

Contribuir a la integración nacional, con libertad para la intervención de todos los sectores sociales, con pluralismo y libre ejercicio de la expresión.

Alentar el compromiso ciudadano a través de la participación y la corresponsabilidad.

Respetar el derecho a la información y a la dignidad humana en la actividad de la comunicación social a través de los medios electrónicos de comunicación masiva.

Eliminar definitivamente la imposibilidad legal que inhabilita a todas las asociaciones que no sean el Estado o la empresa privada a ser titulares de los medios.

Garantizar, promover y respetar la “competencia entre iguales”, abriendo espacio para las expresiones solidarias.

Evitar la manipulación estatal de la información y controlarla según sus intereses, sino que por el contrario, asegure el pluralismo, la alta referencialidad, el libre flujo informativo, la libertad de selección de los mensajes que los ciudadanos tienen derecho y quieren escuchar.

Promover y facilitar la cobertura de todo el espacio geográfico nacional por medios de tele-radiodifusión que transmitan mensajes nacionales, propios de nuestra realidad y cotidianeidad, sean canal de expresión de la actividad creativa de nuestros actores, directores, locutores, realizadores, productores, comunicadores. Que, en definitiva, sean voz de nuestra propia gente.

Considerar las diversidades de desarrollo económico, cultural, educativo y social de las regiones y subregiones del país.

Impulsar a que el sistema de radiodifusión sea una fuente generadora de trabajo e incentive la producción nacional, que muestre interesantes potencialidades exportadoras.

Prever, con sentido proyectivo y prospectivo, la incorporación de innovaciones tecnológicas en el sector a fin de evitar descompensaciones de uso y participación.

Por sobre todo precisamos una legislación que garantice y no obstaculice el acceso a comunicar a todos los sectores de la sociedad, muchos injustamente discriminados y excluidos por la Ley 22.285.

Bibliografía y documentación

- Asaad, Claudio. 2000. Entrevista personal. UNRC.
- Carco (Cámara Argentina de Cooperativas, Mutuales y Prestadores Comunitarios de Radiodifusión). Informes.
- Carniglia, Edgardo L. 1991. Nuevos sistemas de radio y televisión en la región de Río Cuarto, en *Documentos del CIFYH*. UNC. Córdoba.
- CIESPAL. 1993. Programación Televisiva y Radiofónica. Análisis de lo que se difunde en América Latina y El Caribe. Dpto. de Investigación. Proyecto Inventario de Medios. CIESPAL-CAF. Volumen 4. Quito.
- Comsky, Noam y Heinz Dieterich. 1997. *La sociedad global*. Contrapuntos. Buenos Aires.
- Hankard, Maurice. 1965. *La radio y la televisión en Europa*. CIESPAL. Quito.
- INDEC. 1998. *Los municipios de ADESUR – Córdoba. Estadísticas Básicas*. Buenos Aires.
- INDEC. Centro Estadístico de Servicios. Grupo de Trabajos Especiales. Buenos Aires. Ley Nacional 22.285
- Negroponte, Nicholas. 1995. *Ser digital*. Edit. Atlántida. Bs. As.
- Trépidi, Miguel Angel. Desarrollo solidario local y regional. Experiencias autogestionarias de cooperativas de servicio del norte de Río Cuarto. Proyecto de Investigación aprobado por la SECyT de la UNRC. 1994/1996
- Trépidi, Miguel Angel. 1998. *Información General de la UNRC*. UNRC. Río Cuarto.
- Trépidi, Miguel Angel. 2000. Cooperativismo y desarrollo comunicacional. Los servicios comunitarios de televisión por cable en pequeñas poblaciones argentinas. ¿Espacios de exclusión, espacios abandonados o espacios de resistencia?. Río Cuarto.

PROGRAMAS DE PARTICIPACION RADIAL.

**Un análisis cualitativo sobre la relación
interactiva entre público y conductor.**

María Eugenia Rosboch y Analía Brandolín

PROGRAMAS DE PARTICIPACION RADIAL.

Un análisis cualitativo sobre la relación interactiva entre público y conductor.

María Eugenia Rosboch¹ y Analía Brandolín²

Presentación

En esta oportunidad presentamos el análisis cualitativo que efectuamos al estudiar programas radiales de participación del auditorio de la ciudad de México en el transcurso de los años 1998 y 1999³. Abordamos el estudio de tales programas porque se tornan espacios particularmente interesantes para problematizar la relación comunicativa entre participantes y conductor dado que, al estar constituidos por la presencia “al aire” del público a través de la llamada telefónica, permiten el establecimiento de un diálogo entre ambos agentes del proceso de comunicación, ofreciendo así, la posibilidad de que la audiencia comparta con el conductor el protagonismo en la emisión y, con todo, la realización de un encuentro interactivo al interior de los programas que matiza los estudios convencionales sobre medios, al plantearse un modelo comunicacional a mitad de camino entre la comunicación masiva y la interpersonal⁴.

Para tal fin, como punto de partida realizamos una búsqueda de antecedentes bibliográficos y hemerográficos sobre el tema⁵. Encontramos que en México existe una ausencia de tradición en investigación empírica sobre la participación del auditorio en radio. Del material recopilado sólo pudimos hallar un trabajo que analiza los programas de participación radial; en él, las autoras concluyen que el medio radial utiliza a la participación como estrategia de legitimación de un discurso reproductor del orden social, excluyendo los discursos disidentes, hecho que determina, con todo, una reducción del espacio público ofertado desde las radiodifusoras⁶. Al interpretar que tal visión implica considerar al medio radial exclusivamente como un reproductor homogéneo de sentidos hegemónicos, y a su público como ente pasivo, postulamos complejizarla por su carácter simplificador, en el marco de una teoría más explicativa que nos permita abordar los programas desde una perspectiva interactiva de la comunicación (Brandolín-Rosboch, 1998). Retomamos así los estudios culturales cuyos aportes, a los fines de nuestro trabajo, resultaron determinantes para desplazar aquella visión al considerar sus conceptos claves: la “polisemia” de los mensajes y la “capacidad de interpretación” de las audiencias (Morley, 1996).

En suma, nos encontramos hasta aquí con dos modelos de comunicación ampliamente reconocidos en la tradición de investigación (Moragas, 1986; Wolf, 1987; De Fleur/Ball-Rokeach, 1989; Lozano Rendón, 1996) sobre medios de comunicación:

- Un *modelo homogéneo*: a nuestro entender el que sustenta el trabajo

1-Docente de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de La Plata. UNLP.

2- Docente del Departamento de Ciencias de la Comunicación. UNRC

3- Esta investigación fue realizada para nuestro trabajo de tesis de Maestría en Comunicación “Transformaciones al Aire. La participación radial: un protagonismo compartido”, aprobada en Noviembre de 1999 por la Universidad Iberoamericana de México, D.F.

4- Tudor nos revela la diferencia existente entre comunicación de masas y comunicación cara a cara. En la comunicación de masas no existe la posibilidad de respuesta interactiva o inmediata del receptor como en el caso de la comunicación cara a cara, es decir, el público no puede responder inmediatamente a los mensajes; además el comunicador tiene el control y la autoridad y el receptor no tiene nada. Véase Tudor, A. 1974. pp. 19-37.

5- Realizamos una búsqueda de trabajos sobre radio en México en los meses de Marzo, Abril y Mayo de 1998 periodo en que encontramos y analizamos 96 materiales sobre radio entre investigaciones y ensayos. Los datos los obtuvimos de dos trabajos de Raúl Fuentes Navarro donde el autor recopila en diferentes periodos históricos que van desde 1956 hasta 1994 la totalidad de estudios sobre comunicación existentes en México. Se trata de los trabajos *La investigación de comunicación en México: sistematización documental 1956-1986*, ITESO, Guadalajara, México,

1987 y *La investigación en comunicación en México: sistematización documental 1986-1994*, ITESO Guadalajara, México, 1996; *sistematización completada con la incorporación de tres artículos que hallamos posteriores a 1994*.

6- Véase Giglia, Angela y Rosalía Winocur. 1997. pp. 79-87. Este trabajo se desprende de dos anteriores: véase, también, Winocur, R. 1996, y Giglia, A. y R. Winocur. 1996. pp. 73-84.

que señalamos como antecedente y que se refiere a que los medios ejercen un poder absoluto sobre el receptor, crean sus concepciones y dictan y determinan la comprensión de los mensajes, siendo el receptor manipulado a actuar en consecuencia. De aquí que pueda postularse que el público, en los programas radiales de participación, viene sólo a legitimar el discurso de la emisora.

Un *modelo heterogéneo*: que podemos extraer de la perspectiva de los estudios culturales, basándonos en que ésta postula una relación interactiva entre medios y audiencia, lo que nos posibilita emprender una observación más rigurosa sobre los agentes de la comunicación que participan en los programas radiales: en primer lugar, en cuanto a considerar a los públicos como sujetos activos del proceso de comunicación en tanto interpretan activamente los mensajes; en segundo lugar, en que éstos últimos a su vez son polisémicos, es decir, que tienen múltiples posibilidades de significar y ser interpretados y, por último, sumando el hecho señalado de que la producción de mensajes en los programas radiales de participación es compartida, es decir, no es un proceso de emisión y recepción en una sola dirección dada la dimensión interactiva de la relación conductor-participante ya señalada, cuya característica principal es la de una transmisión simultánea de significados.

En consecuencia, el estudio sobre programas radiales de participación específicos que presentamos se ubica en el marco de las tendencias teóricas planteadas a partir del modelo heterogéneo, en tanto nos permiten pensar a la radio en particular, pero también a los medios en general y a sus públicos, no sólo como “productos” pasivos de su sociedad y de su cultura, sino también como constructores/productores de lo social.

Caracterización de los programas de participación

De la problematización anterior extraemos las siguientes hipótesis de trabajo que a nuestro entender caracterizan el espacio radial de participación:

1) Los programas de participación radial no pueden ser considerados un todo homogéneo ya que es posible diferenciarlos según dos modalidades de participación: indirecta y directa. La primera se da en programas donde el rol del público es secundarizado, empleándose sólo como un “recurso” y creándose, previamente, las condiciones de posibilidad de la participación; dadas por la selección de los participantes y por el espacio reducido que ocupa su presencia, en función de las motivaciones e intereses de la emisora para incluir el tipo de demanda más acorde al discurso que pretenden validar, en el sentido de lograr un mayor control y poder sobre la audiencia. Este tipo de participación “mediatizada”, se opone a la otra modalidad que hemos nombrado como *directa* y que está presente en los programas escogidos para nuestro estudio. Esa segunda clasificación la obtenemos de la idea de que el formato de la programación se *constituye* a partir de la presencia del *público como productor del mensaje radial*. Esto es, sin la presencia de los públicos el programa no se realizaría con lo que tiene, entonces, la particularidad de revalorizar, como objetivo principal, el vínculo entre participante y conductor: un vínculo interactivo.

2) En el caso de los programas de participación directa, por su propia

naturaleza interactiva, los públicos al oficiar también de productores del mensaje tienen más posibilidades de cuestionar el poder del medio radiofónico.

3) Los programas de participación pueden conformarse también legitimando el protagonismo del público, no sólo en la búsqueda de legitimación de su propia propuesta.

4) A más control de la participación, como en el caso de la participación indirecta, menos posibilidades tiene el medio de ampliar el espacio público (incluir lo disidente); ampliar el espacio público supone minimizar el control sobre la participación (participación directa).

5) En los programas de participación directa el sentido que circula a través del vínculo entre público y conductor está en continua y mutua transformación.

6) Los programas de participación pueden incluir contenidos opositivos al orden social y no exclusivamente reproductores del mismo.

Objetivo y objeto de la investigación

Del conjunto de supuestos orientadores que formulamos en el apartado anterior surgen los dos interrogantes centrales que dan cuenta de nuestro problema de investigación: En los programas radiales de participación directa, ¿Cómo los públicos emplean el espacio una vez abierta la posibilidad de establecer una relación más simétrica con los conductores, ya que se minimiza desde la producción el ejercicio del poder absoluto sobre los mensajes al ofrecerse concesiones tales como convocar a un tipo de participación que incorpora la presencia directa del público como constitutiva de ese espacio radial? ¿Cómo contribuye este tipo de relación de poder relativo entre participantes y conductores a mantener o subvertir, a reforzar o debilitar representaciones instituidas como socialmente legítimas?

Con todo, nuestro objetivo de investigación se desprende de esos interrogantes proponiéndonos, entonces, indagar la especificidad del vínculo interactivo entre participantes y conductores en cuanto a sus prácticas discursivas, al interior de los programas de participación directa, tratando de explorar cómo se instituyen las experiencias de participación de los sujetos, con su presencia “al aire” (en vivo, por teléfono), en términos de movimiento, intercambio y conflicto de significados.

Para llevar a cabo dicha propuesta hemos escogido dos programas de la radio metropolitana de México: “Kelly, Lamoglia y la Familia” conducido por el Dr. Ernesto Lamoglia y la Lic. Patricia Kelly, emitido por Radio Vida 1500 de lunes a viernes de 9:30 a 12:00 hs; y, “El Potencial Humano” conducido por el Lic. Leonardo Stemberg, transmitido por Radio Trece de lunes a viernes de 22:00 a 24:00 hs. Ambos pertenecen a radiodifusoras comerciales y los seleccionamos ya que reúnen, a nuestro entender, dos características fundamentales que los asemejan:

- Por ser de participación directa, característica que nos permite discutir la idea de concebir a los públicos participantes como exclusivamente legitimadores del discurso radial ya que este tipo de programas, como remarcamos, al caracterizarse por ofrecer la posibilidad de un ejercicio relativo de poder entre emisor y receptor, se opone a los de producción

7- Para profundizar sobre los mecanismos de cohesión social que están en el origen del surgimiento de las sociedades modernas (ideología igualitaria, anonimato, amnesia colectiva, homogeneización de la cultura, etc.), véase, Gellner, E. **Cultura, identidad y política**, Gedisa, Barcelona, 1993. pp. 17-39.

mediatizada.

- Porque sus convocatorias se orientan a una temática fundamentada en “valores cohesionadores”⁷ vinculados a una institución consolidada en la sociedad como es la familia al tratarse de programas de consultorio moderno, como veremos más adelante. Consideramos esa dimensión porque tratándose, precisamente, de “valores fundantes” que apuntan a la continuidad y sobrevivencia de los miembros de una colectividad puede resultar más dudoso que se presenten contenidos oposicionales a un orden dominante, como así lo planteamos desde una de las hipótesis.

Por otro lado, nos interesamos también por la necesidad de establecer las diferencias por comparación de los programas en lo referente a: a) el formato de participación que si bien, en ambos casos, es directo, en el programa “Kelly, Lamoglia y la Familia” los participantes son previamente seleccionados (mayor control de la participación) y en “El Potencial Humano” no (menor control de la participación); b) que estuvieran en franjas horarias distintas lo que posibilita el acceso a públicos diferenciados; c) los estilos y lenguajes distintivos que emplean los conductores en el tratamiento de los contenidos y d) su pertenencia a grupos empresariales y emisoras comerciales distintas.

Definición de los conceptos claves empleados en el análisis de los programas

Para el análisis de la interacción público-conductor utilizamos una perspectiva *hermenéutica*. En tanto esa perspectiva se ocupa del estudio de los significados, nos ayuda a comprender cómo interpretan sus “mundos” los actores sociales de la comunicación situados en una práctica interactiva dada en los programas de participación, y cómo interpretamos nosotras sus actos de simbolización, exteriorizados gracias al lenguaje.

En consecuencia, y desde esa perspectiva, hemos extraído de diferentes teorizaciones un conjunto de conceptos claves (Ver Cuadro 1) que aplicamos al análisis de los programas que presentamos en apartados siguientes, los cuales representan un esfuerzo de articulación que surge de la reflexión y puesta en discusión de distintos pensadores, quienes, a nuestro entender, tienen en común la preocupación por desentrañar y captar el proceso de reproducción y transformación de la estructura social a partir del reconocimiento de la interacción social; es decir, teóricos que se preocupan por la relación entre estructura y práctica cultural. A los fines de este trabajo, y por razones de espacio, presentamos aquí sólo de forma sintética las definiciones de esos conceptos, a modo de guía para que al lector le sea accesible más rápidamente el posterior análisis de los programas.

Carácter doble de la estructura: Del resultado del debate sobre el concepto de estructura concluimos que si bien la sociedad es una estructura poderosamente constrictiva, esto es, que la acción por sí misma tiene estructura y opera en función de ella, es necesario reconocer el papel central del comportamiento humano (práctica o acción) como productor (transformador) de esa estructura, dado que ésta última contiene el germen de su propia contradicción. Por ejemplo, con base en esa contradicción podemos examinar lo que Giddens (1993) ha señalado sobre el aspecto

doble que despliega la estructura social: es constituida por la práctica y, a la vez, es el medio mismo de esa constitución. Este aspecto doble refiere a un proceso contradictorio de producción y reproducción (esto es, estructuración social) de esquemas interpretativos constitutivos del orden social. Por tanto, para entender la conformación del orden social es necesario, nos indica el autor, comprender no sólo el proceso de reproducción de sus estructuras de significados, sino, al mismo tiempo, el germen del cambio, esto es, toda reproducción es, necesariamente, una producción.

Proceso de codificación/decodificación: Numerosos estudios que analizan la contradicción presente en la estructura a la que hacíamos referencia destacan el proceso de codificación/decodificación de significados como su posibilitador, dado las múltiples interpretaciones que los actores sociales realizan sobre las manifestaciones sociales y culturales a partir del mismo. Por ejemplo Morley (1996) al tratar el mismo proceso nos remite al papel activo que los sujetos desempeñan al movilizar significados en términos de su producción y reproducción, dada la existencia de tres códigos de interpretación: el *dominante*, el sujeto acepta plenamente los valores preferenciales inscriptos en el mensaje; el *negociado*, el sujeto se apropia tanto de rasgos dominantes como oposicionales; y el de *oposición*, el sujeto rechaza el sentido dominante del texto a partir de una nueva interpretación que opera en oposición.

Valores en juego: Los actores sociales, al manipular el sentido de varias maneras a partir de los tres códigos de interpretación movilizan diferentes valores culturales: hegemónicos (dominantes), alternativos (oposicionales) y una combinación de ambos a partir del carácter del código negociado que nos plantea Morley. Al mismo tiempo pueden resistir de manera absoluta a los estereotipos dominantes oponiendo una interpretación no sólo alternativa, sino también contrahegemónica si dirigimos nuestra atención a los postulados de Raymond Williams (1980) autor que plantea una visión marxista de la cultura-estructura. Así, a la propuesta de Morley, agregamos esa otra categoría de valores replanteándonos el “código oposicional” ahora entendido no sólo bajo la categoría de lo alternativo al orden dominante, sino también como de rechazo absoluto del dominio de lo hegemónico.

Motivos de la práctica: Establecemos la existencia de tres motivos que orientan la práctica significativa de individuos y grupos en interacción social en tanto se sitúen como reproductores o productores del orden social. Los categorizamos como: *motivo obligado* que supone valores hegemónicos que orientan a los sujetos hacia un exclusivo accionar para la reproducción del orden social asegurando, de ese modo, su permanencia; *motivo reflexivo*, que lo fundamentamos en términos de los valores oposicionales alternativos y el *motivo impugnador* cuya realización se da a partir de valores oposicionales contra-hegemónicos. Estos últimos dos motivos representan movimientos de significación en su capacidad transformadora, es decir, productora de contradicción en la estructura, como señalamos al definir el carácter doble de la estructura. De esa manera, los hemos entendido como cuestionadores, en diferente grado, de los ordenes dominantes que permean la estructura social.

Niveles de conciencia: A los motivos de la práctica que conducen la movilización de significados los entendemos determinados por dos niveles

de conciencia: “abstracto” y “situado” si empleamos las categorías de Morley (1996:). El primero se refiere a valoraciones morales, naturalizadas e inconscientes que circulan como significados hegemónicos que controlan la definición del mundo para los actores, les permiten actuar a la vez que los limitan; mientras que las valoraciones que contradicen ese orden instituido están contenidas en el nivel de conciencia *situado*, a partir del cual el sujeto tiende a advertir la contradicción al enfrentar los valores hegemónicos con su práctica de la cual resultan otras valoraciones según sean sus motivaciones impugnadoras o reflexivas.

Interacción y poder: Para caracterizar tipos estructurales de interacción en el marco de las cuales puede desarrollarse los intercambios de significados retomamos el planteo de Watzlawick (1986: 68-70) quien establece dos tipos de relaciones posibles: *simétrica* (basada en la igualdad de rol y status entre los comunicantes) y *complementaria* (basada en la diferencia de rol y status entre los comunicantes). En ese marco, la interacción es un intercambio de prácticas significantes entre actores relacionados complementaria (dominación-subordinación) y simétricamente (solidaridad, reciprocidad) que produce y reproduce la estructura de la sociedad. Con todo, supone un movimiento de oposición, aceptación y negociación de representaciones culturales entre actores sociales posicionados desigualmente quienes pugnan por imponer y defender sus propias visiones del mundo. Con todo, considerar a la movilización de significados por grupos e individuos en interacciones simétricas y complementarias nos conduce a definirla como un movimiento que resulta del poder y es generador de poder. Con Elias (1995: 91) consideramos al poder como *sustancia móvil*, fluctuante, esto es, como el aspecto dinámico del proceso de interacción social. Por tanto, los sujetos sociales luchan por el poder de reproducir las representaciones hegemónicas, así como, en tanto parte del mismo proceso, por la producción de “nuevos” significados que entran en conflicto o contradicción con lo simbólico establecido, posibilitándose así, la construcción y reconstrucción del orden sociocultural.

Finalmente, mediante este breve recorrido a manera de video clip teóricos, obtenemos una visión de la acción o práctica social considerada en términos de reproducción y de cambios de la estructura social, en un marco complementario: cómo la práctica reproduce la estructura y cómo la estructura puede ser cambiada por la práctica. Supone, nuestra propuesta, acercarnos a una teoría unificada de la práctica que intenta poder dar cuenta de las dos cuestiones, estructura/práctica de significados presente en los programas de participación, en un enfoque relacional (Ortner, 1993).

Cuadro N° 1: Vínculos entre los principales conceptos

Lo permanente. La estructura de los programas

A los programas de la radio metropolitana de México seleccionados para el análisis, “Kelly, Lamoglia y la Familia” y “El Potencial Humano”, los contextualizamos en una categoría que comparten, el consultorio moderno, ya que de ella se deducen los elementos de sus estructuras, que primeramente describimos para luego pasar a considerar el condicionamiento que las mismas ejercen en la interpretación del proceso interactivo dado al interior de dichos programas.

A nuestro entender, ambos programas pertenecen al ámbito del “consultorio moderno”, esto es, especie de consultorio profesional cuyo antecedente inmediato refiere al “consultorio sentimental” (sus inicios pueden ubicarse en las décadas del ‘30 y ‘40 época de oro de la radiodifusión)⁸. Siguiendo a la autora Pinilla García (1992) y complementando su aporte con otras variables extraídas de nuestro análisis, el Cuadro N° 2 muestra los distintos elementos estructurales a través de los cuales el consultorio sentimental, respecto del consultorio moderno, se comparan.

Si dirigimos a continuación nuestra mirada a la descripción de la estructura de los programas teniendo en cuenta al consultorio moderno, observamos siete elementos constitutivos (Ver Cuadro 2), de los cuales obviaremos el primer aspecto sobre la participación directa por haber sido ya discutido al inicio de este trabajo. Siguiendo con los restantes seis decimos que:

-Existe una preponderancia en el *protagonismo* que adquieren los conductores en ambos programas, aunque en “Kelly...” es mayor pues los conductores interrogan y diagnostican limitando al participante a responder y escuchar; mientras que en “El Potencial Humano” Leonardo Stemberg, a partir de su estrategia discursiva, orienta al participante a reflexionar sobre sus problemas.

Cuadro N° 2: Elementos estructurales del Consultorio Sentimental y Consultorio Moderno

*8 Para una información más completa de lo que supuso el consultorio sentimental remitimos al trabajo de Helena Pinilla García, en el cual, ya nos advierte la autora, se plantea lo poco estudiado que ha sido este tema. Véase, de la autora, El consultorio sentimental: ese viejo desconocido, en *Diálogos de la comunicación* N° 34, Felafacs, Perú, Setiembre de 1992, pp. 58-66.*

-Los conductores poseen un *status* superior en cuanto al “saber” en relación a los participantes, pues se presentan todos ellos como “expertos”, esto es, Patricia Kelly y Ernesto Lamoglia se destacan como profesionales de la salud mental y Leonardo Stemberg como especialista en relaciones humanas.

- La *temática* es ofertada por los conductores en cuanto Patricia Kelly y Ernesto Lamoglia introducen la técnica de “análisis terapéutico” para personas que “padecen ausencia de salud mental”, mientras que Leonardo Stemberg propone su técnica de “contranálisis”, para aquellos individuos que desean “tomar conciencia” sobre sus problemas.

- Se establecen *roles* diferenciales pues en el programa “Kelly...”, sus emisores se instauran como médicos/consejeros siendo los participantes pacientes/aconsejados; en tanto Leonardo Stemberg se posiciona como orientador y los participantes como quienes buscan un guía.

- En cuanto al *tipo de vínculos* entre conductores y participantes, por un lado, se propicia una relación complementaria de poder en “Kelly...” que reproduce las condiciones estructurales descritas sobre la base del modelo prescriptivo “médico-paciente”; por el contrario, en el caso de “El Potencial Humano”, se presenta un principio de simetría que pauta una relación entre pares, graficado en el vínculo “amistoso” aún cuando, por las demás características destacadas, este programa es también estructuralmente complementario.

- El conjunto de los factores enunciados convoca a un *tipo de público* que “encaja” así en la relación complementaria dada en la estructura, al considerarse, en complicidad e identificación, como posibles personas que necesitan un diagnóstico para sus problemas, en un caso, y como personas que necesitan una orientación ante los problemas, en el otro.

A partir de esta descripción podemos interpretar que, en los espacios mediáticos analizados, se instaura una relación estructural de poder de tipo asimétrica o complementaria (basada en la diferencia y en la desigualdad) entre conductores y participantes; aún cuando en “El Potencial Humano” la excepción la constituya el tipo de vínculo simétrico (“amistoso”) que se establece entre las partes.

Lo transformador. La práctica interactiva

a. El público como “productor del mensaje”

Es así que, sobre la base de los factores permanentes constitutivos de la estructura de los programas descriptos, tiene lugar la circulación de significados entre público y conductores. Ello supone un intercambio de

significados entre actores que pugnan por defender sus propias visiones del mundo (en tanto elementos centrales de la conformación de sus identidades) en una necesidad de lograr que sean reconocidas. Por tanto, recuperamos aquí la afirmación de que el movimiento de la interacción debe entenderse como un encuentro signado por el intento de ejercer control sobre signos y significados en la búsqueda de obtener poder de influencia sobre el “otro” de la comunicación para que se reconozcan esas respectivas concepciones del mundo.

La dinámica interactiva así pautada, en consecuencia, la inicia el público al llamar por teléfono a los programas y con la presentación de una problemática que adquiere, a nuestro entender, la forma de un *conflicto* caracterizado por el contraste entre el sistema clasificatorio valorativo socialmente legitimado que regula prácticas cotidianas del participante y la necesidad de modificarlo por su deseo de llevar adelante una práctica cultural que lo contradice.

Tales interpretaciones nos permiten afirmar que el conflicto introducido de esa manera supone siempre la instauración de la propia contradicción de la estructura social (representada por su sistema instituido de valores hegemónicos y lo que se le opone), más allá que ello signifique, para los participantes, tomar o no una ulterior decisión sobre la modificación de su práctica cotidiana. Este proceso, a nuestro entender, se produce porque los participantes tienen incorporados elementos compartidos de su propia cultura que los condicionan en sus posibilidades de acción. En otros términos, nos estamos refiriendo a uno de los motivos de la práctica que hemos denominado lo “obligado” que entra en contradicción con los restantes motivos “reflexivo” e impugnador” que orientan al sujeto a accionar en dirección distinta (oposicional) a lo culturalmente legitimado.

Dado que la existencia del conflicto supone en las personas que llaman a los programas un debatirse entre dos niveles de conciencia “abstracto” y “situado” sin poder tomar una ulterior resolución, nos aventuramos a afirmar que esa indecisión nos indica que el participante se ve incapacitado, por lo menos circunstancialmente, para ejercer control sobre su práctica (motivación reflexiva) o de poder romper con los valores hegemónicos que la gobiernan (motivación impugnadora). El encuentro comunicacional propuesto en este sentido por el público, permite a los conductores generar estrategias discursivas diferenciales tendientes al tratamiento y resolución de dichas contradicciones instauradas por los participantes, en procura de lograr efectivizar su propuesta.

b. Las estrategias de los conductores

Un camino para indagar las posibilidades de transformación simbólica que propician los públicos al instaurar el conflicto en el espacio mediático, lo abren los conductores al valerse de estrategias diferenciadas encaminadas a solucionarlos. Un punto central, a nuestro entender, consiste en comprender que esa contradicción entre significaciones ideológicas, que le provoca un estado de crisis al participante dado que no puede visualizar el camino que abre para resolverla, está cargada de valorizaciones tanto negativas como positivas: lo “positivo” se encuentra en el nivel de conciencia “abstracto” pues éste consagra el carácter moral de la sociedad juzgado como bueno;

en contrapartida, el “nivel situado” es visto como “negativo” en sus valoraciones porque emerge en su calidad de cuestionador de la supuestas bondades contenidas en las representaciones que conforman el primer nivel. La importancia crucial de semejante distinción está en que el participante se debate en esos dos planos en un intento por decidir que carga valorativa asignarles, pues esa decisión tendrá la significativa importancia de hacerle saber lo que se constituye como “bueno” para su vida.

Para comprender la estrategia que utilizan los conductores nos valdremos de unos ejemplos tomados de ambos programas. El caso de Claudia quien llama al programa “Kelly ...”, nos muestra la culpa que siente la participante tanto por iniciar el divorcio con su marido como por haber mantenido relaciones sexuales con él previas al matrimonio, ya que considera ambos hechos en términos negativos por constituir, para ella, una “falta de respeto” hacia su familia. Esa valorización negativa de la participante la remite, en contrapartida, a valorizar positivamente el “nivel abstracto” de “respeto a la familia”; principio hegemónico promovido por la institución familiar y religiosa que deplora el divorcio tanto como las relaciones sexuales prematrimoniales por atentar contra su constitución y sobrevivencia. Pero la cosmovisión defendida por Claudia, erigida en obligaciones morales institucionalizadas, entra en conflicto y contradicción, al chocar con sus deseos motivadores de terminar con una relación matrimonial que no le otorga satisfacción; representación ésta última, ubicada en el “nivel situado”, en clara disrupción con lo cultural incorporado.

Kelly: Bueno Doctor, vamos ahora con Claudia, una mujer que tiene 31 años y dice que hace tres se casó, y se separó hace tres meses por incompatibilidad sexual, “lo que me obligó a ser infiel. Me siento rechazada como mujer, en tres años de matrimonio tuvimos cuatro contactos sexuales, siete años de noviazgo, dos años sin relaciones sexuales, año y medio con relaciones esporádicas y tres años y medio sin relaciones”. Siente presiones familiares por su trámite de divorcio. Hola Claudia, ¿cómo estás? A ver, ¿cómo está este asunto? Te casaste hace tres años y medio y ¿cómo era este esposo durante el noviazgo?

Claudia: Era muy cariñoso...

Kelly: 7 años duraron... y en esos años no tuvieron relaciones...

Claudia: Año y medio antes, tres años antes de casarnos empezamos con el proyecto de la casa y entonces él no quería que tuviera un embarazo en ese tiempo, que quería respetarme...

Kelly: Para no producir embarazos hay métodos anticonceptivos...

Claudia: Sí, pero nunca quiso...

Kelly: ...y el respeto no se pierde por amar a una mujer, abrazarla, quererla con su autorización, eso no es falta de respeto...

Lamoglia: Es más, yo quisiera preguntarle a Ud., y para que el público escuchara su opinión también, ¿no será una mayor falta de respeto estar enamorado de una mujer atractiva, deseable, y no darle amor, no mostrarle el deseo, no decirle la urgente necesidad que a veces se tiene de acariciar, de tocar, de besar, de compartir las experiencias con la mujer que se ama?, ¿no es más falta de respeto dejarla sin amor?

Kelly: ¿Tú que dirías Claudia, qué nos respondes?

Claudia: Realmente fue muy difícil aceptar todas esas situaciones,

pero pasado el tiempo lo fui aceptando, poco a poco...

Kelly: ¿Te sentías culpable por tener relaciones antes de casarte?

Claudia: Sí, un poco, mi familia no estaba muy de acuerdo con esa situación, es la educación que nos dieron ¿no?

Kelly: ¿Y en el caso de él? ¿Él también se sentía culpable?

Claudia: Porque también fue una educación similar...

Kelly: Es una educación muy rigurosa en el terreno religioso...

Claudia: Sí, somos católicos...

Kelly: Ajá. Se habla muchísimo de pecado, de castigo divino, de traición a la familia...

Claudia: Ajá.

Kelly: ¿Todo eso junto, o nada más uno?

Claudia: Más bien, el respeto hacia la familia...

Kelly: Muy bien, entonces, ¿qué te decían en tu casa?

Claudia: Y... que debería esperar hasta casarme y ya poder...

Kelly: Oye Claudia, pero fíjate, antes de casarte estuviste con él 7 años ¿no te diste cuenta? O sea, si tú me dices que desde antes no le interesaba tu vida, que no tenían relaciones sexuales, te aguantas 7 años, ¿qué esperabas si te casabas?

Claudia: Él tenía atenciones conmigo, se preocupaba, iba a la oficina, todo esto, ¿no? Sí tenía detalles antes de casarnos. Cuando nos casamos, él decide aparentemente cambiar su vida...

Kelly: ¿En qué la cambió?

Claudia: Él cambió todo el sentido de dejar amistades, de dejar reuniones, de dejar de ir al cine, completamente todo. Él quería que nos encerráramos en cuatro paredes.

Kelly: Doctor, ¿quería hacer una pregunta?

Lamoglia: Claudia, ¿una de las cosas o de las circunstancias que determinó que Ud. siguiera con él y se sintiera obligada a casarse fue el hecho de que hubieran tenido relaciones sexuales prematrimoniales?

Claudia: No Doctor, básicamente fueron los planes, los planes de construir un hogar, de tener una familia, lo que nos habían enseñado ¿no?

Lamoglia: A ver, le quiero hacer una pregunta porque sí me interesa mucho que los radioescuchas y nosotros entendamos esto. Generalmente en cualquier actividad humana se hacen planes (...) Entonces yo quisiera preguntarle, ¿realmente Ud. creyó en los planes que hacían y Ud. se casó por eso?

Claudia: Bueno, de hecho los construimos, fueron los planes que se fueron construyendo poco a poco y en parte sí fue presión de mi familia...

Kelly: ¿Presión en qué sentido, Claudia?

Claudia: Bueno, en que ya teníamos tres años con el proyecto de la casa, de haberla amueblado y todo y de decir que pasa ¿no? Se casan, no vemos cuando se vayan a casar, insistían ¿no? en el matrimonio.

Kelly: O sea que compraron un departamento y luego lo amueblaron ¿y no se iban a vivir ahí?

Claudia: No hasta que no nos casáramos...

Kelly: ¿Cuánto tiempo pasó desde que compraste el departamento hasta que te casaste?

Claudia: Dos años y medio.

Kelly: Dos años y medio, muy bien. Claudia, la pregunta para el

Dr., por favor...

Claudia: Realmente ahora me siento tan desconcertada, porque mi familia no acepta la situación del divorcio.

Kelly: Oye ¿por qué pesa tanto tu familia en tu caso? Porque mira, la que se casó fuiste tú, la que no tiene relaciones sexuales eres tú, la que no eres atendida eres tú, tu papá no te va a resolver la vida sexual, tu mamá no te va a resolver el afecto que tú como mujer necesitas, eres hija de ellos, eres hermana, pero tu relación de pareja no te la puede dar tu familia, ¿por qué les permites que decidan?

Claudia: No es tanto permitirles que decidan, más bien como siempre he sido el ejemplo a seguir de toda la familia, soy la mayor, de toda la familia...

Kelly: Pues sí, pero tienes derecho a ser feliz, pero tienes derecho a tener una vida de pareja en óptimas condiciones porque entonces vas a ser ejemplo de otras cosas...

Lamoglia: Sí, exactamente, es lo que yo le quiero decir. Ud. está siendo ejemplo de una miseria matrimonial, de una mezquindad emocional y sexual y seguramente así como su actual novio se percató que Ud. era una mujer abandonada por el desinterés y el desamor de su marido, pues obviamente en su familia todo el mundo lo ha de saber, está Ud. dando ejemplo ¿de qué?

Kelly: De lo que no se debe hacer.

Lamoglia: Se imagina que palabras podríamos usar, si se pudiera, en radio... Y ese es el único ejemplo que está dando, en cambio el asumir la responsabilidad de su propia vida, el asumir su independencia, eso sí puede ser un buen ejemplo.

Kelly: ¿Tú no crees que tu familia sé de cuenta que estás fingiendo?

Claudia: Nooo, un matrimonio fingido, un matrimonio que ante mi familia estaba muy bien, ante la familia de él también llegábamos muy bien...

Kelly: Por eso digo, ¿no crees que se te note?

Claudia: Sí, sí, sí...

Kelly: Entonces, ¿ejemplo de qué? Vamos a colgar y escuchamos al Doctor regresando ¿sí?

Claudia: Claro que sí.

Kelly: Te lo agradezco muchísimo, muy gentil. (*Kelly, Lamoglia y la Familia, Radio Vida 1500, 19 de Enero de 1998*).

Como se advierte en este ejemplo, Patricia Kelly y Ernesto Lamoglia impugnan el valor de “respeto a la familia” que defiende la participante anteponiendo valores contrahegemónicos como el “amor” (asegurándose de borrar sus áreas de significación hegemónicas contenidas en la visión contractual) y el “libre ejercicio de la sexualidad”; concepciones que discuten a la institución familiar y religiosa: el matrimonio, nos dicen, se basa en el amor entre los cónyuges, más que en una obligación contractual de respeto a la familia; con todo, estando de por medio el amor, la prohibición a mantener relaciones sexuales fuera del matrimonio, tanto como la de disolver éste último, queda derogada.

La estrategia, entonces, que siguen los conductores, aprovechando las fracturas y interrupciones entre los planos de conciencia expresados por Claudia, consiste en poner en circulación significaciones contrahegemónicas que chocan con las legitimadas por la participante, situación que nos permite

visualizar cómo es que en toda interacción, la movilidad de los significados produce y reproduce la estructura social.

Ante esta defensa que efectúan los conductores del “nivel situado” (divorcio y relaciones sexuales pre-matrimoniales), Claudia no interpreta positivamente el desplazamiento de significados operado por ellos, ahora al hecho de que no puede divorciarse se le suma el “descubrimiento” negativo de mantener un matrimonio contractual sin amor, así, como respuesta a esa interpelación, recupera el valor de “respeto a la familia”, acción que provoca, nuevamente, la impugnación de los conductores. Es preciso subrayar que la actitud de Kelly y Lamoglia de orientar sistemáticamente a que la participante encuentre puntos de ruptura en las representaciones hegemónicas que ella evalúa como positivas, la inducen a elaborar diversas argumentaciones direccionadas, cada vez más, a defender y reforzar su visión del mundo, rechazando la propuesta por los conductores.

Si bien, el rechazo de la participante provoca que los conductores no puedan aproximarse a una resolución del conflicto, ellos, en un intento de revalorización positiva del “nivel situado” producen una transformación significativa en las representaciones hegemónicas, aún cuando esto no produzca el efecto buscado en la participante, quien, con su rechazo se posiciona como reproductora del “nivel abstracto” o de su cosmovisión institucionalmente incorporada. Decisión que implica, en consecuencia, la disolución de su conflicto.

Por tanto, en el intercambio simbólico entre los interactuantes, encontramos que la participante refuerza representaciones hegemónicas, mientras que los conductores intentan imponer valoraciones contrahegemónicas. El movimiento de la práctica significativa, en consecuencia, al promover un enfrentamiento de las mutuas visiones del mundo produce una ruptura del espacio de identificación caracterizado por el vínculo de tipo complementario descripto; ruptura que es propiciada por el intercambio simbólico al reemplazar el orden complementario estructural por el establecimiento de un tipo de vínculo relacional simétrico (rechazo que se responde con el rechazo) donde los interactuantes se ven posicionados, por igual, en la mutua resistencia a las visiones del mundo expresadas por el “otro”.

Nuestras interpretaciones revelan que en la interacción entre público y conductores en “Kelly, Lamoglia y la Familia” no se reproduce sólo la estructura vertical señalada, sino que se produce, contradictoriamente, en el intercambio de significados, una relación simétrica que cuestiona la capacidad coercitiva que pudiera ejercer la primera. Si bien los conductores intentan aplicar un restrictivo control sobre la participación, este no garantiza que logren la legitimación de su discurso. Este nulo ejercicio del poder está presente también en Claudia quien, por su parte, no puede convencer a los conductores de la pertinencia de sus justificaciones. Como conclusión, los interactuantes salen indemnes de la contienda iniciada en el espacio radial.

Ahora bien, por otra parte, veamos lo que sucede en el otro programa. En “El Potencial Humano”, desde una óptica opuesta, Leonardo Stemberg, a partir de su propuesta de “entrenamiento mental”, intenta producir en la participante una comprensión cognoscitiva que la motive a una “toma de conciencia” sobre sus representaciones inconscientes y naturalizadas, es

decir, sobre los valores hegemónicos que defienden. Interpretamos, entonces, que Stenberg pretende inducir al participante a que ejerza un control reflexivo sobre sus propias representaciones, esto es, lo motiva a “tomar conciencia” del carácter naturalizado de las representaciones culturales proponiéndole “nuevos” significados, advirtiéndole, con todo, que no se está siempre “obligado” a actuar desde ordenes sociales instituidos.

Mariana: Este... bueno, el domingo yo voy, vino mi novio hoy, a pedirle permiso a mamá para ver si podíamos ir a una fiesta el domingo, es en un pueblo de Tehuantepec, y, este... mi mamá le dijo que no porque los, este... prejuicios que una señorita no podía ir tan lejos que no se que...

Stenberg: ¿Cuántos años tienes?

Mariana: 17.

Stenberg: Ajá.

Mariana: Pero va toda, toda absolutamente su familia.

Stenberg: Ajá.

Mariana: Entonces mi mamá me dijo, “no es que tú no puedas ir”, que los prejuicios, “eres una señorita, además no tienes criterio”, o sea, a mí me dio mucho coraje y eso.

Stenberg: ¿Y?

Mariana: Entonces este... es que ¡ay! No sé... pienso que mi mamá esta muy...

Stenberg: Claro, tú tienes que entender que hay una cosa fundamental y es muy difícil de entenderlo cuando tenemos 17 años, nuestros padres no son malos, nuestros padres nos quieren sobreproteger y tienen miedo de que nos pase algo. ¿Vamos bien?

Mariana: Ajá.

Stenberg: Y no se dan cuenta que por sobreproteger te hacen cada vez más menasa; en lugar de darte la opción de que te cuides te sobreprotegen, pero no lo hace con maldad tu madre, lo hace porque tiene miedo.

Mariana: Yo no sé si se lo...

Stenberg: Lo más importante de todo es que quizás hoy te duele esto. ¿Vamos bien?

Mariana: Ajá.

Stenberg: Pero tú si no usas esto para aprender, a tu hija cuando seas grande le vas a hacer lo mismo.

Mariana: Ajá.

Stenberg: ¿No sé si entiendes?

Mariana: Sí, sí.

Stenberg: Si tú esto lo tomas con humor y te das cuenta, bueno, mamá tiene miedo y lo tomas así, nada más que eso, sin culpar a tu madre, tu madre vas a ver, bueno, que la próxima vez te va a dejar. Pero lo importante es que tu mente no se sugestione mucho con esto.

Mariana: No, sí, sí.

Stenberg: Te explico porqué. Porque tu mente va a usar esto durante mucho tiempo y después cuando tú seas mamá vas a hacer lo mismo...

Mariana: Ajá. No, sí pero yo también te he oído que tú dices que luchemos por lo que queremos o por...

Stenberg: Sí, perfecto, tú sigue luchando por lo que quieres, tú

pregúntale a tu madre simplemente si ella cuando tenía 17 años le hubiera gustado que la madre le diga eso. Nada más que eso, quizá te entiende y sino, bueno, es un rollo de tu madre, no te queda más remedio, tienes 17 años y tienes que entender que ella lo que está buscando es protegerte nada más. Pero si insistes con afecto, en lugar de ponerte mal, es muy probable que lo ganes ¿eh?

Mariana: Ah...

Stemberg: Pero con afecto, si te alteras, si discutes, yo creo que es donde vas a perder con mayor facilidad.

Mariana: ¡Ah! Ya.

Stemberg: Te mando un besito grandote.

Mariana: Bueno, gracias... (*El Potencial Humano, Radio Trece, 23 de Enero de 1998*).

Como vemos en el ejemplo, la estrategia que despliega el conductor de “El Potencial Humano” es la de proponer, sistemáticamente, valores “alternativos” al orden dominante, negocia las representaciones hegemónicas presentadas por los participantes incorporando, “selectivamente”, parte de sus significaciones y sustituyendo o borrando otras.

Mariana se comunica al programa porque se debate entre sus deseos de pasar un fin de semana con su novio (nivel situado) y obedecer a su madre, quien le prohíbe ese acto; normativa, esta última, que hemos establecido en el terreno de los valores hegemónicos (nivel abstracto) por ser una prescripción que resulta de la institución familiar dirigida a mantener y preservar las relaciones jerárquicas entre padres e hijos.

El conductor, entonces, enfrenta el conflicto presentado por Mariana, impulsándola a reflexionar sobre los motivos que conducen a su madre a prohibirle que ella realice el viaje. Así, al motivo “obligado” que, para Mariana, dirige la acción de su madre, Stemberg lo despoja, a través de una actitud negociadora, de posibles valorizaciones tanto negativas, advirtiéndole que la madre no actúa por maldad, como positivas, asegurándole que, la mamá, guiada por una actitud sobreprotectora, no se da cuenta que la está dañando.

Una vez que redefine los motivos que impulsan la acción de la madre de Mariana, el conductor crea lazos de identificación entre ambas al sugerirle que, de no comprender su hacer, reproducirá las acciones, que crítica en su madre, cuando se encuentre en una situación similar.

Al proponer ese ejercicio de control reflexivo sobre la práctica, el conductor desmoviliza (o desnaturaliza) el orden hegemónico que impone el “obedecer” por “obligación”; al reemplazar la noción de obediencia por el valor alternativo “comprender a la madre”. La participante, por su parte, reacciona rechazando la resignificación propuesta en defensa del “nivel situado” expropiando así un valor esgrimido por el conductor, en anteriores programas, que dota con fuerza impugnadora: le recuerda que él le advirtió alguna vez que “luchemos por lo que queremos”.

Mariana expropia entonces esa concepción del conductor para justificar la práctica de desobedecer a su madre, imprimiéndole un sentido impugnador que al contrastar, en su circulación, con el valor negociador propuesto por Stemberg, entra en contradicción con éste último. En ese acto impugnador la participante resitúa y defiende su cosmovisión contrahegemónica

contenida en el “nivel situado”, pues la “desobediencia a la madre” supone ahora “pelear por lo que queremos”.

Ante el replanteamiento del conflicto así instaurado por Mariana, Leonardo Stenberg reconoce como propio el valor expropiado por la participante, pero adjudicándole otros móviles de acción: para él “luchar por lo que queremos” no significa desobedecer a la madre como lo ha resignificado la participante, sino que lo redefine a partir del valor alternativo “obedecer comprendiendo”.

El movimiento significativo que se produce entre la participante y el conductor se construye, como el lector puede observar, en contraste con el instaurado en el programa “Kelly ...”. Esta diferencia es clave para comprender un nuevo aspecto del proceso de estructuración social que, de la producción de significados por ruptura, pasa a la transformación de sentidos a través de la negociación, producto de la reflexión. Mariana, si bien en un principio impugna la visión del conductor, hacia el final de la interacción acepta las argumentaciones de Stenberg. Así, a diferencia del programa anterior, el conductor logra resolver el conflicto presentado por la participante sin que esto implique romper con los órdenes hegemónicos, pero demostrando que las interpretaciones alternativas posibilitan, también, un cambio estructural.

Como establecimos al analizar el programa “Kelly ...” los órdenes estructurales, también en el programa “El Potencial Humano” se modifican. Los interactuantes no reproducen la estructura horizontal simétrica anteriormente descrita, pues ésta se transforma, en la práctica discursiva, en complementaria (Mariana acepta el discurso de Stenberg, quien acepta los niveles de significados que va contraponiendo Mariana). Así, demostramos que paradójicamente en el programa donde no se aplica de forma restrictiva control sobre la interacción, el conductor, a través de una estrategia reflexiva, logra ejercer poder de influencia sobre la participante; mientras que, reiteramos, en el programa donde se efectúa un mayor control estructural de la participación, los conductores, se ven frustrados en sus posibilidades de ejercer poder de influencia sobre su interlocutora.

Conclusiones

Como conclusiones medulares de nuestra investigación queremos destacar que el estudio cualitativo de los dos programas de participación directa, desde la perspectiva cultural, nos permite pensar la radio como un espacio no exclusivamente esencializante o reproductor de valores sociales sino también como productor de discursos, esto es, como espacio que, al instaurar la participación de tipo directa posibilita el conflicto y, con ello, la resignificación de los heterogéneos niveles de significados que organizan la vida social; cambios que consideramos se producen mediante dos mecanismos de transformación del proceso de estructuración social, uno que llamamos *impugnador* y otro *alternativo*.

Arribamos a las concreciones hasta aquí presentadas gracias a que rompimos nuestros prejuicios orientados a concebir que los programas, por dedicar su contenido a la discusión de valores hegemónicos, construirían un discurso reproductor del orden; por el contrario demostramos que éstos

se presentan como cuestionadores del orden social, ya sea que uno lo haga en el marco de lo impugnador-prescriptivo (“Kelly, Lamoglia y la Familia”) y el otro, de lo alternativo-reflexivo (“El Potencial Humano”), pero en definitiva ambos se instauran como intersticios que posibilitan el choque, la confrontación y el conflicto frente a “valores fundantes” y/o naturalizados en la sociedad; y, con ello, discuten el rol protagónico de los participantes en la legitimación que ellos hacen de esos valores hegemónicos dada su tendencia a resistir al cambio de significados propuestos.

El análisis efectuado nos permite comprobar, mediante el estudio de casos concretos, la infructuosidad de suponer que los medios de comunicación masiva, entendidos como entes reproductores del orden hegemónico, tengan la capacidad de ejercer en forma absoluta un poder de influencia sobre su audiencia, pensada, en consecuencia, como acrítica e indiferenciada. Por el contrario establecimos que el poder es móvil, relativo, ya que los públicos mediante sus prácticas interactivas le imponen límites al discurso mediático seleccionando, por ejemplo, aquellos contenidos con los que coinciden y rechazando o transformando los que no comparten; acción que, a su vez, revela que el mensaje emitido por los medios es, por propia naturaleza, contradictorio conformándose tanto por significados hegemónicos como contrahegemónicos y alternativos, que se construyen en diálogo con sus audiencias, contribuyendo, por tanto, al continuo proceso de producción y reproducción social.

Referencias

- Brandolin, A. y M. E. Rosboch (1998). Resignificación de identidades ciudadanas a partir de la radio, en *Espacios de Comunicación* N° 3, Javier Esteinou Madrid (comp.), Universidad Iberoamericana, México, pp. 345-364.
- De Fleur, M. y S. Ball-Rokeach (1989). *Teorías de la comunicación masiva*. Paidós, Buenos Aires.
- Elias, N. (1995). Modelos de Juego. En *Sociología Fundamental*. Gedisa, Barcelona, pp. 85-122.
- Fuentes Navarro, R. (1987). *La investigación de comunicación en México: sistematización documental 1956-1986*, ITESO, Guadalajara.
- _____ (1996) *La investigación en comunicación en México: sistematización documental 1986-1994*, ITESO Guadalajara.
- Gellner, E. (1993). *Cultura, identidad y política*, Gedisa, Barcelona, pp. 17-39.
- Giddens, A. (1993). *Las nuevas reglas del método sociológico. Crítica positiva de las sociologías interpretativas*. Amorrortu, Buenos Aires.
- Giglia, A. y R. Winocur (1996). La participación en la radio: entre inquietudes ciudadanas y estrategias mediáticas. En *Perfiles Latinoamericanos* N° 9, Año 5, julio-diciembre, FLACSO, México, pp. 73-84.
- _____ (1997). La participación en la radio: ¿canal democrático o estrategia mediática?. En *Conferencia de las Américas, Diversidad, tecnología y comunicación. Una mirada a nuestra América*, Sergio Inestrosa (comp.), Universidad Iberoamericana/Felafacs, México, pp.

79-87.

- Lozano Rendón, J. C. (1996). *Teoría e investigación de la comunicación de masas*. Alhambra Mexicana, México.
- Moragas Spa, M. de (1986). *Sociología de la comunicación de masas. I. Escuela y autores*. Gustavo Gili, Barcelona.
- Morley, D. (1996). *Televisión, audiencias y estudios culturales*. Amorrortu, Buenos Aires.
- Ortner, S. B. (1993). *La teoría antropológica desde los años sesenta*. Universidad de Guadalajara, México.
- Pinilla García, H. (1992). El consultorio sentimental: ese viejo desconocido. En *Diálogos de la comunicación* N° 34, septiembre, Felafacs, Perú, pp. 58-66.
- Tudor, A. (1974). *Cine y comunicación social*, Gustavo Gili, Barcelona.
- Watzlawick, P. y otros (1986). *Teoría de la Comunicación Humana*. Herder, Barcelona.
- _____ (1989). *Cambio*. Herder, Barcelona.
- Williams, R. (1980). *Marxismo y literatura*. Península, Barcelona.
- _____ (1994). *Sociología de la cultura*. Paidós, Barcelona.
- Winocur, R. (1996, diciembre). *Radio y ciudadanos: usos privados de una voz pública*. Mimeo.
- Wolf, M. (1987). *La investigación de la comunicación de masas*. Paidós, Bs. As.

EL DOCUMENTAL ANTROPOLÓGICO CULTURAL. Entre el arte y la ciencia.

Mario del Boca

EL DOCUMENTAL ANTROPOLÓGICO CULTURAL. Entre el arte y la ciencia.

Mario del Boca *

¿Hacia dónde vamos?. Debo decirles que no lo sé en absoluto. Pero creo que a partir de ahora, junto al cine industrial comercial, e íntimamente unido a éste, existe un “cierto cine” que es fundamentalmente arte de investigación.

Jean Rouch¹

Un poco de historia.

La noche del sábado 28 de diciembre de 1895, fue la noche en que los hermanos Louis y Auguste Lumière, de Lyon, proyectaron imágenes animadas, una especie de linterna mágica con un extraño nombre: *cinematógrafo*.

Sobre la pequeña pantalla apareció una imagen fotográfica, de pronto se animó, se hizo viviente, dejando estupefacto a los desprevenidos espectadores.

Entre las brevísimas proyecciones que se vieron esa noche, la primera fue: “*La salida de los obreros de la fábrica Lumière*”. La cámara se había instalado frente al portón de la misma y tomaba obreras, obreros caminando; en bicicleta, todos saliendo de su trabajo.

Podríamos decir, entonces, que el cinematógrafo y el documental nacieron al mismo tiempo. La cámara de cine debutó tomando hechos de la vida cotidiana, registrando acontecimientos que sucedían delante de ella, sin intencionalidad de manipulación alguna.

El cine no había alcanzado la sonoridad, cuando ya aparecieron los primeros documentales. Cámaras pesadas, de óptica fija y mecanismos de arrastre a manivela, no fueron impedimento para que el hombre comenzara a registrar a sus semejantes en su vida cotidiana. Pertenecieran a su propia cultura o a otra diferente.

A los efectos de un mayor entendimiento de cómo fueron evolucionando las concepciones y los métodos del cine documental, creo conveniente retomar tres cineastas de orígenes diferentes -en cuanto a su nacionalidad se refiere-, que a comienzos de la historia y desarrollo del cine documental, marcaron una fuerte y muy clara referencia. En cuanto a sus criterios sobre el cine documental, y cómo cada uno de ellos entendió una singular manera de hacerlo, cuales fueron sus postulados, y obviamente que conexión tienen todos esto con una definición más precisa y actual del problema.

Robert Flaherty, Dziga Vertov y Jean Rouch, sin proponérselo, utilizaron desde sus comienzos para la realización de sus filmes, una metodología que es hoy determinante para una concepción de lo que podemos entender en la

* Lic. en Cinematografía. Docente-investigador del Dpto. de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad Nacional de Río Cuarto. E-mail: mdelboca@hum.unrc.edu.ar

1- Rouch Jean. Texto publicado originariamente en *Domaine Cinéma*, Nro 1. París. 1962. Y compilado por Joaquim Romaguera i Ramió y Homero Alsina Thevenet, en *Fuentes y Documentos de Cine*. Barcelona 1980.

actualidad como documental antropológico cultural.

Sería demasiado obvio e innecesario aclarar que, aparte de estos tres cineastas existieron muchos otros, que tuvieron y entendieron de acuerdo a sus propios criterios, otras formas de hacer cine documental. Pero con el propósito de intentar acercarse a una reflexión sobre los diferentes métodos y criterios utilizados que puedan aportar al esclarecimiento de lo que hoy entendemos como documental antropológico, estos son, a mi entender, los autores principales.

Robert Joseph Flaherty, nació en Iron Mountain, Michigan, Estados Unidos, en 1884 y su nombre como cineasta alcanzó trascendencia en 1922, con "*Nanuk el esquimal*" (*Nanook of the North*). Para la realización de este documental, Flaherty convivió durante un año con Nanuk y su familia, en la fría zona de la Bahía de Hudson, en el Polo Artico. Durante este tiempo pudo realizar una minuciosa descripción de los aspectos de la vida cotidiana de esta familia esquimal. Incluso instaló un precario laboratorio donde revelaba los trozos de película que iba filmando. La experiencia, para algunos analistas de la época, que entendían más sobre el desarrollo del cine industrial del momento, fue vista como revolucionaria, poética y hasta romántica.

Roberto Paoella sostiene que, "...logra componer una de las obras límpidas y simples de la pantalla, y demuestra ser no solamente un noble espíritu animado por la más profunda simpatía hacia todos los seres de la creación, sino, además un poeta delicado y profundo."²

Evidentemente el documental de Flaherty, contiene todo eso que señala Paoella. Fundamentalmente esa sutileza, sensibilidad y simpleza que cualquier observador avezado debe tener. Cualidad que juega a favor de una obtención de mayor riqueza en el registro de los hechos que se suceden durante el trabajo de campo.

Más adelante, en sus análisis, Paoella señala otros aspectos que son determinantes para este tipo de documental, "*Relata con acento humilde y emotivo la historia de una familia de esquimales, o mejor su transcurrir cotidiano en los témpanos, una jornada que, como se dijo, costó a Flaherty más de un año de trabajo.*"³

Los términos *humilde* y *emotivo*, adquieren ahora significativa validez por lo siguiente: *humilde*, porque descarta algunas posibilidades *etnocentristas* en la interpretación de los hechos, aunque esto haya sido meramente espontáneo e intuitivo en Flaherty, y no una postura teórica propuesta. El término *emotivo* adquiere significación, por la necesidad de transmitir lo que contiene de dramático y emocionante una determinada acción, para una determinada cultura, y que el lenguaje filmico tiene esa potencialidad. Otro aspecto que se desprende del análisis de Paoella, es que el registro de *una jornada* puede llevar tiempos extendidos, para alguien que busca la riqueza en la descripción.

Pero Flaherty, en realidad, nunca se entendió a sí mismo como un documentalista antropológico. Todo lo que hizo, fue bajo el enfoque de su propia concepción, una manera singular de documentar culturas que le eran ajenas.⁴

Si bien no era un teórico del cine, en 1937, publica un texto donde en un fragmento del mismo, se rescata su propio método de abordar el documental,

2 Paoella Roberto. Storia del cinema muto. Pag. 361. Roma. 1956.

3- Idem 2.

4- Documentales realizados con grupos culturales diferentes: *Nanuk el esquimal* (1922). *Moana* (1926). *Hombres de Arán* (1934). *Sabú* (1937), entre otros.

“La finalidad del documental tal como yo lo entiendo, es representar la vida en la forma en que se vive. Esto no implica en absoluto lo que algunos podrían creer; a saber, que la función del director del documental sea filmar, sin ninguna selección, una serie gris y monótona de hechos. La selección subsiste, y tal vez de forma más rígida que en los mismos films de espectáculo. Nadie puede filmar y reproducir, sin discriminación, lo que le pase por delante, y si alguien fuese lo bastante considerado como para intentarlo, se encontraría con un conjunto de fragmentos sin continuidad ni significado, y tampoco podría llamarse film a ese conjunto de tomas”⁵

Pero los criterios más determinante fueron que, convivió con la familia de Nanuk o con los grupos étnicos que le tocó filmar, no midió el tiempo que le llevó registrar en mérito a una mayor veracidad, proyectó el material filmado a quienes filmó, y finalmente analizó lo filmado con ellos mismos en busca de una conformidad sobre lo realizado. Todo esto, más lo anterior, hace que se lo reconozca hoy a Flaherty, como el padre del documentalismo etnográfico, por utilizar una metodología no antes aplicada.

Dziga Vertov, nació en 1896 en Bialystock, Polonia, que por ese entonces era integrante de la Rusia Zarista. Su llegada al cine se produjo un año después de la Revolución de Octubre de 1917. Consagró toda su vida haciendo una cinematografía en defensa de la causa socialista. Esto, lo llevó a defender la postura de que la cámara debía ser un medio que registrará la realidad tal cual se presentara delante de ella.

Su estilo es definido por Joaquim Romaguera i Ramió, del siguiente modo, “La línea de trabajo de Vertov fue muy personal, porque postulaba un tratamiento cinematográfico de la realidad inmediata, llevando esa intención al nivel de toda una doctrina estética.”⁶

Hacia 1923 y junto con sus colaboradores inmediatos, formaron un grupo que se autodenominó los Kinokis (cineastas), creando lo que se llamó el Cine – Ojo. Un movimiento que sorprendió por su carácter renovador y sus declaraciones anti cine ficción. Los postulados de este movimiento fueron escritos en lo que se llamó el “ABC de los Kinoks”, un extenso manifiesto con declaraciones acerca de su concepción sobre el cine.

Si bien los postulados del Cine - Ojo son rígidos y dogmáticos, se rescatan de él la voluntad expresa de la aplicación de un método, que tiene que ver con la función específica de la cámara como ojo observador y participante de una realidad que debe ser registrada para su representación.

En un pequeño párrafo del manifiesto queda claramente sintetizado el método que Vertov propone, “Definimos la obra cinematográfica en dos palabras: el montaje del “veo”. ”⁷ Es decir, un registro organizado desde su comienzo.

Si bien no se puede precisar con exactitud la significación que Vertov pudo haberle atribuido a los términos: ciencia y método, los mismos aparecen reiteradamente en su concepción.

“El método del Cine – Ojo, es el método de estudio científico – experimental del mundo visible:

a) sobre la base de una fijación planificada de los hechos de la vida sobre la película.

b) sobre la base de una organización planificada de los cine – materiales

5- Flaherty Robert. La función del documental. Publicado originariamente en Cinema. Quindilale di Divulgazione Cinematografica. Nro 22. Roma. Mayo de 1937. Compilado por diferentes autores como Joaquim Romaguera i Ramió, Adolfo Colombres, entre otros.

6- Romaguera i Ramió Joaquim. Fuentes y Documentos del Cine. Pag.27.Barcelona 1980.

7- Vertov Dziga. Stati, Dnievniki, Zamysly. Pag.49. Moscú.1966.

8- *Idem anterior. Cap.II. Pag.107.*

documentales fijados sobre la película."⁸

No se puede afirmar una actitud científica por parte del controvertido cineasta ruso, porque se desconoce la rigurosidad que le pudo asignar a dichos términos, pero si se desprende una postura que intenta un registro planificado y ordenado del mundo visible. Un registro que pueda dar respuesta, a manifestaciones y fenómenos, que están más allá de la simple percepción de la realidad inmediata.

9 *Idem anterior. Cap. II. Pág. 107.*

*"El Cine – Ojo, es el cine explicación del mundo visible, aunque sea invisible para el ojo desnudo del hombre."*⁹

Otro aspecto que se desprende del texto, es la importancia que se le asigna al montaje, entendiéndolo, tanto a la planificación durante el registro, cuanto a la organización cuidadosa de lo registrado. Para Vertov un filme documental no es un registro indiscriminado de hechos que se suceden delante de cámara, sino una síntesis sujeta a los objetivos de la observación.

*"El montaje es el resumen de las observaciones realizadas por el ojo humano sobre el tema tratado (montaje de sus propias observaciones o bien de las informaciones suministrada por los cine-informantes o clarificadores). Es el resultado de la selección y separación de las observaciones realizadas por el ojo humano. Al efectuar esta selección, el autor toma en cuenta tanto las directivas del plan temático cuanto las propiedades particulares de la "máquina - ojo", del "cine – ojo"."*¹⁰

10- *Idem anterior. Cap.III. Pag 109.*

De la nutrida filmografía de Vertov, "El hombre y la cámara", rodado en las calles de Moscú entre 1928 y 1929, puede considerarse en la historia del cine documental, la más exquisita descripción filmica del accionar del hombre en su vida cotidiana. Donde además puede visualizarse todos los criterios metodológicos y estéticos propuestos en su manifiesto.

Así como se lo puede considerar a Flaherty como el padre del cine etnográfico, muy bien podríamos asignarle, en justo mérito, a Vertov, la paternidad del cine antropológico social.

Jean Rouch, cineasta francés, es de los tres, el menos distante en el tiempo, debido a sus trabajos arrancan en la década del cincuenta. Con sus más de sesenta documentales, le debemos a él, la definición de cine etnográfico, nunca antes utilizada tan categóricamente. Una concepción donde se atreve a comparar los métodos clásicos de la etnografía con los del cine documental.

*"Ya lo he explicado muchas veces, cuando el cineasta registra en la película los gestos o los hechos que le rodean se comporta como un etnólogo que registra en su cuadernillo de apuntes las observaciones; cuando a continuación los monta es como el etnólogo que redacta su informe; cuando los difunde hace como el etnólogo que entrega su libro para ser publicado y difundido... En todo ello aparecen unas técnicas muy similares y en dichas técnicas ha encontrado su camino el film etnográfico."*¹¹

11 *Rouch Jean. ¿El cine del futuro?. Publicado originariamente en Domaine Cinéma, Nro 1, París 1962. Traducido al español y compilado por varios autores.*

Además Rouch, defiende la potencialidad del cine documental en la posibilidad de mostrar y analizar, una vez finalizado el mismo, con las personas a las cuales él registró. Permitiendo comprobar la veracidad del documento filmado y dándoles un beneficio comparativo con el informe escrito, ya que rara vez es leído y mucho menos analizado.

"Pero, a fuerza de hacer films, demostramos a los escépticos que el

cine era un instrumento de investigación insustituible, no sólo, por su facultad de reproducir indefinidamente lo que ha sido observado, sino – recuperando la vieja técnica de Flaherty- por la posibilidad de proyectar el documento extraído ante las personas observadas y estudiar con ellas a partir de las imágenes su comportamiento.”¹²

Otro aspecto destacable y determinante del cine etnográfico, lo señala años más tarde en una entrevista que se le realizara en el Festival de Cine “Margaret Mead”, en Septiembre de 1977, en New York. El mismo está relacionado con la potencialidad del film documental, a través de su lenguaje, en mostrar la dramatización y emotividad de un determinado ritual y que el informe escrito no puede, según Rouch, lograr. Criterio que ya había explotado Flaherty en “*Nanuk el esquimal*”.

“La buena antropología no es una amplia descripción de todo, sino una descripción intensiva de una técnica o ritual. Los rituales se supone que son dramáticos. Son creaciones que la gente quiere que sean interesantes y dramáticas. En “La caza del león”,¹³ veinte minutos fueron desechados. Esas secuencias mostraban la posición de la trampa, por qué ellos usan trampas, por qué cazan. Pero todo esto se puede explicar en un libro. Lo que no se puede expresar escribiendo es el drama del ritual, no se puede conseguir ese efecto escribiendo. Este es el punto central de la antropología visual.”¹⁴

Si bien en la actualidad los filmes de Rouch han despertado ciertas controversias debido a que éste ha confesado haber falseado algunas situaciones para poder representar lo que se buscaba, se le deben reconocer los procedimientos metodológicos utilizados y sus notables resultados. Metodología que él siempre se encargó de comparar con los métodos clásicos de la etnografía. Esto lo convierte en el primer documentalista etnográfico con una visión científica del mismo.

Hacia una conceptualización más próxima.

La posibilidad de definir que se entiende por cine documental antropológico, aparece hoy tan controvertible como lo fue en épocas anteriores. El punto central del conflicto es quién realiza el documental. Si lo hace un cineasta, entonces parece irrenunciable la supremacía del valor estético-narrativo sobre lo antropológico. Si por el contrario, lo realiza un antropólogo, la buena utilización del lenguaje¹⁵ filmico, se reduce, en detrimento de la posibilidad de una buena descripción de los hechos que se intentan explicar.

O se hace arte o se hace ciencia. El debate pareciera no encontrar un punto de conjunción, donde se entienda un cine, planificado con métodos que permitan una investigación científica. De arranque se descarta la posibilidad de que el cine pueda ser algo más que una *técnica* en la investigación social. Su función pareciera no poder extralimitarse de allí. Que esa ha sido su aplicación al igual que las cifras matemáticas en la investigación cuantitativa.

Una contribución importante al debate, la podemos hacer con la aclaración de lo que se entiende con los términos *filmación* y *filme*. Ya que a menudo encontramos que los mismos son utilizados con significaciones

12- *Idem anterior.*

13- *Se refiere al film “Chasee au lion à l’arc” (1957-1964), que rodó en el continente africano, donde Rouch realizó gran parte de sus documentales.*

14- *Georgakas Dan, Gupta Udayan y Janda Judy. Antropología Visual, Entrevista a Jean Rouch. Septiembre de 1977. New York. Traducida por Silvia Chanvillard y Francisco Gatto. Compilado por autores varios.*

15 *Utilizamos el término “lenguaje”, en sentido figurado, reconociendo que el único lenguaje es el lenguaje natural. Ver Cristian Metz. Ensayos sobre la significación en el cine. Ed. Tiempo Contemporáneo. 1979. Buenos Aires*

diferentes, confusas o poco precisas.

Filmación es el “bruto de cámara”, es el material que se obtiene de los registros que hace la cámara ubicada en un determinado lugar y en un tiempo concreto. Registro que pudo haberse hecho con una rigurosa planificación, o no. Que pudo haber articulado todos los procedimientos del lenguaje filmico, o no. Una filmación, también es, cuando se “planta” la cámara en un lugar, se aprieta el botón y la cinta rueda registrando sin utilización de los procedimientos de lenguaje, lo que sucede delante de ella.

Filme es otra cosa. Es una unidad de relato, Cada secuencia, cada escena, cada toma, ha sido rigurosamente planificada con anterioridad y sobre la base de objetivos propuestos. Las diferentes posibilidades que brinda la articulación de los elementos del lenguaje filmico son utilizadas en la construcción de un filme, para el ordenamiento narrativo-descriptivo del mismo. Ya no se trata de registros prolongados con puntos de vistas de cámaras fijas y sin pretensiones de uso de la “sintaxis” filmica para relatar una idea. Un filme, es una representación ordenada de lo observado, donde su propia gramática es puesta como soporte de la estructura narrativa-descriptiva, que lo encierra. Entonces un filme debe tener en claro qué y cómo observar un ritual. Sus categorías, sus variables, su relación entre sí, cualquiera fuere el fenómeno sociocultural. Debe hacer una utilización de los elementos de lenguaje a favor de la veracidad descriptiva y no de lo subjetivo. Tener un montaje que tenga en cuenta los criterios elementales que tiene un antropólogo en la redacción de su informe final. Entonces un filme documental es -tal se desprende de la vieja concepción de Dziga Vertov- una síntesis sujeta a los objetivos de la observación. Tal es el caso de “*Tatayhuasi*”¹⁶, un filme donde en una síntesis de entrevista y a través de la descripción filmica se reconstruye toda una historia de vida del Pbito. Domingo Vieyra.

Las diferencias entre *filmación* y *filme*, pueden entonces resumirse de este modo: *filmación*, es un documento que testimonia los hechos que se suceden delante de la cámara en un tiempo y un espacio determinado. Un mero registro de los mismos con intencionalidad de comprobar o ilustrar un determinado fenómeno. Es perfectamente entendido y utilizado como una *técnica* dentro de la investigación social.

Un *filme*, es en cambio, un ordenamiento planificado de la observación, donde a través del uso de su lenguaje y de su estructura narrativa-descriptiva, puede mostrar lo que tiene de emotivo y dramático un ritual o una manifestación. “*Esto es el punto central de la antropología visual*”¹⁷, como decía Jean Rouch. Esto ubica al filme documental en ese espacio indeterminado entre el arte y la ciencia, donde deja de ser una simple *técnica* para la investigación, pero que no llega a convertirse en un *método cualitativo* en sí mismo.

Cerrando una conceptualización.

El punto a esclarecer es el siguiente: si alguien toma una cámara y realiza un filme documental sobre el accionar cotidiano de un determinado grupo aborigen, la pregunta es: ¿lo que ha realizado es un documental antropológico cultural o simplemente es un documental?.

16- Del Boca Mario. “Tatayhuasi”, es un filme documental realizado en el marco del Proyecto de Investigación: El video documental antropológico cultural: un método de aproximación a la realidad. SECYT 1994-1995.

17 Idem Pto 12.

Precisemos los términos: *cine - documental – antropológico cultural*. Cuando hablamos de hacer *cine*, en realidad nos estamos refiriendo a un modo fotoquímico de registro, a través de sistemas ópticos mecánicos. Veinticinco imágenes por segundo son impresionadas en una emulsión fotosensible, comúnmente llamada película. Cuando decimos que estamos haciendo *cine*, en realidad nos estamos refiriendo al aspecto tecnológico del medio y no al comunicacional del mismo. La transmisión de una idea organizada en una estructura narrativa-descriptiva, es lo que llamamos *filme*, o sea un relato con el medio cinematográfico. Por una acertada precisión terminológica, deberíamos hablar de *filme documental* y no de *cine documental*, porque lo primero entiende lo narrativo-descriptivo del mismo.

En cuanto al término *documental*, es un género filmico, cuya especificidad es el registro de los hechos que se suceden delante de cámara, con la *menor manipulación posible*. La idea de manipulación no está referida a lo que pasa o se encuentra delante de ella, sino a la que realiza el medio mismo a través del uso de un determinado encuadre. Un tipo de plano, una distancia focal de objetivo, una angulación, una altura de cámara, como así también cualquier procedimiento de lenguaje, significa de por sí, una manipulación de la realidad. O sea, una observación, una mirada interpretativa de la misma. Como dice Carmen Guarini: “*Se puede decir que todas y cada una de las etapas están gobernadas por una lectura sociocultural de la realidad, por cuanto consciente o no, siempre observamos y decidimos en función de nuestras categorías de pensamiento y de mis valores.*”¹⁸

En la construcción de un *filme*, siempre aparece se quiera o no, la subjetividad de quien lo realiza. Pero esto, también se puede dar en la observación participante de una investigación clásica, donde el antropólogo no está exento de incurrir en su subjetividad. Pero lo que se puede lograr en el género *documental*, al igual que la observación del antropólogo, es el mayor o menor grado en que se realiza. Esto es lo que diferencia al *documental* del género *ficcional*, donde el nivel de manipulación de este último, tanto de lo que se encuentra delante de cámara, cuanto a través de los procedimientos de lenguaje, se eleva a su máxima expresión.

El término *antropológico-cultural*, está referido a que, la temática que aborda el *filme documental* es coincidente con el objeto de estudio de esta rama de la antropología. Pero esto no es suficiente para que un *filme* lo sea. La sola coincidencia en la temática no hace al *documental antropológico*. Deben existir, además, ciertas especificidades que hacen de éste un subgénero válido para el aporte al conocimiento científico. El rigor teórico y metodológico de la antropología como tal, debe estar presente en eso, que Vertov llamó, *la planificación en la observación del mundo visible*. Un *filme documental antropológico* debe partir de un marco teórico-conceptual sostenido. En el trabajo de campo, donde en este caso se realizan las tomas, deben definirse muy claramente las categorías que se quieren registrar y estar abierto a otras nuevas para su incorporación en caso de ser importantes. La *descripción filmica* debe sustituir al método descriptivo tradicional, potencializando la sutileza y minuciosidad en lo observado. Un montaje, donde se refleje el mismo cuidado que el antropólogo tuvo al redactar el texto de su informe final.

18- Guarini Carmen. *Cine antropológico: algunas reflexiones metodológicas*. Ed. Clasco 1985.

Sólo así podremos decir que hemos realizado un *filme documental antropológico cultural*, permitiendo al mismo ser *una expresión de la ciencia*. Mientras tanto volvemos a preguntarnos: ¿Podrá alguna vez este tipo de filme, convertirse en un método en sí mismo?, ¿Solamente la observación ocular y la palabra escrita pueden producir conocimiento científico?

El debate continúa, y el filme documental antropológico cultural sigue instalado en ese espacio indefinido, entre el arte y la ciencia.

Referencias

- Agel Henri. *Estética del cine*. Ed. EUDEBA. Buenos Aires 1962.
- Andrew Dudley J. *Las principales teorías cinematográficas*. Ed. Gustavo Gili. Barcelona 1978.
- Aristarco Guido. *Historia de las teorías cinematográficas*. Ed. Lumen. Barcelona 1968.
- Arnheim Rudolf. *El cine como arte*. Ed. Infinito. Buenos Aires 1971.
- Begoña de Fray Mauricio. *Elementos de filmología. Teoría del cine*. Ed. Morata. Madrid. 1959.
- Colombres Adolfo . *Compilador. Cine, antropología y colonialismo*. Ed. Clasco. Buenos Aires 1985.
- Del Boca Mario. *La comunicación inter-cultural en el rodaje del cine etnográfico*. Secyt-Conicor 1989.
- Del Boca Mario. *El video documental antropológico cultural: un método descriptivo de aproximación a la realidad*. Secyt 1994-1995.
- Demo Pedro. *Investigación Participante. Mito y realidad*. Ed. Kapeluz. Buenos Aires 1985.
- Mitry Jean. *Estética y Psicología del cine*. Ed. Siglo XXI. Madrid 1978.
- Paoella Roberto. *Historia del cine mudo*. Editorial Universitaria de Buenos Aires 1967.
- Romaguera i Ramió – Thevenet Alsina Homero. *Fuentes y Documentos del cine*. Ed. Gustavo Gili. Barcelona 1980.
- Vertov Dziga. *Artículos, Proyectos y Diarios de trabajo*. Ed La Flor. Buenos Aires 1974.

**EL BINOMIO IMAGEN-TEXTO SE
CONVIERTE EN NOTICIA. Un avance
en la definición de infografía.**

María Aurelia Caritá y Leticia Borrás

EL BINOMIO IMAGEN-TEXTO SE CONVIERTE EN NOTICIA. Un avance en la definición de infografía.¹

María Aurelia Caritá* y Leticia Borrás**

Potenciar la imagen con estrategia competitiva

Los avances tecnológicos y las demandas de un lector más informado han determinado que se perfeccione la manera de presentar las noticias, tal cual se ha observado en los últimos años con mayor frecuencia.

Así, los medios impresos, experimentan constantes procesos de transformación acorde con la vanguardia de las tendencias mundiales: van potencializando su estrategia comunicativa y competitiva con el fin de llegar más lejos y borrar las fronteras.

La omnipresencia de la radio y la televisión obligó a la prensa a potenciar una de sus particularidades: la solidez. Esta se caracteriza por la permanencia del mensaje en su soporte específico, el papel, que permite volver a efectuar consultas permanentes.

Una de las nuevas estrategias que implementan los medios impresos tanto para capturar un mayor número de receptores, como para competir con el resto de los medios masivos, es enfocar el mensaje a partir de la imagen.

Se recupera de esta forma uno de los sistemas de comunicación que utilizó el hombre de las cavernas: la de transmitir una determinada información mediante la combinación de texto e imagen, que en las puertas del siglo XXI, los medios retoman y expanden con la identidad de infografía.

La infografía forma parte de la cultura visual y desde la década del '90 está ocupando lugares muy importantes dentro de los que comprende a la prensa.

«Desde su popularización, la infografía ha evolucionado en dos direcciones: se ha convertido en un recurso periodístico ineludible, y el contenido de los gráficos ha crecido hasta alcanzar fronteras imposibles de imaginar hace 20 años. Sin embargo, conceptual y estéticamente, el género no ha experimentado los cambios substanciales que sí pueden advertirse en otras áreas del periodismo, como los textos, las fotografías, las ilustraciones, y el diseño.»
(Serra, 1998:2)

Si bien el concepto ha evolucionado, no se han manifestado en el mismo sentido los estudios académicos que permitan definir intrínseca e integralmente este fenómeno.

En este marco, se efectuó un abordaje teórico para poder definir el concepto de infografía, cuáles son sus características, por qué se convierte en nueva estructura periodística y cómo funciona dentro del ámbito de un

1- Este trabajo se desprende de la Tesina de Licenciatura de las autoras.

** Lic. en Ciencias de la Comunicación. Docente del Departamento de Ciencias de la Comunicación, Universidad Nacional de Río Cuarto. E-mail: acarita@hum.unrc.edu.ar*

*** Licenciada en Ciencias de la Comunicación. E-mail: leticiaborras@uol.com.ar*

diario.

La preocupación se centró entonces, en precisar las propiedades discursivas que caracterizan a la infografía como nuevo formato dentro del género informativo.

El objetivo fue plantear una concepción superadora de infografía entendida en términos de estructura informativa señalando sus particularidades específicas.

En este artículo² se presentan las articulaciones conceptuales que permitieron por un lado, construir la estructura básica de una infografía para analizar sistemáticamente las infografías que se publican en medios de diferente alcance³, y por otro, definir el concepto de infografía y construir nuevas categorías teóricas a partir de los resultados de la investigación.

Precisiones teóricas de partida

El término infografía es utilizado en dos sentidos diferentes: uno se refiere a la moderna animática realizada por ordenador de donde se entiende que su raíz «info» proviene de informática y con «grafía» se hace referencia a la animación. El otro es la infografía que se encuentra en los diarios que parece estar asentada en pilares más antiguos y clásicos, aquí «info» hace referencia a información, y «grafía» le viene de gráfica.

Este neologismo tiene su origen en Estados Unidos, allí llaman al término «information graphics», de donde pasa a «infographic». En castellano la traducción se denomina infografía. (Pablos Cuello, 1998: 3, Peltzer, 1991:135)

Estas dos perspectivas determinan que se entienda a la infografía como técnica, es decir, el conjunto de procedimientos informáticos que permiten la realización de una infografía, o como producto gráfico.

Así, para Canga Larequi (1994:141) la infografía es «la técnica que permite difundir, sobre un soporte escrito, informaciones periodísticas expresadas gráficamente mediante el uso de procedimientos informáticos, y que permiten al receptor captar visualmente la esencia del mensaje.» En los mismos términos coinciden Françoise Holtz Bonneau (1981:247 en Pablos Cuello, 1991:161)

Desde esta misma perspectiva, Aguilera y Vivar (1990:50) consideran al infografía como «pura electrónica:» modalidad para crear y transmitir imágenes a través de un ordenador.

«Podemos decir que en la infografía se funden dos aspectos ligados a su proceso de producción: la elaboración del dibujo, una representación de la realidad, y la etapa técnica, que produce la ilusión de movimiento, la animación» (Aguilera y Vivar 1990:50). En la producción de la infografía animada convergen tres áreas de creación: el diseño, el video y la informática.

Otros autores, desde una óptica totalmente diferente, se refieren a la infografía como el producto de la información periodística traducida a un lenguaje gráfico con la ayuda de soportes informáticos.

El objeto de estudio de la investigación se relaciona con la nueva forma de presentar las noticias en los diarios, por ello cada vez que se haga referencia a infografía se lo delimita en función de esta segunda acepción del término, es decir, como producto.

2. El artículo que se presenta es una síntesis de los capítulos I, II y IV de la tesis de grado "El perfil del nuevo milenio. Infoperiodismo", con la que se obtuvo el título de Licenciadas en Ciencias de la Comunicación, diciembre 1999.

3. Se realizó análisis de contenido de infografías publicadas en *La Nación*, *La Voz del Interior* y *Puntal* (diarios nacional, provincial y local respectivamente) correspondientes al mes de julio de 1999.

Definición del término

No existe una definición única ni acabada de lo que es la infografía, tampoco un consenso entre los diferentes autores que han abordado el tema.

Un repaso de diferentes definiciones formuladas⁴, permiten integrar en el siguiente gráfico propuesto por Serra (1998), las ideas desarrolladas hasta el momento sobre infografía:

Figura N°1: Areas implicadas en la infografía

La infografía es una disciplina que une diseño, ilustración y periodismo (Serra, 1998).

Una primera aproximación al concepto permite definir a la infografía como un formato que integra la esencia de la información, sobre la base de la imagen y el complemento de otros recursos gráficos

La infografía en el contexto de los géneros periodísticos

Entre el conjunto de teorías⁵ y enfoques que describen la actividad periodística, se contextualiza a la infografía en el marco de la teoría de los géneros periodísticos.

Dellamea (1994: 166) considera que los géneros o formas textuales que adquieren los mensajes periodísticos «constituyen quizás, el tema donde más imperioso resulta contar con una perspectiva innovadora, sistemática y producto de la concurrencia de todas las disciplinas científicas que puedan contribuir a explicar este tipo de producción cultural».

Si bien la denominada teoría periodística, surgida entre fines del siglo pasado y principios de este siglo, no ha conseguido todavía realizar aportes teóricos substanciales respecto a los géneros o formas textuales periodísticas, el surgimiento de la infografía como alternativa de mensaje periodístico requiere que se retomen los aportes hasta el momento desarrollados referentes a los géneros periodísticos, principalmente el informativo, para otorgarle un encuadre teórico que permita entender y explicar el concepto.

Con respecto a los géneros informativos no hay un consenso entre los diferentes autores sobre cómo categorizar las diferentes formas de presentar la información.

Es necesario aclarar que con frecuencia, es posible notar que lo que un autor clasifica y define como un género dado, para otros constituye en cambio, un género diferente. También es de destacar la proliferación de nombres para designar a los mismos géneros textuales.

Las taxonomías de géneros planteadas por los diferentes autores oscilan entre tres géneros: el informativo, interpretativo y de opinión. Algunos autores consideran a la investigación como un cuarto género.

Según la sistematización efectuada por Dellamea (1994:167): “las teorías de géneros más antiguas, distinguen dos grandes grupos de subgéneros periodísticos con sus respectivas especies textuales. Un esquema de resumen típico de estas obras, incluye los siguientes tipos textuales considerados

4. Pablo Cuello (1991); Chappé (1992); Peltzer (1991), *Manuales de Estilo de Clarín* (1997); *La Nación* (1997) y *Perfil* (1998); Lorenzi (1996).

5. *Teoría de la objetividad; de los géneros periodísticos; del periodismo espejo; de la construcción de los acontecimientos periodísticos; de las mediaciones culturales, de la reproducción cultural y de la noticia como discurso.* (Dellamea, 1994: 57)

como básicos:

- *Géneros informativos*: noticia, crónica, reportaje (crónica desplegada), reportaje (producto de una entrevista), bibliografía.

- *Géneros de opinión*: comentario, artículo, nota, suelto, columna, editorial.

En la actualidad, los formatos periodísticos se hacen cada vez más complejos, no sólo debido a que se suman incesantemente nuevas especies textuales, sino a que cada acto de creación periodística que comienza a hacerse habitual en los diarios y revistas pasa a integrar algunos de los géneros periodísticos.

Las innovaciones tecnológicas han influido notablemente en la evolución de la comunicación periodística y en especial, han modulado sus formas de expresión.

Este hecho muestra que la aplicación de determinadas tecnologías al proceso de producción periodística no sólo influye en las formas expresivas, sino que fundamentalmente marca maneras de representar la realidad por parte de los profesionales del periodismo y diferentes formas de acceso a esas representaciones o construcciones del mundo social por parte de los públicos que consumen los medios de comunicación.

Junto a la modificación que han sufrido los géneros periodísticos en su afán de mostrar la información, hay que sumar también en la actualidad, el resurgimiento de los géneros gráficos.

«El postulado del tratamiento moderno de la prensa, que se resume en el triángulo texto-imagen-diseño, requiere del desarrollo de nuevas técnicas de ilustración». (Dellamea, 1994: 39).

Así, el surgimiento de la infografía revaloriza la función explicativa didáctica que cumple la imagen, y en especial, el esquema, apoyados con dosis apropiadas de información de soporte.

La premisa básica es que la infografía, que surge como una nueva forma de presentar la noticia, debe contemplar los requisitos de toda estructura formal dentro del género informativo.

Particularidades de la estructura informativa

Así como las estructuras formales deben cumplir con las características de cada una de las formas discursivas para transmitir la información, la infografía debe incluir estas mismas características para alcanzar el nivel de estructura informativa.

A su vez, la estructura informativa reúne las siguientes características:

Figura N° 2: Particularidades de la estructura informativa

Fuente: Sistematización de las autoras en función de los conceptos de Warren, 1975

Cuando la infografía se adapta a cada una de estas características, funciona como estructura informativa.

En este sentido, Pablos Cuello (1991:166) afirma que la infografía «tiene la capacidad informativa suficiente y sobrada para tener entidad propia, porque en ella encontramos el fenómeno de la sinergia: la concentración de varios géneros como el literario periodístico y aspectos del género visual para obtener una unidad informativa autónoma».

Para ser la infografía «una unidad informativa como lo es una crónica, un artículo o un reportaje, ...ha de contener la información suficiente para responder a las clásicas preguntas qué, cómo, dónde, quién, cuándo, las clásicas cuestiones del periodismo sajón y universal;...ha de decir toda la información para comprender mejor un hecho por ella misma, sin necesidad de otros soportes literarios o textuales, fuera de su marco o de sus límites gráficos. Es imprescindible que aparezca la información literaria precisa para ubicar el acontecimiento en el tiempo y en el espacio».

Sólo en estos términos, la infografía tiene «capacidad de autonomía informativa plena». (Pablos Cuello, 1991:166)

En la siguiente infografía se puede observar cómo se presentan estas particularidades de estructura informativa:

Figura N° 3



6. Modalidades discursivas: *La descripción*: “es la forma que adopta el discurso para señalar las características de un objeto. Resulta de la capacidad de observación que el periodista posea. Para describir bien, hay que ver bien, observar directamente los hechos, la realidad, las personas, escoger los detalles más significativos y expresarlos con claridad y precisión” (Gonzalez Reyna, 1991: 13). Generalmente la descripción se utiliza junto con la otra forma discursiva, la narración, a fin de lograr una mejor significación del suceso. *La Narración*: “Es la forma discursiva que se propone relatar un suceso o una serie de sucesos relacionados, de tal manera que adquieran un significado distinto de aquel que tienen por separado. El hecho aislado, no interesa a la narración; importa el conjunto de acontecimientos que ofrece la realidad: qué sucede, a quién le sucede, y en qué circunstancias sucede” (Gonzalez Reyna, 1994:14)

También puede comprobarse a través del ejemplo que la infografía retoma las modalidades discursivas del género informativo: narra y describe⁶.

«Al responder al cómo se está narrando la noticia, se relatan los acontecimientos considerándolos como puros procesos» (Antología, 1995:94). Esto se materializa en el ejemplo de la figura cuando se explica gráficamente cómo fueron los pasos que siguió el protagonista que desencadenó el hecho en el Capitolio.

«Los segmentos descriptivos se detienen sobre objetos y seres considerados en su yuxtaposición espacial. Son los elementos que forman parte de la trama narrativa, que tienden a revelar, y al mismo tiempo justificar el por qué de los acontecimientos, y las características de los personajes implicados en ellos». (Antología, 1995:25)

La descripción se da en diferentes niveles: al mostrar las características del arma, dónde recibieron los disparos las víctimas (consecuencias del hecho) y al reflejar dónde se produjo el hecho (capitolio), se conjuga con la narración del acontecimiento.

En estos términos, se comprueba la afirmación de Serra (1998): «una ilustración infográfica es descriptiva porque informa, a diferencia de una ilustración que es interpretativa».

Leñero y Martín (en Tello, 1998:93) afirman que la crónica, a diferencia de la noticia que responde al qué, se sustenta en el cómo.

Peltzer (1998) plantea que la infografía al reflejar cómo se producen los hechos, cómo es un objeto y cómo se desarrolla un proceso, y en estos términos, estaría retomando la particularidad de la crónica.

El cómo se responde fundamentalmente a través de la imagen y de la disposición gráfica de la misma. El texto termina de complementar los datos respondiendo al resto de las preguntas básicas.

En la infografía, las imágenes potencian la información. (Serra, 1998)
El texto complementa el mensaje que transmite la imagen: puede aparecer en «forma de nubes, títulos o texto sumarial». (Pablos Cuellos, 1991:163)
«Hay que contar con el texto sólo lo que el dibujo no muestra, para evitar la redundancia». (Serra, 1998)

Las pirámides como premisas básicas

Las teorías periodísticas tradicionales también han aportado el desarrollo de esquemas para representar gráficamente los tipos de textos más usuales en periodismo escrito. Estos esquemas dan una idea de la estructura de superficie que adopta la organización de la información contenida en el texto.

Carl Warren (1975:98) distingue entre dos maneras de organizar la información según sea el orden de los datos creciente o decreciente:

Pirámide Normal: corresponde al relato cronológico, es decir, determina que la organización de la información siga el orden natural de los hechos.

Figura N° 4

Fuente: Warren, 1975

Tal como se muestra en la figura N° 4, la pirámide normal está compuesta por una introducción que aporta al lector el marco en el que sucedieron los acontecimientos; por ejemplo: día, hora, lugar, y protagonistas. El cuerpo, también denominado desarrollo y peripecias, incluye la presentación cronológica de los hechos encadenados en secuencias. En los tramos finales del texto o desenlace, se detallan las últimas consecuencias de los hechos narrados.

En cambio, las noticias redactadas con estructura de pirámide invertida, se organizan de la siguiente manera:

Figura N° 5

Fuente: Warren ,1975

La visión del periodista no está centrada en el orden del acontecer, sino en una gradación de valor, en una organización jerárquica de los elementos que componen la noticia. En el primer párrafo se anticipan los hechos más significativos, por lo que es frecuente que se incluya el desenlace de la historia (figura n° 4).

Para cumplir con estos requisitos, se recurre a la fórmula clásica de las preguntas básicas: quién (nombre), qué (hecho), cuándo (tiempo), dónde (lugar), por qué (causa) y cómo (circunstancia).

Así, la pirámide invertida logra ofrecer el relato noticioso con toda la celeridad que se le exige a la noticia: de la mayor cantidad de información en el menor espacio posible y en la forma más rápida para su transmisión y

recepción.

La construcción de la estructura básica de una infografía

Sobre la base del esquema de estructura de una infografía periodística propuesta por Jaime Serra (1998), en el cual se reconocen como elementos principales: título, bajada, desarrollo y fuente y firma; y la respuesta a las preguntas básicas, se presenta el siguiente esquema:

Figura N° 6: Estructura de una infografía

Fuente: Serra, 1998

La estructura debe contener los elementos básicos de una narración.

«El argumento de una narración periodística sigue una lógica interna: un planteamiento, un nudo y un desenlace, unos protagonistas y probablemente unos antagonistas y que todo ello plantee un conflicto que pueda servir de punto de referencia a la gente». (Riviere, 1994: 108)

Esto se justifica puesto que hay que centrar la atención en las complejas relaciones que se establecen entre el texto y la infografía y su contexto, de qué manera las restricciones cognitivas y sociales determinan las estructuras que adquirirán las noticias y cómo influyen las estructuras textuales en la comprensión y en los usos que los lectores darán a la infografía.

Considerando este punto de vista cognitivo, Van Dijk (1990) propone una teoría para los esquemas periodísticos, es decir, formas y categorías comunicacionales con las que se representan los textos informativos en la prensa diaria.

Diversas experiencias de análisis desarrolladas por Mabel Marro y Amalia Dellamea (Dellamea, 1994:235) permitieron observar que el esquema periodístico narrativo propuesto por Van Dijk posibilita la realización de todos los textos que pertenecen al género informativo.

La infografía como discurso periodístico se rige por un conjunto de características propias, por lo cual no necesariamente todas las categorías propuestas en el esquema de Van Dijk sirven para definir la estructura básica.

Por ello, se seleccionaron sólo aquellas categorías propuestas por Van Dijk que resultan pertinentes para configurar la estructura informativa que debe asumir la infografía.

Estas categorías se integran a la figura N° 7 en los siguientes términos:

Figura N° 7: Esquema básico de una infografía

Fuente: Elaboración de las autoras

Gramática narrativa del esquema

La gramática narrativa es el mecanismo que permite generar el relato de la infografía: unas reglas de formación de la estructura que permiten ordenar

la información sobre la base de la imagen y el complemento del texto.

La base conceptual que incorpora los requisitos que debe reunir la narración periodística no sólo ayuda a señalar cómo debe desarrollarse el relato en la infografía, sino que también brinda las categorías necesarias que deben contener los segmentos narrativos en el marco de la misma.

Los elementos del relato son según Dellamea:

- 1- Personajes: seres animados humanos, animales u objetos animados.
- 2- Acciones: el acontecimiento.
- 3- Ambiente: el escenario o marco.
- 4- Función: acción o atributo de un personaje definido desde el punto de vista de su alcance significativo para el relato.(1994:245-246)

Las categorías mayores de la narración son:

- a- Marco o Contexto.
- b- Episodio.

Periodísticamente estos elementos se integran en la infografía de la siguiente manera:

El concepto de titular incluye un conjunto de recursos textuales y paratextuales de presentación del tema de la noticia; así como también de jerarquización, es decir de indicadores que señalan al lector la relevancia que posee el acontecimiento para ser transmitido a través del diario.

La categoría encabezamiento incluye los copetes y/o entradas. Los copetes son estructuras que resumen la información, destacan los elementos más importantes de ellas, o bien presentan aspectos que no serán tratados en detalle en el cuerpo de la información pero que ayudan al lector en la tarea de elaborar un marco preliminar para comprender la noticia.

Titular y encabezamiento forman el resumen, el que expresa la macroestructura semántica de la noticia.

Una vez presentado el resumen del contenido del texto periodístico, los datos aparecen tratados con mayor detalle en el cuerpo de la noticia, es decir, en la categoría relato sobre la base de la imagen y el complemento del texto. A su vez el relato contiene la situación.

La situación informativa se refiere a la construcción de la estructura temática del discurso periodístico. Denota la dimensión actual del hecho que origina la noticia, los episodios que lo conforman, así como los antecedentes que lo justifican.

Esta categoría constituye la parte narrativa de la infografía.

El episodio (o los episodios, por lo que se trata de una categoría recurrente y puede haber más de un episodio en un solo hecho), está compuesto por un conjunto de sucesos o acontecimientos que ocurrieron en una situación determinada, en un lugar, a una hora y en circunstancias determinadas. Está formado por el acontecimiento principal (la noticia) y las consecuencias (comprenden el estado final del suceso, el cierre de la noticia).

La subcategoría antecedentes está constituida por los acontecimientos o sucesos previos al principal.

Por último, la categoría mayor (contexto) denota la situación actual y/o la ubicación geográfica especificando espacio y atribuciones significativas de los personajes.

Van Dijk (en Dellamea, 1994) establece la relación entre estas categorías

en función de los procesos de la memoria, que están involucrados implícitamente en la producción de las noticias, es decir, en el proceso de comprensión del suceso, de su representación mental y de la rememoración de los hechos que realiza el periodista durante la búsqueda de la noticia y su posterior expresión.

También considera los procesos que efectúa el lector para reconstruir los sucesos periodísticos presentados en la noticia, así como el papel que juegan los conocimientos previos y la actualización de las creencias del receptor.

Las categorías dentro del esquema

La información que sustenta la noticia se plasmará en imagen y texto en función de las categorías citadas con anterioridad, de tal manera que el lector pueda claramente visualizar y comprender la noticia.

En este sentido hay que tener en cuenta los mecanismos de lectura que realiza el ojo humano: primero barre toda la superficie, luego repara en algunas zonas, tratando de identificar objetos conocidos, luego los identifica, reconstituyendo los elementos simples más conocidos, y luego interpreta por asociación de elementos e ideas en función de referencias culturales y esquemas previos (Chappe, 1992). De esta manera, la tendencia del lector es mirar los primeros elementos con rapidez y realizar una pausa sobre los otros.

En todos los casos, los primeros niveles de lectura de una infografía serán los títulos y las ilustraciones. El avance en la lectura se da en función de la cultura del lector (los jóvenes son más receptivos a las imágenes y diseños) y de las fuerzas gráficas respectivas.

El tamaño, el color, el emplazamiento de la imagen, juegan igualmente un rol, no obstante, en todos los casos, las imágenes y sobretodo aquellas en las que los elementos son fácilmente identificables, se sitúan en la globalidad de un supernivel de lectura.

También hay que tener en cuenta el mecanismo de lectura del ojo del lector: de arriba hacia abajo y de izquierda a derecha (hábito de lectura occidental) y que percibirá siempre el lado mayor del rectángulo horizontal.

El esquema básico de la infografía que se propone en el marco de este trabajo es un esquema basado en reglas particulares: las categorías que lo conforman se retoman de los modelos de pirámide normal e invertida, de la teoría de los esquemas periodísticos de Van Dijk, y de los mecanismos de lectura de la imagen.

Se diseñó sistemáticamente teniendo en cuenta las condiciones cognitivas y sociales de producción, como así también los procesos de entendimiento que desarrollan los lectores para acceder a los contenidos de la noticia.

La estructura tiene la propiedad de integrar el contenido semántico total del hecho noticiable. Sólo en estos términos, la infografía tiene el alcance de estructura formal dentro del género periodístico.

Así, cualquier infografía responderá en principio al mismo esquema, lo que será diferente es el contenido global según características del hecho.

Mediante esta estructura se puede representar tanto una noticia simple como una compleja, pudiéndose reiterar cada una de las categorías

propuestas, conforme a la naturaleza del hecho.

Puntos emergentes

Los resultados obtenidos luego del análisis de contenido⁷ permitieron sistematizar las siguientes conclusiones:

A partir de las interpretaciones efectuadas, se puede arribar a la siguiente síntesis:

- Una infografía tiene texto e imagen, éstos elementos están integrados.
- Imagen y texto se combinan en igual medida, cuando predomina uno sobre el otro, es la imagen la que prima sobre el texto.
- La imagen siempre cumple una función informativa.
- Gráficamente la infografía tiene autonomía de diseño dentro de la página.

· Las respuestas a las preguntas básicas permiten a las autoras generar tres tipos de infografías:

1- La que responde a todas las preguntas básicas: **TOTALMENTE INFORMATIVA**

2- La que responde a la mitad o más de la mitad de las preguntas básicas: **PARCIALMENTE INFORMATIVA**

3- Las que responden a menos de la mitad de las preguntas básicas: **ESCASAMENTE INFORMATIVA**

· No hay una pregunta básica que sobresalga notoriamente por su priorización sobre las otras, como afirman algunos autores respecto del cómo. Sino que el qué, el dónde y el cómo son 40 las preguntas respondidas en similar medida en los casos analizados.

- Todos los casos presentan resumen, el cual puede o no estar completo.
- Según la presencia de los elementos básicos de la narración las autoras establecen tres tipos de infografías:

1- Las que presentan todos los elementos básicos de la narración, es decir que cuentan una historia completa, apoyados sobre elementos descriptivos: **NARRATIVA**.

2- Las que contienen algunos elementos básicos, cuentan parte de la historia, también apoyados por elementos descriptivos: **SEMI-NARRATIVA**.

3- Las infografías que no tienen ninguno de los tres elementos básicos de la narración, sino que predomina la forma discursiva de la descripción: **DESCRIPTIVA**.

· Siempre que la infografía es descriptiva no tiene relato, cuando lo incluye, puede ser narrativa o seminarrativa. En cualquiera de estos casos, el resumen estará, total o parcialmente presente.

· En casi todas las unidades analizadas, la organización de los datos se distribuye de arriba hacia abajo y de izquierda a derecha, lo cual permite que el ojo pueda efectuar una adecuada y fácil lectura de la información que se le presenta.

· Se pueden realizar infografías de cualquiera de los ámbitos de las dimensiones propuestas. Más allá del área a la que pertenece la información, se observó la recurrencia de cierto tipo de referentes que son propicios para ser presentados a través de una infografía.

Las autoras identificaron los siguientes referentes:

Ubicación física
 Ubicación geográfica
 Recorrido geográfico
 Mostrar la estructura de un objeto
 Mostrar procesos
 Comparar situaciones
 Mostrar proporciones
 Reconstrucción de un hecho
 Meteorología

7. Dimensiones y variables utilizadas para el análisis de contenido de infografías:

*Si es o no una infografía: Presencia de texto, Presencia de imagen, Combinación texto e imagen, Diseño, Niveles de iconicidad, Preguntas básicas;

*Organización de los datos: Presencia de los elementos básicos de la narración, Presencia de resumen, Presencia de relato;

*Mecanismo de lectura del ojo: Arriba-abajo, Izquierda-derecha;

*Actualidad de la noticia: Tipo de noticia, Factores de valor noticioso;

*Tratamiento de la Noticia: Principal, Secundaria.

· La mayoría de las infografías cumplen la función de material complementario, es decir que siempre van acompañadas de otro formato en el marco de la página, con el que establece una relación de dependencia temática.

A partir de estas consideraciones, *la infografía es una explicación sintética que integra texto e imagen para transmitir los rasgos principales de una determinada información.*

· La información que transmite una infografía puede materializarse en tres niveles de iconicidad según sea el carácter de la misma. La función que cumple la imagen es siempre informativa.

· Todo hecho puede ser infografiado. Hay temas que son más susceptibles que otros, pero esto no significa que todas las infografías que se publican actualmente cumplan con esta condición.

· La combinación gráfica de texto e imagen, que se corresponde con el mecanismo de lectura del ojo de arriba hacia abajo y de izquierda a derecha, permite que el lector pueda comprender mejor la información.

Construcción de nuevas categorías teóricas

La relación que se establece entre los datos emergentes del análisis de contenido y el modelo de infografía como estructura informativa definida en el marco teórico, permitieron a las autoras, construir tres modelos de infografías que se presentan a continuación, acompañados con un ejemplo de cada uno:

Este modelo de INFOTOTAL es el que posee menor frecuencia dentro del corpus analizado.

Estableciendo una relación con las estructuras formales del género informativo, puede afirmarse que la estructura de la INFOTOTAL tiene su correlato con la del reportaje.

Figura N° 9: Estructura básica de una infototal

Fuente: las autoras

Figura N° 10: Estructura básica de una inforrelato

Fuente: las autoras

Este tipo de inforrelato es el más frecuente dentro de los casos analizados, cumple las mismas funciones que una crónica.

Figura N° 11: Estructura básica de una infopincel

Fuente: Las autoras

La INFOPINCEL no cuenta ninguna historia informativa. Este modelo es apto para mostrar la estructura o el interior de un objeto, ya sea este animado o inanimado.

Tiene resumen parcial: titular, donde se efectúa el planteamiento de la noticia. No tiene nudo, en su reemplazo se muestra cómo es el referente. El hecho de que no incluya los elementos básicos de la narración determina que no haya discurso narrativo, de esta manera la infopincel es básicamente descriptiva.

Puede ser parcialmente informativa, cuando responde a la mitad de las preguntas básicas; cuando responde a menos de la mitad, la INFOPINCEL es escasamente informativa. Estas características determinan que se asemeje a una nota de color.

Sea cual fuese la estructura de una infografía como estructura informativa periodística, se ha observado que este formato es apto para transmitir en forma autónoma e integral todos los aspectos de una noticia. Pero esta característica se contradice con la ubicación que se hace de este recurso en relación con los otros formatos dentro de la página.

Así, la INFOTOTAL refuerza a la crónica central, y la INFORRELATO y la INFOPINCEL ofrecen algún aspecto de la noticia, que para comprenderlo en su integralidad, requiere del apoyo de la nota central, donde se terminan de responder a las preguntas básicas que no se contemplan en la infografía original.

El 8% de las infografías aparece como único formato de tema dentro de la página.

De los casos analizados, no se encontró ninguno en que la información no debió presentarse a través de una infografía. Por el contrario, se observó la recurrencia de ciertos temas en infografías, lo cual permite estimar que son los más aptos para plasmarse a través de este recurso. Como por ejemplo: los mapas meteorológicos, las ubicaciones geográficas y las estructuras de los objetos.

Consideraciones finales

Dellamea (1994:166) plantea que «la denominada teoría periodística, surgida entre finales del siglo pasado y principios de este siglo, no ha

conseguido realizar aportes substanciales»

Con los resultados expuesto se intenta cubrir el «vacío» teórico existente, tanto del objeto de estudio, como desde una perspectiva macro de los géneros periodísticos.

El estudio aporta precisiones teóricas, hasta el momento ausentes, respecto a la infografía como estructura periodística informativa:

a-La infografía es el resultado de un proceso complejo que tiene como finalidad integrar texto e imagen para transmitir una determinada información al lector de manera clara, sencilla y precisa.

b-Se comprobó en qué medida las infografías publicadas en los medios impresos se adaptan a la definición de infografía como estructura periodística informativa, y a partir de estos datos se pudieron sistematizar tres modalidades específicas:

1- La INFOTOTAL: es aquella que responde a todas las preguntas básicas y es totalmente narrativa.

2- La INFORRELATO: puede ser parcial o escasamente informativa, de acuerdo a la cantidad de preguntas básicas que responda, y a su vez es seminarrativa.

3- La INFOPINCEL: muestra cómo es un objeto, es descriptiva.

c-De estos tres tipos, la INFOTOTAL es la única que se corresponde con el esquema básico de una infografía que funciona como estructura informativa expuesta en el marco teórico.

d-La infografía tomará las características particulares de alguno de estos tres tipos según las siguientes condiciones:

- Los datos con los que cuente el infografista.
- El espacio otorgado dentro de la página.
- El tiempo que demanda su producción..

e-Si bien no todos los hechos son pertinentes para ser representados a través de una infografía, de los que corresponden no todos deben presentarse a través de una INFOTOTAL. Quizás sea más conveniente plasmarlo a través de una INFORRELATO o INFOPINCEL. Dependiendo del tipo del hecho y de la cantidad de datos con los que se cuente.

f-El hecho de que la INFOPINCEL y la INFORRELATO no cumplan con todas las características de una estructura informativa no le resta valor informativo a la infografía. La única diferencia está en que el lector deba recurrir a la nota central para comprender la noticia en su totalidad.

Pero ¿cuándo un hecho es más susceptible que otro para ser transmitido a través de una infografía?:

g-El análisis demostró que cuando se da una relación directa entre las preguntas: ¿Qué? ¿Dónde? y ¿Cómo?, y sus respuestas pueden integrarse y explicarse visualmente, las posibilidades son favorables.

h-En función de este criterio se confirmó que son las noticias calientes, las más representadas a través de infografías, en relación con las noticias blandas.

Todos los tipos de noticias, sean duras o blandas pueden ser representadas mediante INFOTOTALES.

i-Las noticias blandas, al tener mayores posibilidades de tiempo y de investigación, se presentan con mayores ventajas de ser transmitidas mediante INFOTOTALES.

j-El único tipo de infografía que posee autonomía es la INFOTOTAL, la misma se da sólo en términos informativos, puesto que en el marco de la página la infografía, en la mayoría de los casos, acompaña a la nota central.

k-En el análisis de contenido, las proporciones de texto e imagen son equivalentes. Estos datos permiten afirmar que en una infografía el texto y la imagen están integrados en igual medida para transmitir la información.

l-La función informativa prima sobre la estética.

m-Es fundamental contar con toda la información necesaria y la capacidad de saber jerarquizarla y plasmarla gráficamente en la página.

Referencias

Aguilera, Miguel y Vivar, Hipólito. 1990. *La Infografía. Las nuevas*

- imágenes de la comunicación audiovisual en España*. Fundesco, Madrid. Antología. 1995. *Los Géneros Periodísticos*. Ediciones Colihue, Buenos Aires.
- Chappé, Jean María. 1992. *La Infografía de Prensa*, Editorial Centro de Información y Perfeccionamiento de Periodistas (CFPJ), París.
- Dellamea, Amalia. 1994. *El Discurso Informativo, Géneros Periodísticos*. Editorial Docencia. Primera Edición, Buenos Aires.
- Frascara, Jorge. 1998. *Diseño gráfico y comunicación*, Ediciones Infinito, Buenos Aires, sexta edición.
- Gioda, Lionel. 1993. *Periodismo Informativo. Subgéneros periodísticos* UNRC, Facultad de Ciencias Humanas, Departamento de Ciencias de la Comunicación, Río Cuarto.
- Gonzalez Reyna, Susana, 1991. *Géneros Periodísticos I. Periodismo de Opinión y Discurso*. Trillas, México.
- Holmes, Nigel. *Lo mejor en gráfica diagramática*. Rotovisión SA. Infografía Clarín, 1997. Buenos Aires, Grupo Clarín.
- Pablos Cuello, Juan Manuel. 1991. La Infografía, el nuevo género periodístico. En *Estudios sobre Tecnologías de la Información*, Editorial Rialp SA. Madrid.
- Pablos Cuello, Juan Manuel, 1998. Siempre ha habido infografía. En *Revista Latina de Comunicación Social*, nº5, ; La Laguna (Tenerife) en la siguiente URL: <http://www.lazarillo.com/latina/a/88depablos.htm>
- Peltzer, Gonzalo. 1991. *Periodismo Iconográfico*, Ediciones Rialp S.A. Madrid.
- Riviere, Margarita. 1994. *Periodista*. Ediciones Grijalbo, Barcelona.
- Satué, Enric. 1994. *Diseñador*. Ediciones Grijalbo, Barcelona.
- Serra, Jaime. 1998. *¿Tenemos la información visual necesaria para hacer un gráfico?* Mimeo.
- Tello, Nerio. 1998. *Periodismo Actual. Guía para la acción*. Ediciones Colihue, Buenos Aires.
- Técnicas de Pintura y Diseño. 1992. *Diseño por ordenador. La ilustración*. Ediciones Génesis, España.
- Tuchman, G. 1978. *La producción de la Noticia. Estudio sobre la construcción de la realidad*. Ediciones Gilli SA, México.
- Warren, Carl. 1975. *Géneros Periodísticos Informativos*. Colección Libros de Comunicación Social, ATE. España.
- Wong Wucius. 1997. *Fundamentos del diseño*. Editorial Gustavo Gilli SA, segunda edición.

EL HOMBRE QUE JUEGA

Víctor Jesús Dama

EL HOMBRE QUE JUEGA

Víctor Jesús Dama*

* *In Memoriam*
Docente del Departamento de
Ciencias de la Comunicación
(1978-1999)

Introducción

Cuenta la leyenda que en tiempos de Ranqueles el mito de la creación fue producto del juego y travesura de “Chachao” y “Gualicho”; las dos divinidades del olimpo criollo.

“Chachao” aburrido en la eternidad del cielo, bajó a la tierra aun anegadiza y lluviosa. “Gozó el Indio Viejo, que era solamente un eterno niño, ensuciándose las manos y chapoteando la tierra anegadiza; moldeó con barro figuras de fantasía y ensayó soplarla para infundirle vida. Así fueron creados los animales”.

Luego, “vio su imagen reflejada en una laguna y tuvo el capricho de reproducirla en estatuillas de dos pies que, vestía como el ciripá y poncho”.

No eran reproducciones perfectas, pues el Viejo estaba de buen humor y solamente buscaba reírse de sí mismo.

En un momento el Viejo, ocupado en bolear un ñandú que se iba cielo arriba no advirtió que su hermano “Gualicho”, que también había descendido a la tierra, por gustarle una broma, sopló las criaturas bípedas que acababa de esculpir.

“Se llenaron de espanto ambos hijos del cielo cuando vieron a los objetos de barro moverse y discurrir como si fueran dioses...”⁽¹⁾

El Viejo Indio gozó jugando con la materia, ensayó darle vida y como estaba de buen humor, buscó reírse de sí mismo.

¿Acaso el “acto creativo” no es un juego ente autor, producto y usuario?

En esta ocasión trataré de aportar algunos elementos para que lo pensemos juntos.

Aristóteles y los saberes

Hojeando el Diccionario de Filosofía de Ferreter Mora⁽²⁾, encuentro una clasificación de los saberes a partir de Aristóteles que los divide en teóricos, prácticos y poéticos o productivos.

Mientras el objeto de los saberes teóricos es la verdad; el de los saberes prácticos es la acción encaminada a un fin; el de los saberes poéticos o productivos, es un objeto exterior producido por un agente.

A partir de esta premisa, se pueden pensar tres perfiles profesionales diferentes de comunicadores: los saberes teóricos formarán *Comunicólogos*, los prácticos *Planificadores* en comunicación y los poéticos o productivos *Creativos* en comunicación.

Esta triada entre el saber, el hacer y el crear, abre una serie de interrogantes como: ¿Qué se enseña?, ¿Cómo?, ¿A quién se forma?, Los profesionales ¿saben qué es ser comunicador?, ¿Cuál es el modelo social

1. Rosa, J.M. “*Historia Argentina*”. Tomo I, Segunda edición: 1965. Editor Juan C. Granda. Buenos Aires. Argentina.

2. Ferrater Mora, J. “*Diccionario de Filosofía*”. Tomo I, Quinta edición: junio de 1965. 2° reimpresión, Agosto de 1971. Editorial Sudamericana. Buenos Aires. Argentina.

3. San Sebastián, A. *Coloquio Internacional sobre "Creatividad, Arquitectura + Interdisciplina"*. Buenos Aires, julio de 1989. Edité a Lausanne, Suisse.

4. Litwin, E. *"Tecnología Educativa. Política, historias, propuestas"* Paidós, Buenos Aires, Barcelona, México. Primera edición, 1995

5. Adamson, G. *Coloquio Internacional sobre "Creatividad, Arquitectura + Interdisciplina"*. Buenos Aires, julio de 1989. Edité a Lausanne, Suisse.

del comunicador?, ¿Existe diferencia con el modelo académico?

Similares preguntas se hace San Sebastián, arquitecto y psicólogo social, en el campo de la profesión de arquitectos y su enseñanza en la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo de la U.B.A.⁽³⁾

Abriendo interrogantes

- ¿Qué entendemos por enseñar?

Bruner (1988) caracteriza el proceso educativo como un "proceso de incorporación a las formas de comprensión y adecuación para la vida, en una sociedad y una cultura donde las formas habituales de educación se generan en contextos de acción en los que el aprendizaje se produce casi como subproducto de operar, en general, directamente con el mundo y en donde se reflexiona y actúa con algunos objetivos pragmáticos en mente" (citado por Litwin Pág. 16).⁽⁴⁾

Dicho de otro modo, este proceso de adecuación a la vida en una sociedad y una cultura dada, nos permite afirmar con Adamson que "la educación tiene como objetivo la transmisión de un saber acumulado, la formulación ordenada de los conocimientos ya producidos".⁽⁵⁾ (Pág. 360)

- ¿Cómo se transfieren esas formas de comprensión y adecuación para la vida?

Ya que no se puede dar lo que uno no tiene, y en este caso no se conoce; cada docente transfiere los conocimientos operacionales a partir de su propia historia, o como dice Bruner "actúa con algunos objetivos pragmáticos en mente"

- ¿A quién se forma?

La cantidad suele estar reñida con la calidad. Esto pasa en educación, donde el docente se transforma en dictador de conceptos en lugar de orientador de procesos de aprendizaje a partir de los múltiples horizontes culturales de sus alumnos.

Hay casos en que las motivaciones con que ingresan los alumnos son diversas y dispersas, y la información que tienen es tan precaria, que transitan por las materias hasta la mitad de la carrera y luego, ya que están, siguen a los tropiezos hasta alcanzar un diploma.

- Los profesionales ¿saben que es ser comunicador?

Esta pregunta es importante que la contesten los profesionales en actividad, ya apartados del mundillo de lo académico.

- ¿Cuál es el modelo social del comunicador?

Esto se inscribe en el imaginario colectivo, donde es la gente quien exige a los profesionales determinadas actitudes y saberes, muchas veces no acordes con su preparación o competencia específica.

En nuestro país, especialmente en la última década, los periodistas (comunicadores sociales) se han vuelto detectives, jueces, asesores de políticos o empleados en alguna empresa que entre la diversidad de rubros que maneja, son dueños también de algunos medios de comunicación.

- ¿Existe diferencia con el modelo académico?

¿Se ha investigado si la oferta académica que la institución hace, como del profesional que forma, es compatible con las expectativas o la ocupación real del comunicador en acto?.

La pregunta sobre modelo académico ha abierto otro interrogante que trataremos de debatir conjuntamente con aquella otra pregunta que quedó en suspenso: ¿Cómo enseñar aquello que decimos que enseñamos?

Estas preguntas son sólo retóricas si no están enmarcadas en una relación entre educadores y alumnos.

Dos modelos docentes

De la actitud del docente se desprende la posibilidad del *hipodermismo* o del *continentismo*. Y es necesario que me detenga en tratar de dilucidar ambos conceptos, porque de ello depende en gran parte el comportamiento de los alumnos y consecuentemente el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Parangono el “hipodermismo” con aquella teoría de la comunicación basada en la relación lineal estímulo/ respuesta, que como apunta Lund, “juntos constituyen una unidad. Se presuponen respectivamente. Estímulos que no producen respuestas no son estímulos. Y una respuesta necesariamente debe haber sido estimulada. Una respuesta no estimulada es como un efecto sin causa” (citado por Wolf, Pág. 28)⁽⁶⁾

En nuestro caso, el estímulo son los “saberes” que les inyectamos – quiero decir transferimos- y la respuesta es la medición del nivel de repetición que alcanzan los alumnos en una circunstancia dada –el acto de examen.

Caracterizo al “continentismo”, más que como una forma pedagógica, como una actitud entre los actores del proceso mediante el cual cada uno interviene activamente a través de su propia cosmovisión y el docente tiene como función especial la de ser receptor crítico estimulado por el protagonismo y la obra del alumno.

Este planteo puede interpretarse como “el oyente propone y nosotros complacemos” (título de un programa radial de la década del '50), capaz de espantar a más de uno entendiéndolo como la subversión entre la tradicional relación docente – alumno.

Y en cierta forma lo es, porque en lugar de considerar al otro elemento polar en el proceso de enseñanza – aprendizaje, se los considera a ambos sujetos interactivos, involucrados en un mismo proceso.

Esta relación es necesariamente asimétrica, pues el alumno llega con sus conocimientos predisciplinarios, mientras que el docente enfrenta la situación con un alto bagaje de conocimientos conceptuales, disciplinares e instrumentales operacionales.

Sobre el particular Gladys Adamson señala “Desde el punto de vista del docente hay una serie de conceptos o instrumentos operacionales que se juzga de importancia en cuanto a su apropiación por parte del alumno, ya que dará cuenta representativamente de cierto recorte de la realidad y de instrumentos para su percepción, su comprensión y su operación. Estos son estímulos para el alumno, estímulos que son entregados dosificadamente por el docente”⁽⁷⁾ (pag. 364)

Saber como se dosifican los estímulos y cuándo se entregan al alumno es el nudo de la cuestión.

La obra abierta

6. Wolf, Mauro. “La investigación de la comunicación de masas”. *Instrumentos Paidós, Buenos Aires, Barcelona, México. Tercera reimpresión, 1995*

7. Adamson, G. *op. cit.* 1989.

Ello requiere un manejo del programa de estudio como una obra abierta –estoy pensando en “Rayuela” de Julio Cortazar- en contraposición a programas tan pautados que los convierten en un guión de hierro –como les gusta decir a los creativos cinematográficos.

La construcción del conocimiento desde los saberes predisciplinarios del alumno, se me ocurre como un laberinto con muchas puertas de entrada (las que plantea el alumno) y una sola salida (la meta, el objetivo final).

O un juego de postas, donde en cada una de ellas los participantes deben responder a una consigna, como condición indispensable para poder seguir. Las consignas a sortearse en este proceso de apropiación del conocimiento podrían parangonarse con el relato mitológico de la Esfinge que camino a Tebas interrogaba al viajero sobre características de su propio hacer, que es el andar.

El interrogarse permanentemente por el objeto estudiado, los materiales que lo constituyen y la forma que adquieren a medida que se va trabajando esta “idea” (desde los saberes predisciplinarios del alumno) va construyendo el proceso creativo que desemboca, sin duda alguna, en un “objeto comunicacional”.

A ese producto me refiero como resultado del conocimiento poético cuya finalidad, según Aristóteles, es la de crear un “objeto exterior producido por un agente”.

En este juego de interacción recíproca, aparece ahora un tercer componente que es el “objeto comunicacional” como elemento verdadero y tangible, constituyéndose así una triada entre: docente / objeto / alumno.

El arquitecto y psicólogo social Álvaro San Sebastián señala que la aparición de un producto entre el maestro y el alumno es fundante y casi exclusiva de esta práctica pedagógica, y agrega: “generar objetos es una condición ineludible para la producción. Por lo tanto, aprenderla es también aprender a producir objetos y de esta manera se aprende (también) el proceso de producción...”⁽⁸⁾ (pág. 372)

Esto abre un nuevo tema de reflexión, que dejaré abierto, y es el del aprendiz copiator de objetos según las directivas del docente, o el aprendiz creador que es acompañado y cuestionado por el docente, como interlocutor horizontal con el objeto y su creador.

Otras dispersiones

Luego de este bombardeo de ideas sobre aptitudes y actitudes de los sujetos del proceso en función al producto final, y sin haber intentado cerrar los interrogantes planteados, les ruego me permitan una última dispersión:

En la ponencia sólo se habla de los saberes productivos o poéticos en el campo de la comunicación, sin mencionar alguna sobre los otros saberes.

En lo que hace a los saberes teóricos el asunto está bastante trabajado desde la matemática, la psicología social y la antropología lingüística, ciencias que para Alfred G. Smith permiten construir esta disciplina⁽⁹⁾

También ha tenido un extenso abordaje desde la disciplina misma.

En 1970, Dance apuntaba la aparición de más de 95 definiciones sobre comunicación en letras de molde (impresión)⁽¹⁰⁾

8. San Sebastián, A. *op. cit.* 1989

9. Smith A.G. (comp). “Comunicación y Cultura”. Tomo I. Edic. Nueva visión. Buenos Aires, 1976

Entre los saberes prácticos también hay un interesante corpus bibliográfico en lo que se refiere a la Sintaxis, que analiza los signos entre sí; la Semántica, que estudia como los signos se relacionan con las cosas; y la Pragmática, que estudia como se relacionan con la gente. ⁽¹¹⁾

Estos son los conceptos o instrumentos operacionales que Adamson señala como que el docente debe manejar ⁽¹²⁾

Los aspectos productivos de la comunicación se hallan menos trabajados sistemáticamente, y se encabalgan entre conceptos, instrumentos y estética.

Los aspectos conceptuales o teóricos ya han sido mencionados.

Los instrumentales refieren al uso de la tecnología puesta al servicio de la comunicación, que será seguramente tema de otras ponencias a presentar en este evento.

Arte y Comunicación

En cuanto a la Estética, este término viene del griego y significa “propio de los sentidos”. La Real Academia de Letras lo define como la: “ciencia que trata de la belleza y de la teoría fundamental y filosófica del arte” ⁽¹³⁾

De lo que atañe a este último párrafo da cuenta esta ponencia y aunque pueda parecer caprichoso articular una relación lógica entre “arte” y “comunicación”, acordemos que los mensajes son la esencia de la comunicación y como objeto material debe ser producido por alguien que, como apunta Ferrater Mora, “obedece a ciertos métodos y modelos que pueden descubrirse mediante el arte”. ⁽¹⁴⁾

¡Cuánta semejanza guarda este concepto con el postulado Aristotélico sobre los saberes poéticos o productivos!

Hasta aquí lo que creo el “deber ser” en los aprendizajes de la comunicación, sin embargo debemos reconocer que cualquier cambio que se encare como intentos aislados de alguna cátedra, o algún docente en particular, encontrará una muralla de prejuicios fomentada por toda una cultura hipodermista, con alumnos pasivos.

¿Utopía? no, “pero sí una empresa para pioneros. Tenemos necesidad de utopistas de genio, de un nuevo Julio Verne, no para bosquejar los rasgos generales de la civilización técnica fácilmente imaginable, sino para profetizar la existencia del hombre del futuro” –apuntaba Lászlo Moholy Nagy por el año 1928. ⁽¹⁵⁾ (pág. 26)

Para ello se necesitan profesionales que además de tener los saberes propios de la disciplina, es decir, los saberes teóricos; puedan “definir un concepto o un diseño conceptual y eso puede ser la gestación de un proyecto. Pueden estar presentes en un momento crítico, para aportar soluciones, para abrir nuevos mercados y captar nuevos campos de actividad”, según explica Teresa Rojo en su estudio “Los trabajadores del conocimiento” ⁽¹⁶⁾

Son profesionales que están presentes en todos los sectores “Pero donde mejor se adaptan al sistema productivo es en las actividades que se organizan especialmente para resolver problemas, es decir, en los servicios a las empresas (consultoría, telemática, marketing y publicidad o información) y en los servicios de las profesiones liberales” explica Emilio Fonteia, catedrático de Economía. ⁽¹⁷⁾

Más preguntas para el final

10. Citado por Mortensen, C.D.: “Comunicación: el sistema interpersonal”. Edic. Tres Tiempos. Buenos Aires, 1978

11. Smith, A. G. op.cit., 1976

12. Adamson, G. op. cit., 1976

13. Espasa Calpe, S.A.: “Diccionario de la lengua española”

14. Ferrater Mora, J. Op cit. 1971

15. Moholy-Nagy, L. “La nueva visión y Reseña de un artista”. Tercera edición en castellano, 1985. Ediciones Infinito. Buenos Aires.

16. Diario La Nación. Página 2, sección 8. 25 de julio de 1999.

17. Diario La Nación. Op cit.

Y es hora que ensaye alguna respuesta a esa pregunta: ¿Cómo enseñar aquello que decimos que enseñamos?.

La verdad es que no tengo ninguna, o lo que es peor creo tener más de una. Pero sin embargo, estas sólo son “ideas” que como el diamante en bruto; para que tenga valor hay que trabajarlo, es decir: pulirlo.

La imagen que tengo del problema es la de Miguel Angel cuando cincel y masa en mano se plantó frente a aquel cubo pétreo que recupera para los siglos.

Con un portentoso mapa constituido por sus bocetos: de frente, de perfil, de atrás, del otro perfil, de arriba, de abajo, este detalle, aquel otro, los músculos, el rostro, la postura... preconcieron la obra.

Luego, golpe a golpe fue desvastando la piedra eliminando lo superfluo, hasta dejar al descubierto el “Moisés” latente en la mole de piedra, pero sólo real luego del “hacer” del hombre.

Tan real, que acabada la obra, el escultor le arrojó el cincel y volvió a interrogar a la materia: “y por qué no hablas”

Entre tantas ponencias con rigor metodológico, esta que se juega entre el pensamiento lógico y el pensamiento mágico, que transita incansablemente entre ambos hemisferios cerebrales, sólo pretende abrir una puerta para ingresar a esta laberíntica construcción del conocimiento desde una idea germinal que para alcanzar su plenitud pone en juego la participación crítica y activa de todos los participantes del proceso.

**Red Iberoamericana
de Revistas de
Comunicación y Cultura**

Publicaciones participantes

OFICIOS TERRESTRES

Facultad de Periodismo y Comunicación Social. Universidad Nacional de la Plata. Av. 44 N° 676 La Plata, C.P. 1900.

Email: perio-01@isis.unlp.edu.ar

PUZZLE

Universidad Nacional de Cuyo, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Carrera de Comunicación Social. Mendoza, Argentina.

COMUNICAÇÃO E SOCIEDADE

Universidade Metodista de Ensino Superior, Faculdade de Comunicação Social. Rua do Sacramento 230. Rudge Ramos 09735-460, São Bernardo do Campo, SP, Brasil.

Email: metodpgp@eu.ansp.br

INTERCOM. REVISTA BRASILEIRA DE COMUNICAÇÃO

Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares de Comunicação. Av. Prof. Lúcio Martins Rodrigues 443; bloco A, sala 1, Cidade Universitaria. 05508-900 São Paulo, Brasil.

BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO

Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Rua Ramiro Barcelos, 2705. 90035-007, Porto Alegre, RS, Brasil.

Email: bibfbc@vortex.ufrgs.br

COMUNICAÇÃO & EDUCAÇÃO

Departamento de Comunicações e Artes. ECA/USP. Av. Prof. Lúcio Martins Rodrigues 443. Predio Central, 2° andar, sala B-17. Cidade Universitaria 05508-900. São, SP, Brasil.

Email: comeduc@usp.br

SIGNO Y PENSAMIENTO

Facultad de Comunicación y Lenguaje. Pontificia Universidad Javeriana. Carrera 7ª N° 43-82 - Edificio Angel Valtierra, piso 7. Santafé de Bogotá, Colombia.

Email: sinoyp@javercol.javeriana.edu.co

COMUNICACION U.P.B.

Facultad de Comunicación Social. Universidad Pontificia Bolivariana. Apartado aéreo 56006 - Medellín, Colombia.

ARANDU

Organizaciones Católicas de Comunicación. (OCIC-AL, UCLAP y Unda-AL) Alpallana 581 y Whimper, Apartado aéreo 17-21-178, Quito, Ecuador.

Email: scc@UIO.satnet.net

CHASQUI

CIESPAL. Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina. Av. Diego de Almagro 2155 y Andrade Marín. Casilla 17-01-584, Quito, Ecuador.
Email: chasqui@ciespal.org.ec

COMUNICAR. Revista de Educación en Medios de Comunicación

Grupo Comunicar. Apartado 527. 21080. Huelva, España.
Email: aguaded@uhu.es

ANALISI

Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació. Departament de Teoria de la Comunicació. 089193 Bellaterra, Barcelona, España.

COMUNICACION Y SOCIEDAD

Departamento de Estudios de la Comunicación Social, Universidad de Guadalajara. Paseo Poniente 2093, Jardines del Country, Guadalajara, Jalisco, México. Apartado postal 6-216.
<http://fuentes.csh.udg.mx/comysoc/comysoc.htm>

TECNOLOGIA Y COMUNICACION EDUCATIVAS

Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa. Calle del Puente N° 45, Col. Ejidos de Huipulco, Deleg. Tlalpan. C.P. 14380, México D.F., México.

REVISTA MEXICANA DE COMUNICACION

Fundación Manuel Buendía, AC. Guaymas 8-408, Col. Roma. 06700 México D.F., México.
Email: fbuendia@cmapus.cem.itesm.mx

ESTUDIOS SOBRE LAS CULTURAS CONTEMPORANEAS

Programa Cultura, Universidad de Colima. Apartado postal 294. 28000 Colima, Col. México.
Email: pcultura@cgic.ucol.mx
pcultura@volcan.ucol.mx

VERSION. Estudios de Comunicación y Política

Departamento de Educación y Comunicación. División de Ciencias Sociales y Humanidades. Universidad Autónoma Metropolitana - Xochimilco. Col. Villa Quietud, Deleg. Coyoacán, México D.F., México.

CONTRATEXTO

Facultad de Ciencias de la Comunicación. Universidad de Lima. Apartado 852, Lima 100, Perú.
Email: fondo-de@ulima.edu.pe

DIA-LOGOS DE LA COMUNICACION

FELAFACS - Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social. Calle F N° 261, Urb. Betelgeuse, San Borja, Lima 41. Apartado postal 180097, Lima 18 - Perú.
Email: wneira@felafacs.org.pe

CANDELA

Santiago de Chile 1180, esc. 301. 11200 Montevideo, Uruguay.

IN-MEDIACIONES DE LA COMUNICACION

Universidad ORT Uruguay. Facultad de Comunicación y Diseño. Mercedes 1199- 11.100 Montevideo, Uruguay.
<http://www.ort.edu.uy>

ANUARIO ININCO

Instituto de Investigaciones de la Comunicación. Facultad de Humanidades y Educación. Universidad Central de Venezuela. Av. Neverí, Centro Comercial Los Chaguaramos, piso 13, Los Chaguaramos. Apartado de correos 47.339, Caracas 1041, Venezuela.
Email: ininco@conicit.ve

COMUNICACION. Estudios Venezolanos de Comunicación

Centro Gumilla. Edificio Centro de Valores, local 2, Esquina Luneta, Altigracia. Apartado 4838, Caracas 1010 - A- Venezuela.
Email: cengumi@conicit.ve

REVISTA DE LITERATURA HISPANOAMERICANA

Universidad del Zulia. Facultad de Humanidades y Educación. Instituto de Investigaciones Lingüísticas y Literarias. Bloque Q, 204. Apartado 1490 Maracaibo, Estado Zulia, Venezuela.

TEMAS Y PROBLEMAS DE COMUNICACION

Departamento de Ciencias de la Comunicación. Facultad de Ciencias Humanas. Universidad Nacional de Río Cuarto. Agencia Postal N° 3 - 5800 - Río Cuarto, Córdoba, Argentina.
Email: temasyproblemas@hum.unrc.edu.ar

Temas y Problemas de Comunicación

Números anteriores

Primera etapa.

Temas y Problemas de Comunicación. Vol. 1. 1993.

- *La ley del deseo.* Daniel Ferniot, Carlos Rusconi y David Sisso
- *La otra cara de la pelota.* Rubén Darío Ramón
- *El paraíso perdido.* Fernando Clavero y Fredy Dutra

Temas y Problemas de Comunicación. Vol. 2. 1993.

- *Comunicación y sociedad en los 90.* Mabel Grillo

Temas y Problemas de Comunicación. Vol. 3. 1993.

- *Paradojas de la extensión rural.* Gustavo Cimadevilla y Edgardo Carniglia

Temas y Problemas de Comunicación. Vol. 4. 1994

- *Políticas de comunicación e integración latinoamericana. Incidencia de las nuevas tecnologías.* Liliana Llobet

Segunda etapa

Temas y Problemas de Comunicación. Año 3. Vol. 5. 1995.

- *Aproximaciones al estudio de la realidad.* Carlos González
- *Las nuevas tecnologías de comunicación y el Mercosur.* Liliana Llobet
- *El segundo diario.* Lionel Gioda
- *Cambio tecnológico y perdurabilidad hipodérmica.* Gustavo Cimadevilla y Edgardo Carniglia
- *El noticiero televisivo.* Mabel Grillo

Temas y Problemas de Comunicación. Año 4. Vol. 6. 1996

- *La interdisciplinariedad como práctica.* Eduardo G. Castro
- *Sistemas multimedia interactivos. Un repaso conceptual.* Analía Angeli
- *Las indagaciones sobre la cultura y la crítica del sentido común.* Raúl A. Rodríguez
- *Acción social y espacio social.* Ramón Monteiro
- *Aproximación a la enseñanza creativa del guión audiovisual.* Alberto Perona
- *Identidad joven y consumo de radio.* Carlos Rusconi y Susana Molina.

Temas y Problemas de Comunicación. Año 5. Vol. 7. 1997

- *Comunicación masiva y democracia: una mirada a la argentina.* Michael Morgan
- *Lo local como contexto de audiencias fluctuantes y espacio de interacciones productivas.* Mabel Grillo
- *Análisis de un suplemento periodístico rural en España. En busca de una mejor comunicación con información.* Ricardo Dominic Thorton

- *La moda y la televisión: mucho más que un lujo de pocos. Una reflexión acerca de homogeneidad y diferencias, consumos masivos y distinguidos.* Adriana Rizzo
- *Un periodista en la era del Marketing.* Lionel Gioda
- *La "apropiación" como dimensión para el estudio de la cultura.* Analía Brandolín.
- *Comunicación rural: el papel de los medios en la difusión de tecnología.* Ariadna Cantú.

Temas y Problemas de Comunicación. Año 6. Vol. 8. 1998

- *A formação universitária de jornalistas na América Latina.* José Marques de Melo
- *En el Mercosur ¿la comunicación dónde está?* Liliana Llobet
- *¿Multicultural electrónica? Una aproximación socio-cultural sobre la Televisión por Cable.* Roxana Cabello
- *Juventud y sectores sociales: apuntes para la comprensión del problema.* Ramón Monteiro
- *Entradas periodísticas. Diferentes opciones para comenzar a escribir una crónica.* María Aurelia Caritá
- *Con nuestra timidez, temblando suavemente en el balcón. Sobre los estilos de investigación comunicacional y la experiencia local.* Edgardo L. Carniglia
- *La comunicación entre dudas, paradojas y algunas razones siempre provisionarias.* Gustavo Cimadevilla

Temas y Problemas de Comunicación. Año 7. Vol. 9. 1999

- *La televisión regional en Bretaña: entre la reivindicación de identidad y el marketing cultural.* Jacques Guyot
- *A comunicação e desenvolvimento: a participação popular em tempo de globalização.* Maria Salett Tauk Santos
- *Las convenciones de una metodología anticonvencional.* Mabel Grillo
- *Interacción y comunicación mediática. Notas para repensar la recepción.* Carlos Rusconi
- *La presencia digital: Internet y las transformaciones culturales en el contexto del fin de milenio.* Claudio Asaad
- *Ciclo de Cine-Arte: propuestas y experiencias.* Elpidio Blas y Ricardo Sánchez
- *El lector pretende un diario nuevo, cada día.* Lionel Gioda
- *Sobre las materias prácticas y el pensamiento.* Alberto Ferreyra