

PONENCIA PRESENTADA POR EL LIC. CARLOS

BONILLA GUTIERREZ, COORDINADOR DEL DIPLOMADO EN
RELACIONES PÚBLICAS EN EL CENTRO AVANZADO DE
COMUNICACION (CADEC), DURANTE EL V ENCUENTRO CONEICC

(1.

CC

AI

1483

MÉ CORRESPONDE HABLAR SOBRE LAS CARACTERÍSTICAS, CONDICIONES, TENDENCIAS Y PERSPECTIVAS DE DESARROLLO DEL EJERCICIO PROFESIONAL DE LAS RELACIONES PÚBLICAS, QUE CONSTITUYE UNA ALTERNATIVA LABORAL PARA EL EGRESADO DE LAS ESCUELAS DE COMUNICACIÓN.

DICEN QUE RELACIONES PÚBLICAS ES UN CONCEPTO SURREALISTA, PORQUE PARA EXPLICAR LO QUE ES, PRIMERO HAY QUE HABLAR DE LO QUE NO ES.

QUIÉN NO HA ESCUCHADO QUE EL PROFESIONAL O EL PROFESOR DE LA ESPECIALIDAD PRIMERO SE ESFUERCE EN EXPLICAR O DAR LECTURA A LA LARGA LISTA DE ACTIVIDADES QUE SE HAN ETIQUETADO A LO LARGO DE LA HISTORIA COMO RELACIONES PÚBLICAS, LA MAYORÍA DE ELLAS AJENAS COMPLETAMENTE AL VERDADERO EJERCICIO PROFESIONAL Y OTRAS QUE FORMAN PARTE DE LA COMPLEJA GAMA DE ACTIVIDADES QUE COMPRENDE LA APLICACIÓN DE UN PROGRAMA DE R.P., PERO SON SOLO ESO, PARTES DE UN TODO, QUE NO PUEDEN DESCRIBIR UNA ACTIVIDAD PROFESIONAL NI UN CONCEPTO

CUÁNTAS VECES HABRÁN ESCUCHADO MUCHOS DE USTEDES QUE EL ORGANIZADOR DE COTELES, EL GESTOR, EL GRAN SIMPÁTICO, EL HOMBRE ORQUESTA O EL SEÑOR DE LOS AEROPUERTOS NO SON PROTOTIPOS DEL RELACIONISTA PÚBLICO, COMO ALGUNOS LOS HAN CONSIDERADO. QUIZÁ YA QUEDÓ CLARO LO QUE NO SON LAS RELACIONES PÚBLICAS, PERO TODAVÍA NO, BIEN A BIEN, LO QUE SON Y SOBRE TODO LAS OPORTUNIDADES QUE OFRECE EL EJERCICIO DE ESTA PROFESIÓN, QUE AUNQUE MAL ENTENDIDA Y POR LO MISMO DESPRESTIGIADA, CONSTITUYE UNA ALTERNATIVA LABORAL PARA USTEDES.

TOMANDO ESTO COMO PUNTO DE PARTIDA, HEMOS DE REFERIRNOS EN PRIMERA INSTANCIA A LA EVOLUCIÓN DEL CONCEPTO "RELACIONES PÚBLICAS"; LUEGO TRATAREMOS DE DAR UN PANORAMA DEL EJERCICIO PROFESIONAL EN LOS ÚLTIMOS DIEZ AÑOS. CON ELLO TENDREMOS LOS ELEMENTOS NECESARIOS PARA DESCRIBIR EL ESTADO QUE GUARDA EL EJERCICIO DE LA ACTIVIDAD RELACIONÍSTA EN MÉXICO.

FINALMENTE APORTAREMOS ELEMENTOS PARA CONCLUIR CUÁLES SON LAS PERSPECTIVAS INMEDIATAS Y MEDIATAS DE LA PROFESION DE RELACIONES PÚBLICAS Y QUÉ SE PUEDE ESPERAR PARA ELLAS, EN NUESTRO PAÍS.

EVOLUCION HISTORICA DEL CONCEPTO.

FUE DURANTE LA PRIMERA MITAD DEL SIGLO EN QUE VIVIMOS CUANDO LAS RELACIONES PÚBLICAS FUERON CONCEBIDAS COMO UNA TÉCNICA PARA CONSEGUIR EL FAVOR DE LOS PÚBLICOS QUE CIRCUNDAN A LAS ORGANIZACIONES.

EN LA ÉPOCA DE LA REVOLUCIÓN INDUSTRIAL Y EL MAQUINISMO, CUANDO LAS GRANDES EMPRESAS DE LOS PAÍSES ALTAMENTE INDUSTRIALIZADOS SE HABÍAN CONVERTIDO EN UN MEDIO DE SATISFACCIÓN DE NECESIDADES EGOISTAS; EL ENRIQUECIMIENTO DE LOS PATRONES Y LA PAUPERIZACIÓN DE LOS OBREROS TRAJERON COMO CONSECUENCIA CRUENTAS LUCHAS SOCIALES QUE MAS TARDE SE CONVIRTIERON EN MOVIMIENTOS POLÍTICOS Y SINDICALES QUE A LA POSTRE DETERMINARÍAN LA RENOVACIÓN DE CONCEPTOS Y ACTITUDES.

LA EMPRESA COMIENZA A VALORAR LOS FACTORES SOCIALES Y NACEN LAS RELACIONES INDUSTRIALES COMO UNA TÉCNICA DE PROMOCIÓN DE LA ARMONÍA OBRERO PATRONAL.

HACIA 1930 EMPIEZA A GENERAR UN SENTIMIENTO VERDADERAMENTE HUMANÍSTICO Y SE MANIFIESTA UN CRECIENTE INTERÉS POR LAS RELACIONES HUMANAS. ESTUDIOSOS COMO ELTON MAYO Y ROETHISBERGER PARTEN DEL PRINCIPIO DE QUE EL HOMBRE DEBE SER CONSIDERADO, ANTES QUE NADA, EN SU DIMENSIÓN HUMANA Y QUE ESTE PRINCIPIO ES MÁS IMPORTANTE PARA LA EFICIENCIA Y LA PRODUCTIVIDAD, QUE LOS FACTORES MATERIALES TALES COMO LAS INSTALACIONES, LOS COLORES, EL ALUMBRADO E, INCLUSO, LA REMUNERACIÓN.

A PARTIR DE ESE MOMENTO LA ADMINISTRACIÓN NO SÓLO SE SUSTENTA EN LA TEORÍA GERENCIAL DE FAYOL Y EN LA ORGANIZACIÓN CIENTÍFICA DEL TRABAJO DE TAYLOR, SINO QUE SE COMPLEMENTA Y SE ROBUSTECE CON LAS RELACIONES HUMANAS.

YA EL HOMBRE PARA ALCANZAR OBJETIVOS POR MEDIO DE OTROS HOMBRES NO VE EN ÉSTOS SIMPLES INSTRUMENTOS DE PRODUCCIÓN, SINO A SEMEJANTES QUE TIENEN PERSONALIDAD, QUE SIENTEN, QUE RAZONAN, QUE TIENEN AMBICIONES Y QUE QUIEREN QUE SE LES RESPETE Y SE LES TRATE COMO SERES HUMANOS.

PASARON TODAVÍA LARGOS AÑOS PARA QUE LOS EMPRESARIOS SE PERCATARAN DE LA NECESIDAD DE ATENDER NO SÓLO LAS DEMANDAS Y RECLAMOS DE LOS CLIENTES O USUARIOS, SINO TAMBIÉN LAS EXIGENCIAS, PUNTOS DE VISTA Y OPINIONES DE LOS DEMÁS SECTORES HUMANOS PARTICIPANTES EN EL PROCESO SOCIO-ECONÓMICO DE LA EMPRESA, LA PRODUCCIÓN, LA DISTRIBUCIÓN Y EL CONSUMO.

CUANDO ESTA NECESIDAD FUE COMPRENDIDA EN TODA SU MAGNITUD, SURGIERON LAS RELACIONES PÚBLICAS, COMO UNA FUNCIÓN PSICO-SOCIAL ADMINISTRATIVA IMPRESCINDIBLE PARA LA CONCILIACIÓN DE INTERESES, ACTITUDES Y OPINIONES DE TODOS LOS PÚBLICOS PARTICIPANTES EN LA COTIDIANA ACTIVIDAD EMPRESARIAL.

ES, PUES, EN ESTOS ÚLTIMOS TIEMPOS QUE LA RELACIONES PÚBLICAS SE CONSTITUYERON COMO UNA FUNCIÓN, SUPERANDO SU CARÁCTER FÁCTICO, ES DECIR SU CONDICIÓN DE ESPONTÁNEO CONTACTO HUMANO.

LAS RELACIONES PÚBLICAS FUERON YA CONSIDERADAS UNA "TÉCNICA PRAGMÁTICA DE CARÁCTER SOCIAL" DESTINADA A SONDEAR LA OPINIÓN PÚBLICA E INFLUIR EN EL COMPORTAMIENTO DE LOS PÚBLICOS PROMOVRIENDO RECÍPROCO ENTENDIMIENTO, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE MÉTODOS ADMINISTRATIVOS, PSICOLÓGICOS, SOCIOLÓGICOS Y ANTROPOLÓGICO SOCIALES.

ESTA DISCIPLINA EXTENDIÓ SU APLICACIÓN AL CAMPO DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA Y EN GENERAL A TODAS LAS INSTITUCIONES, ASOCIACIONES, ORGANIZACIONES O CORPORACIONES QUE IMPLICAN VINCULACIONES HUMANAS QUE DEBEN SER ORIENTADAS.

SEGÚN CUTTLIP Y CENTER Y MUCHOS OTROS AUTORES, FUE EN LOS ESTADOS UNIDOS DONDE SE IMPLANTARON POR PRIMERA VEZ LAS RELACIONES PÚBLICAS A NIVEL FUNCIÓN ADMINISTRATIVA, CONSIDERÁNDOSE AL PERIODISTA Y PUBLICISTA IVY LEDBETTER LEE, PRECISAMENTE COMO EL CREADOR DE LAS RELACIONES PÚBLICAS PROFESIONALES. ALGUNOS DICEN QUE IVY LEE, NO OBSTANTE SU PROCEDENCIA MERCANTILISTA, TUVO LA VIRTUD DE INFUNDIR EN EL EMPRESARIO LA NECESIDAD DE HUMANIZAR LOS NEGOCIOS. EN LO QUE ESTÁN DE ACUERDO TODOS ES EN EL HECHO DE QUE ESTE PIONERO DE LA RELACIONES PÚBLICAS, DESDE SUS ORÍGENES UBICÓ A ESTA ACTIVIDAD EN EL MÁS ALTO NIVEL DE LA ADMINISTRACIÓN, ES DECIR, EN CONTACTO DIRECTO CON LOS EJECUTIVOS DE MAYOR JERARQUÍA.

LA COMPRESIÓN DE LA NECESIDAD DE LAS RELACIONES PÚBLICAS COMO UNA TÉCNICA FUNDAMENTAL PARA EL LOGRO DE LA INTEGRACIÓN DE LOS INTERESES LEGÍTIMOS ENTRE UNA ORGANIZACIÓN Y SUS PÚBLICOS EN TODA ESFERA DE ACTIVIDADES SOCIALES, HA DETERMINADO SU PROFESIONALIZACIÓN Y DESARROLLO A NIVEL UNIVERSITARIO. Y ES ASÍ COMO EN LA ACTUALIDAD SE ENSEÑA ESTA DISCIPLINA EN ALGUNAS UNIVERSIDADES DE AMÉRICA, EUROPA, ASIA, AFRICA Y OCEANÍA. MÁS DE CINCUENTA UNIVERSIDADES NORTEAMERICANAS LA HAN INCLUIDO EN SUS CURRÍCULA DE ESTUDIOS.

EN LO REFERENTE A LA EVOLUCIÓN DEL CONCEPTO, DESDE QUE EN 1882 DORMAN EATON PRONUNCIÓ POR PRIMERA VEZ LOS VOCABLOS "RELACIONES PÚBLICAS" DURANTE UNA CONFERENCIA, ÉSTOS HAN SIDO EXCELENTE COMODINES PARA ETIQUETAR INFINIDAD DE ACTIVIDADES DE DIFERENTE ÍNDOLE, RELACIONADAS DESDE CON LA PROMOCIÓN DE VENTAS HASTA CON EL "COYOTAJE".

ESTE ES UNO DE LOS MOTIVOS PRINCIPALES QUE CAUSÓ EL PAULATINO DESCREDITO QUE AHORA PADECEN EL TÉRMINO Y LA PROFESIÓN.

HASTA HACE POCO LOS ESTUDIOSOS DE LA MATERIA NO DEFINÍAN UN CRITERIO SOBRE LA UTILIZACIÓN DEL TÉRMINO PARA DESIGNAR UN OBJETIVO, LOS MEDIOS PARA CONSEGUIR ESE OBJETIVO, O LA CALIDAD Y CONDICIONES DE LAS RELACIONES DE UN ORGANISMO.

LAS PECULIARES CIRCUNSTANCIAS QUE HAN MEDIADO DURANTE EL DESARROLLO DE LAS RELACIONES PÚBLICAS, PROPICIARON LA APARICIÓN DE INCONTABLES DEFINICIONES PARA ESTA ACTIVIDAD. ÉSTE HECHO NO ES NUEVO PARA USTEDES, QUE DEBEN CONOCER DESDE LAS MAS SIMPLES

COMO "RELACIONES PÚBLICAS ES HACER BIEN LAS COSAS Y QUE LO SE-
PAN LOS DEMÁS", HASTA LAS MÁS COMPLETAS, QUE YA INCLUYEN CONCEP-
TOS COMO "INTEGRACIÓN" Y "PÚBLICOS".

EL EJEMPLO DE UNA DEFINICIÓN COMPLETA Y ACERCADA A LO QUE IDEAL-
MENTE ES EL EJERCICIO PROFESIONAL DE LAS RELACIONES PÚBLICAS,
ES AQUELLA ADOPTADA EN 1963 POR LA FEDERACIÓN INTERAMERICANA DE
ASOCIACIONES DE RELACIONES PÚBLICAS (FIARP) Y QUE FUE PRESENTA-
DA POR LA ASOCIACIÓN DE RELACIONISTAS DE VENEZUELA. DEFINE A
LAS RELACIONES PÚBLICAS COMO "UNA DISCIPLINA SOCIO-TECNICO-ADMI-
NISTRATIVA MEDIANTE LA CUAL SE ANALIZA Y EVALÚA LA OPINIÓN Y AC-
TITUD DEL PÚBLICO Y SE LLEVA A CABO UN PROGRAMA DE ACCIÓN PLANI-
FICADO, CONTÍNUO Y DE COMUNICACIÓN RECÍPROCA BASADO EN EL INTE-
RÉS DE LA COMUNIDAD Y DESTINADO A MANTENER UNA AFINIDAD Y COMPREN-
SIÓN PROVECHOSA CON EL PÚBLICO".

EL EJERCICIO PROFESIONAL DURANTE LOS ÚLTIMOS DIEZ AÑOS.

EN LOS COMIENZOS DE LA DÉCADA ANTERIOR (LOS AÑOS 70') TANTO EL
CONCEPTO COMO EL EJERCICIO PROFESIONAL DE LAS RELACIONES PÚBLI-
CAS HABÍAN LLEGADO AL FINAL DE UNA PRIMERA ETAPA QUE VA, EN LA
PRÁCTICA, DE LOS AÑOS TREINTA HASTA 1970.

DURANTE ESA PRIMERA ETAPA, LAS RELACIONES PÚBLICAS LOGRARON PE-
NETRAR E INSTAURARSE EN EMPRESAS E INSTITUCIONES DE PRÁCTICAMEN-
TE TODO EL MUNDO, AUNQUE EN GRADO DE EJERCICIO Y DE ACEPTACIÓN
VARIABLE.

PUEDE AFIRMARSE QUE, EN LAS PRIMERAS CUATRO O CINCO DÉCADAS, LAS RELACIONES PÚBLICAS ENTRARON EN UN PROCESO DE DIFUSIÓN PERO, A LA VEZ, DE DEPURACIÓN RESPECTO A LAS ADHERENCIAS Y CONFUSIONES QUE, POR MÁS DE UN CONCEPTO, VENÍAN OBSTRUYENDO SU VERDADERA FUNCIÓN, A RESULTAS DE LAS REITERADAS IMPROVISACIONES DERIVADAS TANTO DE LA PRÁCTICA COTIDIANA COMO, SOBRE TODO, DE LA FALTA DE UN MARCO CONCEPTUAL ADECUADO.

ESTE PROCESO DE DEPURACIÓN ES VISIBLE PARTICULARMENTE EN EL DESARROLLO DE LAS ASOCIACIONES PROFESIONALES QUE EMPEZARON A CONSTITUIRSE AL FINALIZAR LA PRIMERA MITAD DEL SIGLO Y EN CUYO SENO SE INICIARON LOS PLANTEAMIENTOS Y CRITERIOS PARA UNA CRECIENTE PROFESIONALIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD.

ASÍ, FUE DESLINDÁNDOSE PROGRESIVAMENTE EL EJERCICIO PROFESIONAL, DE ACTIVIDADES TALES COMO LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS SOCIALES, LA GESTORÍA EN OFICINAS GUBERNAMENTALES, LA PROPAGANDA PERSONAL, LAS "ATENCIÓNES" A CLIENTES IMPORTANTES, LA MANIPULACIÓN DE REPORTEROS Y COLUMNISTAS, ETC., Y SITUANDO LAS RELACIONES PÚBLICAS FRENTE A DISCIPLINAS YA CONSTITUIDAS PERO COINCIDENTES Y ALEDAÑAS EN LA PRÁCTICA A LA GESTIÓN RELACIONÍSTICA: LA PUBLICIDAD, EL PERIODISMO, LA MERCADOTECNIA, LA ORGANIZACIÓN DE VENTAS, ETC. SIN EMBARGO, SUBSISTÍAN DETERMINADAS TENDENCIAS O CONCEPTOS PARTICULARMENTE BAJO EL INFLUJO DEL PRAGMATISMO IMPERANTE EN EL "AMERICAN WAY OF LIFE" -NO DEBE OLVIDARSE QUE EN LOS ESTADOS UNIDOS SE ORGINAN HISTÓRICAMENTE EL NOMBRE Y LA CONFIGURACIÓN

DE ESTA NUEVA ACTIVIDAD- QUE PESABAN DEMASIADO EN LA CONCIENCIA UNIVERSAL DE LOS "EXPERTOS EN RELACIONES PÚBLICAS"; TENDENCIAS Y CONCEPTOS QUE SOBREVIVEN HASTA LA FECHA Y QUE, POR LA INERCIA NATURAL DE LA CONDICIÓN HUMANA Y DE LOS HÁBITOS GENERALIZADOS, TARDARÁN TODAVÍA ALGÚN TIEMPO EN DESAPARECER POR COMPLETO.

PUEDE AFIRMARSE QUE, EN TÉRMINOS GENERALES, ESTAS TENDENCIAS O CONCEPTOS HAN VENIDO A OBSCURECER EL PANORAMA DE LA VERDADERA FUNCIÓN Y ALCANCES DE LAS RELACIONES PÚBLICAS, CON UN DENOMINADOR COMÚN: EL LUCRO, INMEDIATO O DIFERIDO, COMO PROPÓSITO PRIMERO Y ÚLTIMO DE LA ACTIVIDAD. UNA VEZ MÁS EL PESO DE LA ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL Y EL RECLAMO DE UTILIDADES, POR UNA PARTE; LOS ATAQUES MULTIPLICADOS A LOS GRANDES CONSORCIOS INTERNACIONALES, POR LA OTRA, ORIGINARON UNA REACCIÓN EN CADENA -DE PROMOCIÓN AL CONSUMISMO Y DEFENSA DE LOS GRANDES INTERESES MULTINACIONALES- QUE PRETENDIÓ SITUAR A LAS RELACIONES PÚBLICAS COMO "HERRAMIENTA" Y CELOSO GUARDÍAN DE LAS CRECIENTES FIRMAS INDUSTRIALES O COMERCIALES.

PARALELAMENTE, LA NECESIDAD DE DOMINIO DE LAS MASAS Y EL IMPERATIVO DE REGULAR Y ATRAERSE UNA OPINIÓN PÚBLICA CADA DÍA MÁS AGRESIVA, POR PARTE DE LOS GOBIERNOS, CONTRIBUYERON A QUE ESTOS INSTRUMENTARAN TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS CADA VEZ MÁS COMPLEJOS PARA EL "CONTROL" DE AMPLIOS GRUPOS SOCIALES; CONTROL QUE A LA POSTRE VENÍAN A IDENTIFICARSE CON UNA VERDADERA MANIPULACIÓN COLECTIVA, CON EL NOMBRE DE "RELACIONES PÚBLICAS".

EN ESTE PANORAMA, LA RELACIONES PÚBLICAS HAN VENIDO IDENTIFICÁNDOSE PROGRESIVAMENTE -EN UN PROCESO DE ACCIÓN Y RECTIFICACIÓN

QUE TODAVÍA SUBSISTE- COMO ACTIVIDAD Y DISCIPLINA DE "PERSUACIÓN" APLICADA MASIVAMENTE; COMO ESQUEMA DE "COMUNICACIÓN", "COMUNICACIÓN PÚBLICA" O "COMUNICACIÓN SOCIAL"; COMO GESTIÓN ORGANIZADA DE "NEGOCIOS PÚBLICOS" (PUBLIC AFFAIRS) EN LOS QUE SE INVOLUCRA, POR SUPUESTO, LA OPINIÓN PÚBLICA Y LAS REACCIONES SOCIALES; COMO FACTOR DE "IMAGEN PÚBLICA" AL SERVICIO DE LAS EMPRESAS Y LAS INSTITUCIONES OFICIALES; COMO ELEMENTO CENTRAL DE "DIFUSIÓN", PARA TODOS LOS "PÚBLICOS", DE IDEAS E INFORMACIÓN GENERAL QUE ABOBEN EL TERRENO PARA LA ACEPTACIÓN COLECTIVA DE TESIS, POLÍTICAS, ENTIDADES, EMPRESAS, INTERESES, ETC., POR PARTE DE LA COMUNIDAD. ENTRE LAS ÚLTIMAS ACUÑACIONES DE RELATIVO GRAN ÉXITO, CABE CITAR LA DE EDWARD L. BERNAYS, QUIEN HACE CONSISTIR LAS RELACIONES PÚBLICAS EN SU "INGENIERÍA DEL CONSENTIMIENTO" APLICABLE EN CUALQUIER CASO AL "CONTROL" DE REACCIONES SOCIALES NEGATIVAS Y AL DESARROLLO DE ACTITUDES POSITIVAS EN FAVOR DE UNA INSTITUCIÓN, EMPRESA, CORPORACIÓN O "CAUSA" DETERMINADA.

ESTA PROFUSIÓN DE CONCEPTOS Y TENDENCIAS TERMINÓ, EN LA DÉCADA DE LOS 70, POR CREAR UN LÓGICO DESCONCIERTO SOBRE LA VERDADERA FUNCIÓN DE LAS RELACIONES PÚBLICAS Y SOBRE LA ÍNDOLE DE SU EJERCICIO PROFESIONAL, TANTO ENTRE LOS PROPIOS PROFESIONALES COMO EN EL ÁMBITO DE LAS EMPRESAS E INSTITUCIONES, AL IGUAL EN LOS DIVERSOS SECTORES VINCULADOS CON ESTA ACTIVIDAD.

LO CUAL RESULTABA TODAVÍA MÁS GRAVE SI SE REFLEXIONA EN QUE, YA PARA ESOS AÑOS, EXISTIA EN NUMEROSAS UNIVERSIDADES LA CARRERA DE "RELACIONES PÚBLICAS", GENERALMENTE BAJO EL RUBRE -COMO ESPECIALIDAD- DE "CIENCIAS Y TÉCNICAS DE LA COMUNICACIÓN", CUYOS

EGRESADOS NO CONSEGUÍAN -EXPLICABLEMENTE, POR LO DEMÁS- ACOMODO FÁCIL EN UN MERCADO DE TRABAJO QUE NO ACABABA DE CONFIGURARSE.

EL PANORAMA DEL EJERCICIO PROFESIONAL NO HA VARIADO SUSTANCIALMENTE DURANTE LOS ÚLTIMOS AÑOS.

LA FALTA DE UN PERFIL DEL PROFESIONAL DE RELACIONES PÚBLICAS HA PROVOCADO QUE LA ACTIVIDAD DEL RELACIONISTA SE CONFUNDA CON LA DE OTROS QUE DESARROLLAN TAREAS AFINES O CONEXAS. ESTE AÑEJO PROBLEMA SIGUE REPRESENTANDO UNO DE LOS OBSTÁCULOS PRINCIPALES PARA QUE EL EGRESADO DE UNA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN ENCUENTRE ACOMODO EN ESTE CAMPO LABORAL.

LAS RELACIONES PÚBLICAS COMPITEN EN CADA MEDIO CON LAS POSIBILIDADES DE SU DISTORSIÓN PROFESIONAL Y LA DESVIACIÓN DE SUS ACCIONES A TERRENOS QUE NO SON DE SU COMPETENCIA (COMERCIALIZACIÓN, RELACIONES INDUSTRIALES, PUBLICIDAD, ETC.), LAS IMPROVISACIONES SON FRECUENTES Y LAS POSTERGACIONES COMUNES. LAMENTABLEMENTE, EL EJERCICIO PROFESIONAL ESTÁ AÚN PLAGADO DE IMPROVISADOS QUE REALIZAN ACTIVIDADES DE RELACIONES PÚBLICAS SIN CONTAR CON LA PREPARACIÓN NECESARIA PARA ELLO.

FRECUENTEMENTE NOS ENCONTRAMOS CON QUE LA ACTIVIDAD DE RELACIONES PÚBLICAS ESTÁ SUBORDINADA A OTRAS ÁREAS QUE NO SON LA MÁS ALTA JERARQUÍA INSTITUCIONAL, COMO LA DE RELACIONES INDUSTRIALES (LIMITÁNDOLAS A LA ATENCIÓN DEL PÚBLICO INTERNO); VENTAS O COMERCIALIZACIÓN (DESTINÁNDOLAS AL APOYO DEL PROCESO DE PROMOCIÓN DE PRODUCTOS O SERVICIOS); ADMINISTRACIÓN O FINANZAS (APROVECHANDO SU APOORTE PARA EL SEGUIMIENTO DE EXPEDIENTE O NEGOCIACIONES ANTE ORGANISMOS OFICIALES, BANCARIOS O FINANCIEROS) Y ASÍ

OCURRE EN OTROS CASOS EN LOS QUE SE DESVIRTÚAN LA ESENCIA Y TRASCENDENCIA DE LA ESPECIALIDAD.

DE ESTA MANERA SE SIGUEN DANDO ALARMANTES DICOTOMÍAS EN LA ATRIBUCIÓN DE JERARQUÍA A LAS RELACIONES PÚBLICAS POR PARTE DE LAS DISTINTAS ENTIDADES DE LA SOCIEDAD, Y LO QUE ES MÁS PENOSO Y PELIGROSO, ESTA PROFESIÓN ESTÁ PERDIENDO NOMBRE Y APELLIDO PROFESIONAL. COMO PRUEBA DEL ELLO, EN LA ACTUALIDAD DIVERSAS ORGANIZACIONES PRIVADAS Y ENTIDADES DEL SECTOR PÚBLICO HAN ADOPTADO RÓTULOS REFORMISTAS PARA LA ACTIVIDAD, COMO "COMUNICACIÓN SOCIAL", "ASUNTOS PÚBLICOS", "COMUNICACIONES PÚBLICAS", "COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL", ETC.; SIN CONSIDERAR QUE LA COMUNICACIÓN ES SÓLO UNO DE LOS ELEMENTOS CONTENIDOS EN LAS RELACIONES PÚBLICAS.

POR OTRA PARTE, LAS ASOCIACIONES PROFESIONALES Y ESCUELAS DE LA ESPECIALIDAD NO HAN SIDO CAPACES EN NUESTRO PAÍS DE DAR A LAS RELACIONES PÚBLICAS LA PROYECCIÓN QUE REQUIEREN PARA IDENTIFICARSE COMO UNA ACTIVIDAD PROFESIONAL CON TÉCNICAS Y RASGOS PROPIOS QUE LA DIFERENCIAS DE OTRAS ACTIVIDADES AFINES. COMO CONSECUENCIA DE ELLO, LAS RELACIONES PÚBLICAS SE HAN DEBATIDO ENMEDIO DE UNA INCOMPRENSIÓN ALIMENTADA POR LOS FACTORES YA CITADOS, MISMOS QUE NO HAN SIDO DEBIDAMENTE NEUTRALIZADOS POR MEDIO DE LINEAMIENTOS PRECISOS, DINÁMICOS Y ACTUALIZADOS, EXENTOS DE TODA SOFISTICACIÓN QUE RESULTE NOCIVA.

A PESAR DE LOS GRANDES PROBLEMAS QUE TODAVÍA AQUEJAN A LA PROFESIÓN EN MÉXICO -POR CIERTO MUY SIMILARES A LOS DE LA MAYORÍA DE LOS PAÍSES CENTRO Y SUDAMERICANOS- SE HA CONSEGUIDO ERRADICAR EN BUENA MEDIDA LAS LACRAS QUE LE TRIBUTÓ EL FALSO PLANTEAMIENTO DE QUE LAS RELACIONES PÚBLICAS CONSTITUYEN UN ARTIFICIOSO SISTEMA DE

DE NORMAS Y PROCEDIMIENTOS PARA CONQUISTAR, AL MENOS MOMENTÁNEAMENTE, SIMPATÍA, BUENA VOLUNTAD, "IMAGEN" ATRACTIVA, "PRESTIGIO" Y OPINIÓN PÚBLICA BENEVOLENTE ENTRE LOS QUE DE UNA U' OTRA MANERA PUEDAN SERVIR A LOS INTERESES DE AQUELLOS A QUIENES, A NUESTRA VEZ, SERVIMOS.

ESTE PANORAMA SOBRE LA EVOLUCIÓN DEL CONCEPTO RELACIONES PÚBLICAS NOS AYUDA A ENTENDER LA FUNCIÓN SOCIAL DEL COMUNICADOR DEDICADO A ESA TAREA. SU LABOR NO SE LIMITA A SE UN MERO INFORMADOR O TRANSMISOR DE IDEAS, NI A OPTIMIZAR FLUJOS COMUNICATIVOS DENTRO DE ORGANIZACIONES EMPRESARIALES O PÚBLICAS, SINO QUE DEBE APLICAR TODAS LAS TÉCNICAS A SU ALCANCE PARA DESEMPEÑARSE COMO UN INTEGRADOR. ANTE LA COMPLEJIDAD QUE PRESENTAN LAS RELACIONES INSTITUCIONALES EN NUESTRO TIEMPO Y ANTE LA CADA VEZ MÁS IMPERIOSA NECESIDAD DEL ENTENDIMIENTO, DE LA SUMA DE ESFUERZOS, DEL ÓPTIMO APROVECHAMIENTO DE RECURSOS, DE LA CONCIENTIZACIÓN Y DE LA PRODUCTIVIDAD, LAS RELACIONES PÚBLICAS SE PRESENTAN COMO UNA ACTIVIDAD PROMOTORA DEL DESARROLLO EN SU CONSTANTE LUCHA POR LA INTEGRACIÓN DE INTERESES DE LAS ORGANIZACIONES CON LOS DE SU ENTORNO, LA ÓPTIMA RELACION INTERINSTITUCIONAL ACTÚA COMO FACILITADORA DE LOS PROCESOS DE INTERACCIÓN ENTRE LAS ENTIDADES QUE CONFORMAN EL COMPLEJO UNIVERSO ORGANIZACIONAL QUE NOS RODEA.

CONDICIONES Y PERSPECTIVAS DEL MERCADO LABORAL.

POR EL MOMENTO- Y CREO QUE LAMENTABLEMENTE POR UN BUEN TIEMPO MÁS- LAS CONDICIONES DEL MERCADO LABORAL DE LAS RELACIONES PÚBLICAS NO SON MUY ATRACTIVAS PARA EL EGRESADO DE LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN, COMO TAMPOCO LO SON POR EL MOMENTO LAS DE OTRAS RAMAS DE LA ACTIVIDAD DEL COMUNICADOR NI SIQUIERA LAS DE OTROS PROFESIONALES.

RESULTA REITERATIVO Y UN TANTO MOLESTO HABLAR DE CRISIS ECONÓMICA, SIN EMBARGO ESTO ES INEVITABLE POR LA GRAN INCIDENCIA QUE LAS CONDICIONES PREVALECIENTES TIENEN EN LA SITUACIÓN Y PERSPECTIVAS DEL MERCADO LABORAL.

LA COMUNICACIÓN NO HA LOGRADO UBICARSE COMO UNA FUNCIÓN DENTRO DE LAS ORGANIZACIONES. DISCIPLINAS COMO LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL O LAS RELACIONES PÚBLICAS HAN INCURSIONADO EN EL ÁMBITO DE LAS ORGANIZACIONES, PERO TODAVÍA EN LA MAYORÍA DE ELLAS SIN LA CONSISTENCIA REQUERIDA. SE PUEDE DECIR QUE EN MUCHAS ORGANIZACIONES YA SE ESTÁ VALORANDO LA GRAN IMPORTANCIA QUE TIENEN LA ÓPTIMA COMUNICACIÓN INTRAINSTITUCIONAL E INTERINSTITUCIONAL PARA LA CONSECUCIÓN DE LOS OBJETIVOS ORGANIZACIONALES, SIN EMBARGO SE PUEDE AFIRMAR QUE TODAVÍA EN LA MAYORÍA DE ELLAS LA FUNCIÓN DEL COMUNICADOR ESTÁ CONSIDERADA COMO COSMÉTICA Y, POR LO MISMO, PRESCINDIBLE.

EN TIEMPO DE CRISIS, CUANDO LA PRIORIDAD DE LAS ORGANIZACIONES ES LA PROPIA SOBREVIVENCIA, TODAS AQUELLAS ACTIVIDADES QUE SE CONSIDERAN AJENAS A LA ESENCIA DE LA ORGANIZACIÓN PASAN A UN SEGUNDO

PLANO, O BIEN DESAPARECEN. LOS PROFESIONALES NO HEMOS SABIDO CONVENCER DE QUE ES JUSTAMENTE EN PERÍODOS CRÍTICOS CUANDO LAS ORGANIZACIONES NECESITAN MÁS DE LA COMUNICACIÓN PARA CUMPLIR CON SUS OBJETIVOS.

POR ESTA RAZÓN, ES COMÚN TENER NOTICIA DE QUE LAS ÁREAS DE COMUNICACIÓN, PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS SON LAS PRIMERAS QUE SE SUPRIMEN CUANDO UNA ORGANIZACIÓN NECESITA RECORTAR GASTOS.

ESTA SITUACIÓN CAMBIARÍA SI LOS EGRESADOS Y PROFESIONALES REALIZÁRAMOS UN ESFUERZO CONSISTENTE PARA CONVENCER A LAS ALTAS JERARQUÍAS ORGANIZACIONALES DE LOS BENEFICIOS QUE APORTA A TODO ^{TIPO} DE ORGANIZACIONES EL DESARROLLO DE LAS FUNCIONES DE COMUNICACIÓN Y RELACIONES PÚBLICAS.

EL POTENCIAL DE LAS ORGANIZACIONES COMO MERCADO ~~POTENCIAL~~ DE TRABAJO PARA EL COMUNICADOR ES MUY GRANDE Y PUEDE REPRESENTAR UNA ALTERNATIVA, ANTE LA CRECIENTE DIFICULTAD QUE TIENEN LOS EGRESADOS EN COMUNICACIÓN PARA COLOCARSE EN EL MEDIO PROFESIONAL.

OTRO FACTOR QUE INCIDE PODEROSAMENTE EN ESTE PROBLEMA ES LA PREPARACIÓN DE LOS EGRESADOS, QUE GENERALMENTE PRESENTA MARCADAS DEFICIENCIAS. EL EGRESADO NO SOLAMENTE ESTÁ MAL PREPARADO, SINO QUE EN OCASIONES LOS CONOCIMIENTOS QUE ADQUIERE EN LAS AULAS NO SON LOS REQUERIDOS EN EL ÁMBITO PROFESIONAL.

CON FRECUENCIA OCURRE QUE EL EGRESADO ADQUIERE SOBRE LA MARCHA MUCHOS CONOCIMIENTOS NECESARIOS PARA EL EJERCICIO DE SU PROFESIÓN. LAS AULAS NO LE PROPORCIONAN LOS ELEMENTOS SUFICIENTES PARA ENFRENTARSE CON ÉXITO A LOS RETOS DE SU VIDA PROFESIONAL. ESTO LOS COLOCA EN DESVENTAJA Y LES IMPIDE "VENDER" ADECUADAMENTE SUS

CONOCIMIENTOS O LAS APORTACIONES QUE ES CAPAZ DE HACER PARA LAS ORGANIZACIONES.

ESTO SE DEBE PRINCIPALMENTE A LA FALTA DE VINCULACIÓN DE LAS ESCUELAS DE COMUNICACIÓN CON EL ÁMBITO PROFESIONAL. EL PERMANENTE VÍNCULO ENTRE QUIENES PREPARAN PROFESIONALES Y QUIENES LOS DEMANDAN ES INDISPENSABLE PARA EL ADECUADO DISEÑO DE PLANES Y PROGRAMAS DE ESTUDIOS.

UN FACTOR DETERMINANTE PARA QUE ESTA VINCULACIÓN ÁMBITO LABORAL-ESCUELA NO SE DE, ES LA FALTA DE UNA ACCIÓN EN ESTE SENTIDO POR PARTE DE LAS ASOCIACIONES DE PROFESIONALES. LAMENTABLEMENTE EN LA ACTUALIDAD LAS AGRUPACIONES DE PROFESIONALES ESTÁN AVOCADAS A LA SOLUCIÓN DE PROBLEMAS INTERNOS O A RESOLVER SU PROPIA SUBSISTENCIA, ANTES QUE PROMOVER EL DESARROLLO DE LA PROFESION. ESTOS SON LOS FACTORES MÁS SOBRESALIENTES QUE CARACTERIZAN EL DESARROLLO DE LA PROFESIÓN DE RELACIONES PÚBLICAS EN NUESTRO PAÍS.

QUIERO FINALIZAR ESTA INTERVENCIÓN INSISTIENDO EN LA NECESIDAD DE QUE SE PREPAREN LO MEJOR POSIBLE PARA ENFRENTAR LAS CONDICIONES DE UN ENTORNO CADA VEZ MÁS COMPETIDO. QUE COMPLEMENTEN SU FORMACIÓN EN LAS AULAS CON UNA PERMANENTE ACTITUD RECEPTIVA PARA ASIMILAR LAS COMPLEJAS CONDICIONES DE NUESTRO CAMBIANTE ENTORNO, ELEMENTO FUNDAMENTAL PARA EJERCER CUALQUIER RAMA DE NUESTRA PROFESIÓN DE COMUNICADORES.

NO SE CONCRETEN AL TRABAJO ACADÉMICO, VINCÚLENSE SIMULTÁNEAMENTE CON EL EJERCICIO DE LA PROFESIÓN AUNQUE SEA COMO OBSERVADORES, PARA QUE PUEDAN FAMILIARIZARSE OPORTUNAMENTE CON LA ACTIVIDAD PROFESIONAL Y FACILITEN SU VINCULACIÓN Y ACCESO AL TERRENO LABORAL.

SÓLO ASÍ PODREMOS CONTRIBUIR A FORJARNOS UN FUTURO HALAGÜEÑO COMO COMUNICADORES DEDICADOS A LAS RELACIONES PÚBLICAS."

CCC
AI
1483

Javier Salóizono

18/11/88.

POEBLA.

Comentario sobre CONEICC.

Aspectos de lo que era. Agradecimientos y reconocimientos. El objetivo de intercambiar puntos de vista, experiencias y las posibles soluciones. Los nuevos tiempos y los intentos de nuevos acomodos.

1

Fernando Henrique Cardoso, destacado sociólogo urbano, desde hace algunos años ha decidido participar en la política en Brasil. Para nuestro viejo conocido y vecino distoate Alán Riding del NYT, ha sido la mejor prueba de que "los intelectuales nunca podrán llegar a ser buenos políticos". (Contar la historia). Niños magrosos. La instrucción es un mundo donde impera la razón no la pasión. La poca probabilidad de la existencia de Dios. Los insultos recibidos por Henrique Cardoso. Dice que como académico se está acostumbrado a decir la verdad; el político a mentir o por lo menos para omitir.

La eterna disyuntiva ante esta experiencia. ¿De qué lado acomodarse? ¿Qué hacer ante un proceso como el mexicano en este sentido? LA RAZÓN hasta donde se pueda. Finalmente este es el problema. Las universidades son el reducto de la inteligencia. (D. Cosío Villegas).

Las cuatro preguntas.

1. Las funciones sociales se desempeñan de una manera irregular. No hay línea o trabajo a seguir. Se va creando un mecanismo interno que hay que seguir. (Anécdotas).
2. Las prácticas que dominan son las que hacen trabajar a INEVISIÓN: PRODUCIR. Las transformaciones están en línea con recortes, Pacto y las nuevas tecnologías que tardan en llegar. Los factores: el país, caprichos y buenos intentos.
3. Las perspectivas a futuro van de la mano del país. El caso de la televisión estatal y su funcionamiento. Cambios sexuales. Dualidades de poder.
4. Las asociaciones profesionales no juegan ningún papel. No cuentan ni se sienten. No se sabe que son. Lo que vale son los sindicatos. Estas en INEVISIÓN pueden determinar más en menos que cualquier organización. Revienta la pregunta ¿se han acercado las organizaciones al trabajo de INEVISIÓN? ¿han tenido contacto con sus trabajadores las organizaciones o asociaciones?

Todo esto ratifica las distancias no sólo entre académicos y trabajadores de los medios; lo más grave es que manifiesta divisiones entre el mundo de la inteligencia y en este caso INEVISIÓN.

3 El mundo de la comunicación en los últimos doce años. El crecimiento es la cantidad y no es la calidad. La televisión sigue enfrentando vicios ante una situación dual: el ejercicio del poder y la poca influencia de los egresados; los llamados trabajadores de la inteligencia. Los resultados están en la pantalla reconociendo el gran esfuerzo administrativo de los últimos tres años. La administración en un país como México y en una televisión como la estatal es fundamental.

La influencia de los egresados después de doce años se ha dejado sentir en menor medida. Las razones por lo cual ha sucedido esto, las universidades se han dedicado a pensar más en un mundo que quisieran que es un mundo que es. Las prácticas de la televisión requieren de un desarrollo diferente; no únicamente en la presentación y conocimiento de las técnicas, fundamentalmente en lo que se dice y como se dice.

Comparaciones entre otras carreras y comunicación. Ingeniería, leyes, Admon de Empresas y Comunicación. Carreras con objetos distintos pero paradójicamente también con realidades diferentes.

4

¿Qué se hacía hace algún tiempo? Se vivía entre la ingenuidad y las buenas intenciones. Maffei - Fátima ¿Qué proponen? Métodos y formas de abordar los problemas de su tiempo. Maffei a través de denuncia política en un texto de valor político. Fátima por medio del conocimiento de estructuras de poder. Como son para entender que dicen. Era el análisis del medio y se abría el espacio al mensaje. Fue una etapa importante y valiosa. En la que no hay que soslayar la obra de mucha gente como Javier Esterián, y muchos otros que en la batalla de la academia han tratado y a veces han visto y otras muchas no.

El país era otro y esto en términos de las universidades es fundamental. Las universidades se ha envuelto en ellas mismas. El mundo se ve ajeno y lejano, y se hace ajeno y lejano. Es por esto que la presencia del CEU en una primera etapa es destacado. Se discute y se toma conciencia en la instituc educativa en nivel superior más importante del país.

¿En dónde estamos en la universidades? Frustración, masas problemas y sometimiento de ilusiones. Esto agrava la crisis a la cual pertenecemos. Pero también es la esperanza al pensamiento.

- CONCLUSION.

- 5
- No está claro para que servimos. La materia prima es desigual. Ingeniero → conductor de t.v. / Conductor de t.v. → haciendo pasos a desnivel.
 - El problema en comunicación. TV la información, (caso CA), la tele está un paso atrás de la sociedad.
 - Informarse. / Los alumnos no ven nada.
 - Televisión Regional. Salida real.
 - Revalorar la investigación. Estudiar en serio.
 - Amar el país en un sentido político y de compromiso.
 - El trabajo en la tele es un trabajo.

CCC
AI
1483

LA PRACTICA DEL ANALISIS Y SISTEMATIZACION DE INFORMACION.

Bernardo Avalos
Información Sistemática, A.C.

V Encuentro Nacional del
Consejo Nacional para la Enseñanza e Investigación
de las Ciencias de la Comunicación.

Cholula, Puebla. 19 de Marzo de 1988.

Escribir es enfrentarse al miedo de seguir contribuyendo a la polución intelectual que asfixia nuestros espíritus. Estos eventos -puntuales, fugaces, especializados- son recursos ecológicos.

Me siento honrado por la invitación que los coordinadores me han extendido. Ello ha sido un reconocimiento a la penosa labor que en Información Sistemática venimos realizando -entre la vida y la muerte- hace ya 15 años.

Nos atrevemos a decirlo aquí, públicamente: fuimos de los primeros en concebir un sistema de seguimiento informativo sobre la realidad-sucediendo-frente-a-nuestras-narices. De los primeros -al calor aún de aquellas ebulliciones del '68 y el '71- en desarrollar metodologías para el análisis de la Coyuntura.

Lo que aquí diremos se funda en esta experiencia adolescente de 15 años.

Me ciño gustosamente al esquema de exposición enviado por los coordinadores, para, así, hablarles.

I.- CARACTERIZACION DE LAS FUNCIONES SOCIALES DEL ANALISIS Y SISTEMATIZACION DE INFORMACION.

Conviene destacarlo de inicio: nos referimos a la información sobre la Sociedad. Ello es: a la información económico, político-social, cultural del momento. Del momento. Se trata de un modificador indirecto del sustantivo información, que esconde un iceberg. Permítanme bosquejarlo, porque resulta central: las Sociedades -lo he dicho ya- no están ahí expuestas, a la vista de todos, para ser conocidas por los transeúntes. Nada de eso: se esconden. Son pandonoras o -las más de las veces culpígenas (en otro contexto, un alto funcionario de Gobernación me enseñó este despampanante término)-. Por ello se esconden en una parafernalia de dispositivos de cancelación, de simulación, de fintas, vaya. Como el avión Stealth estadounidense, cargado de dispositivos de elusión. De tanto en tanto, en determinadas coyunturas, las Sociedades se dejan ver. Es el momento. Entonces, hay que sacar las cámaras y tomar fotografías de reconocimiento. Luego, se volverá a esconder entre instituciones, discursos, silencios, contrainformaciones, suprainformaciones y toda suerte de dispositivos de disuasión-elusión. Ha pasado el momento. Información del momento, pues.

Queda claro ya aquí un primer descantamiento con la Academia: la velocidad, el sentido y el feeling acerca del momento.

Así nacimos: insertos en la sociedad, accionando socialmente en ella, en la más completa horfandad informativa sobre ella, sobre sus mecanismos de comportamiento. Éramos aprendices de guerreros sin mapa alguno.

Dimos, entonces, pasos atrás. Nos retiramos, castigados por nuestra propia ignorancia acerca de los terrenos que pisábamos. Al retroceder, descubrimos algo que de inicio no pudimos nombrar y que nombramos luego, pasados los años: la Cartografía Social, la Geografía de la Coyuntura. Nuestro verbum fundante en este Génesis fue ése: una cartografía. Lo digo cercana ya la parousía de los símbolos para 1992: cada vez estoy más convencido que levantar mapas es la más grave de nuestras tareas intelectuales. Somos Geógrafos todos, llamados a la aventura, luego que las tierras todas de la modernidad se incendian.

Desde el inicio, no nos ha abandonado esta fundación nuestra. Esta geografización de nuestras prácticas.

Las cuestiones interesantes, la polemós, surgen en el momento de generar esa pregunta que ya está en vuestra mente: ¿Geografía de la Coyuntura para qué? Entonces, con ella, estamos en las Fronteras.

Oteemos.

Se hace cartografía social en orden a cuatro funciones:

las funciones policíacas: Big Brother.

las funciones polémicas: el Debate (Public Opinion).

las funciones Pantocreator: los transformers revolucionarios.

las funciones navegacionales: la aventura del descubrimiento.

Al estar en la práctica de la Cartografía Social, ha quedado atrás (no desaparecido) la Contemplatio. Toda cartografía queda atrapada en una rosa (sí, sí: pensad en "El Nombre de la Rosa"): en la rosa de los vientos, signada por cuatro puntos cardinales: la aventura, la guerra, la persecución, la transformación.

Hay que decirlo de frente: en el presente período de nuestra Formación Social Tlameme, no existe ningún Puerto de Palos, no hay Reyes Católicos, no nos contiene ningún Renacimiento. En la Rosa de estos Vientos ha desaparecido, pues, el Norte. De las prácticas del Análisis y

Sistematización de Información como Cartografía Social y como Geografía de la Coyuntura han desaparecido aquellas signadas por las lógicas navegacionales del Descubrimiento. Ellas no tienen condiciones históricas de posibilidad.

Así, nuestros mapas se ponen sobre tres mesas: la policial, la del polemós y la del Pantocreator.

1.- Las funciones sociales del Big Brother.

De sí, el Análisis y Sistematización de Información es para el Poder. Para el Señor, el Dominus. Para el Dominio (Pensad en Gramsci, sí). Ello es: poner sobre las mesas de mando y de comando los mapas. Con ellos, el control. Finalmente, el Situation Room.

Hace ya tiempo, Big Brother nos llamó. Nos pidió recoger todos nuestros mapas y entregarlos, por la madrugada, sobre su mesa. De nadie más. Comenzaría la Aventura Sucesoria. Sólo él quería los mapas. Que nadie recordara más los caminos recorridos. Sus atajos. Las líneas abandonadas. Las interrupciones. Las veredas. Los atajos.

Conocemos Laberintos Informativos (No dudeis: pensad nuevamente en Guillermo y Adso, en Ubertino y Jorge), Laberintos Informativos de la IP, dedicados al Análisis y Sistematización Sectoral de la Información para seguir a "enemigos" (los enemigos siempre son, históricamente, entrecomillas). ¡Qué curiosa metástasis de las prácticas!

Mapas para la persecución, he ahí la DINA de 1973, la Komitat Gosudarstvennoj Bezopasnosti, la CENTAC, el FBI, SIS, BND, MOSSAD, CIA y tantos apócopos de escalofrantes connotaciones.

En ese momento, la práctica de la Cartografía Social colinda, pues, con la Inteligencia. No inventamos: sólo para referirnos a un caso reciente dónde ver esta función social de estas prácticas, el 18 de febrero de 1988, la Dirección General de Prensa de la UNAM publicó en todos los principales diarios de circulación nacional un desplegado que encendió la polemós en la capital. En él, con pelos y señales -cartográficamente, pues- Rectoría daba a conocer cómo un Partido, identificado como "enemigo" (nuevamente debemos irnos a las comillas) interfería en la vida universitaria en ebullición. Lo expresivo de la anécdota

que os cito es que esa Cartografía, colindando con la Inteligencia, provenía de un inocuo Departamento de Prensa.

2.- Las Funciones Sociales para la Polemós.

Vosotros lo sabéis: la polémica es lo Polemikós: lo concerniente a Polemós. A la Guerra, pues. Sí: la escena clásica de los mapas desplegados sobre la mesa es aquella donde se ve al Strategós mirando con detenimiento todos los pliegues de un territorio donde desplegar luego su práctica mortal. Nunca ha podido abandonar este lecho nativo de significación esa palabra cotidiana nuestra: la polémica, entendida como la Casa de los Debates. Las Sociedades -y esta sociedad nuestra en particular- habitan en la Polémica de la Re-pública.

De los Debates Polémicos surge el Silencio, el Abandono, el Escándalo. Los vencedores/vencidos. No es éste el momento de caracterizar la naturaleza socio-histórica de este Debatir en que consumimos nuestra vida social los mexicanos, ni explicitar sus funciones en el Acasillamiento Ideológico (Pensad en Porfirio y sus Haciendas), o en el Acarreo Cultural.

Queremos señalar aquí que es ésta una de las funciones centrales del Análisis y Sistematización de Información. Función que es ahora hecha relevante, cuando se ha instaurado en los consensos sociales el Debate Democratizante y sus paradojas históricas. Se entra al Debate, en esta Formación Social, por dos cauces principales: el de la Public Relations y toda la Práctica Publicitaria, ergo; y el Debate como vehículo de Escalonamiento Social o de Conglomeración de Fuerza.

Veamos con más detenimiento.

Se nos han acercado también a nuestro Centro con el siguiente Argumento de Búsqueda (jerga computacional): "Hágase una recuperación informativa de los puntos donde aparece la Imagen de la Primera Dama en los últimos tres sexenios" (como sabéis, en nuestro centro se ha acumulado ya más de dos millones de Recortes de Prensa donde está mapeada la Discursividad de los Debates Sociales, en los últimos doce años). Buscar las imágenes, hacerles ^{su} ~~de~~ anatomé, editarlas y proyectarlas acorde con la polemós del momento, en una sociedad-para-los-sentidos, hedonista: elemental, mis queridos Watson!. He ahí una solicitud de los planos,

en función de las Public Relations. Digo: toda mercancía (sinónimo de objeto en la Sociedad Hidráulica de los fluidos-circulando) es susceptible de una astuta proyección en la Polemikós Social. Lo que pasa actualmente es que las Agencias de Publicidad y los Bureaux de Relaciones Públicas se encuentran encartabonados en arcaicas reflexiones técnicas que les configuran paradigmas donde se ven imposibilitados de colocar sus proyecciones en la verdadera Polemós económico-político-social del momento. En las Epopeyas. Quiero decir: colocar el debate Sed-Coca-Cola en las marchas multitudinarias del CEU-87 y la polémica universitaria de nuestros días, o colocar el debate Hambre-pan-Bimbo en los avatares trágicos de la agitada vida nezahualcoyotlense. Colocarlos ahí y exponerse a la respuesta. A final de cuentas, las Sociedades tienen su pundonor y sus Cuadros Reverenciales que, postradas, adoran. Son timoratas, como todos los hedonismos in extremis.

También se nos ha dicho: "Recójense todas las informaciones acerca de los Sismos del '85 y sus efectos prorrateados en el '86". Se produjo así, un discurso tardío que se intentó incrustar en el Debate de la Re-pública de aquellos días de la Sociedad Civil. Como la gran mayoría de las obras intelectuales en el país -partiendo de la Figura misma de El Pontífice- este tipo de función social de nuestras prácticas, ahora como Polemikós, se convierte en un trampolín: aquel por el que un miembro de nuestra comunidad hace un escalamiento. En aquel caso concreto, el salto fue hasta Washington. La Política Escalatrix, vía el Debate, es un elemento constituyente de la zoología intelectual nacional. Consagrarse, y luego morir. Así: morir.

3.- Las Funciones Sociales para el Pantocreator.

Los mapas son, también, en esta Modernidad que fenece, para la Ingeniería. Quiero decir: para ese abigarrado Discurso encodificado en la exactitud y fragilidad de la Matemática y fundado en la más despampanante ilusión creadora, la del Pantocreator-Transformer. La industrialización -pasada por el agua tibia de aquel hijo de campesinos llamado Henry Ford, pasada por el Fordismo- devino Ingeniería. Hoy se vuelca ya sobre la especie humana misma al convertirse en Ingeniería Genética. ¿Qué de extraño tiene, entonces, que se haya dirigido, con su costal de discursos precisos, hacia la Sociedad para metamorfosearse en Ingeniería sociológica? Para cantarnos así: "Hemos transformado la Naturaleza y el Universo hasta los puntos que véis, hombres simples; os invitamos ahora

a la más completa transformación de las Sociedades!". Marx al centro, episteme.

Una proletarización de la Razón que mira a la Sociedad como su siguiente ámbito a transformar.

Este Pantocreator Moderno quiere los mapas. Con ellos, quiere metamorfosear las Sociedades, de la misma manera que -con sus mapas ingenieriles- ha transformado la Naturaleza.

Se nos ha dicho, también: "Búsquese toda información sobre la Industria Automotriz , sobre su reconversión Industrial desde 1976 a la fecha y su impacto en las demandas laborales". Con los mapas de esta Geografía, desde la Universidad de Tokio, se piensa dar un paso adelante, para husmear el porvenir de los sucesos venturos en los repliegues de ese territorio Metalmecánico de nuestras Sociedades, en la Geografía mismo del Pacific Rim.

II.- LAS PRACTICAS DECADENTES, DOMINANTES Y EMERGENTES EN EL ANALISIS Y SISTEMATIZACION DE LA INFORMACION.

Me referiré en este punto a las prácticas desde el punto de vista técnico y tecnológico. No incursionaré en la decadencia, dominación y emergencia en las prácticas consideradas desde su lectura social, desde su socialización.

Es evidente -sobre todo para quienes lo hemos practicado-, que estas prácticas devienen una disciplina (no ciencia, no arte) de difícilísimo cuño. Confrontada, hoy en día, en este país y en el mundo entero, a problemas de enorme magnitud. Es muy simple: los territorios de esta Geografía -las Sociedades- han devenido extraordinariamente complejos y complicados.

Permitídmme esbozar un marco de referencia.

Visión Holística, Seguimiento, Masa Informativa, Coherencia, Ordenes de Discursividad, son los principales puntos técnicos que delimitan esta problemática donde unas prácticas mueren, otras dominan y aquellas emergen.

Visión Holística. Lo sabéis también: Holós es el todo. Quienes solicitan los mapas quieren todos los terrenos, los repliegues, las cimas, las simas. No pueden conformarse con las parcialidades. Con agujeros. En los agujeros, los escapes, las derrotas, la ignorancia. El principal problema, entonces, consiste en la visión holística.

Seguimiento. Nuestra Geografía no es de un objeto estático; es dinámico. Se trata de una Geografía de Fluidos cambiantes. La fuente de donde brota éste es la noticia. Es evidente, entonces, que hablamos de Periodismo. Del impreso. Ese es, aún hoy día, la fuente dominante de información pública. Es la Casa de los Debates de la Re-pública. Tan importante en esta Sociedad, que se acuña aquel dicho: "Los políticos son como las moscas: mueren a periodicazos". Pues bien, nada resulta más tortuoso que el seguimiento del Discurso Periodístico, por la misma polivalencia y ambivalencia en que viene encodificado. Ante este obstáculo sucumben muchos entes que intentan domeñarlo.

Masa Informativa. Lo digo desde nuestra experiencia: si recortárais los principales diarios de circulación nacional, exhaustivamente, en búsqueda de la información económico-política social, a nivel internacional y nacional, estaríais acumulando

diariamente alrededor de 2,000 piezas informativas. O sea: 60,000 documentos mensuales. Ello es un fluido informativo de consideración.

Coherencia. Lo sabéis: la técnica central de recopilación de News es el Recorte, práctica francesa que se origina en el Siglo XIX. Partido en pedacitos el discurso periodístico, el recorte comete un agravio: deprada un medio ambiente. Lo atomiza. Entonces, la técnica indica la reconstrucción de los miles de pedacitos, para instaurar la coherencia. Y la pregunta mortal es ésta: ¿coherencia en función de cuál marco referencial?

Ordenes de discursividad. Cuatro órdenes de Discurso deben concatenarse:

- El Orden del Discurso Real.
- El Orden del Discurso Periodístico-Noticioso.
- El Orden del Discurso Clasificadorio.
- El Orden del Discurso Analítico.
- El Orden del Discurso de Exposición.

El Orden del Discurso Real -de la Realidad sucediendo ahí afuera- es una asintótica. Paradójicamente: una ficción. 20 siglos de debate epistemológico Sujeto-Objeto lo señalan. Si no fuera así, la Retórica (pensad en Barthes) no existiría. Pero sin el Orden de Discurso Real, estaríamos a la deriva. El Discurso Periodístico, como portador de News, forma un camino tortuoso de encuentro/desencuentro con el primero: le pregunta, le observa, le rastrea, le critica, lo expresa. Le alude y elude intermitentemente. El Orden del Discurso clasificadorio recompone el Discurso noticioso, intentando darle una coherencia, una otra (distinta a la que tenía) coherencia (si no fuese así, ¿para qué el recorte?). El Orden del Discurso Clasificadorio es un Orden Diverso de Lectura. Sobre el humus clasificadorio se levanta el Orden del Discurso Analítico: ana-lúv, de ese leer a través de las líneas. El bosquejo geográfico de la Clasificación se hace más fino en el Discurso Analítico. Finalmente, vendrá el Orden de Discurso de la Exposición: tender los mapas en las mesas solicitantes. Entre estos cinco órdenes de discursividad ocurre una distorsión tal, que acaece un desencuentro con los sucesos venturos aún inexistentes. O también: ocurre una fidelidad tal que se condiciona un encuentro.

Esbozados estos cinco puntos, permitidme entrar a hablar de decadencia, dominación y emergencia.

Empiezo por el final: la práctica del Análisis y Sistematización de la Información,

hoy, se encuentra en una Terra Nullius, en el impasse de prácticas decadentes y prácticas que no acaban de emerger para ser dominantes.

Veamos.

Dos factores centrales nos han puesto en esta Terra Nullius: los financieros y los técnico/tecnológicos.

El módulo social típico de Análisis y Sistematización de Información es un "changanro de Recortes", incrustado o no en entes mayores públicos o privados. Su producto final es o un dossier clasificado de las notas principales del día o un reporte escrito entregado periódicamente donde se "analiza" la información.

Ese módulo y las practicas que le constituyen es decadente. Desde el punto de vista financiero ese personaje hipostasiado conocido como "crisis" se ha encargado de desmantelarlo. Las iniciativas civiles o privadas han tenido que enfrentar el vertiginoso ascenso de los costos de producir asociados a una práctica consumívora de "materia prima gris". Antes cualquiera compraba periódicos y revistas. Hoy sólo tener la prensa nacional recortada -bruta: sin ningún procesamiento- es una tarea de varios millones de pesos mensuales. El "changanro de recortes" en los entes públicos, ha sido una de las unidades oficialmente borrada del mapa, por las medidas de austeridad gubernamental dictadas por el PSE.

La práctica dominante es la crisis de los nódulos sociales de Análisis y Sistematización de Información.

Considero que hay dos puntos emergentes: el coqueteo con la electrónica, el coqueteo con la Universidad.

Comencemos por el postrero. La universidad es una planta instalada donde abunda la "materia gris". Tomadlo con humor: con un alto porcentaje de capacidad ociosa. Instaurar ahí una práctica de Análisis y Sistematización, una minuciosa labor de Cartografía Social con geógrafos de coyuntura, parece una iniciativa sensata. Tal fue la experiencia, a mi vez, de "El Quotidiano" de la UAM: poner los dispositivos de conocimiento abundantes en la Universidad al servicio de la Coyuntura. Me preocupan dos cosas: que se confunda análisis con crítica y en esa confusión se genere la propaganda; que no se resista -y el último número disponible, sobre los electricistas lo insinúa- la tentación universitaria nacional de la contemplatio y, por

tanto, del retardo perenne.

Las otras prácticas emergentes son aquellas que echan mano de los dispositivos electrónicos. Es correcto: las dificultades técnicas planteadas por los cinco puntos antes aludidos (Visión Holística, Seguimiento, Masa Informativa, Coherencia y Ordenes de discursividad) tienen la posibilidad de ser mejor manejadas en un medio ambiente electrónico. De los intentos hechos, hay que rescatar una observación central: que esta práctica emergente se encuentra atrapada en una aparente aporía. A saber: si el diseño se deja a los Ingenieros de Sistemas, ellos deprecian las prácticas propias de la Geografía de Coyuntura; si los Geógrafos-Analistas toman este intento en sus manos subutilizan las potencialidades electrónicas. Los Geógrafos de Coyuntura devenidos aprendices de Ingenieros de Sistema, instauran lógicas de papel (Guttenberg) en dispositivos con lógicas electrónicas: creerán así que una PC con un Procesador de Palabra y una hoja de cálculo constituirán el nuevo dispositivo tecnológico donde generar las nuevas Prácticas. El Ingeniero de Sistemas devenido Geógrafo de Coyuntura, sin la menor noción de las Sociedades, manejará la Cartografía Social como maneja los programas contables o ~~el~~ inventario de las empresas.

III. PERSPECTIVAS.

Me permito, nuevamente, comenzar por la conclusión: en el futuro, toda práctica socializada de Análisis y Sistematización de Información encaminada a estampar las Cartografías de la Sociedad y las Geografías de la Coyuntura será electrónica o no será. Y, socialmente, será democrática o no será. Hilvano con fuego, lo sé.

Permitidme dividir mis reflexiones en dos: tecnico/tecnológicas y sociales.

1. La Perspectiva Tecnológica.

Hemos hecho Cartografía de Coyuntura y Geografía Social a mano. Con el lápiz. A la Gutenmerg. Y llegamos a un atolladero. Aquel delimitado por los cinco puntos mencionados: Visión Holística, Seguimiento, Masa, Coherencia y Orden de Discursividades.

Entonces, saltamos a un nuevo Dispositivo Tecnológico. Y fue un intento fallido. Veamos nuevamente, con tiento.

Primero. Nuestros intentos fallidos obedecen a un vasto problema histórico: nuestros actuales Ordenes Informativos (incluido el Periodismo) se encuentran encodificados en Lógica Gutenberguiana; los Ordenes Informáticos se encuentran encodificados en Lógicas Electrónicas. Hay, de entrada, una dificultad de Lógicas. Una Contradicción. Incompatibilidades. Si queremos resolverlas hay que regresar a un nuevo replanteamiento de las cuestiones técnicas enunciadas en los cinco puntos del atolladero.

Segundo. Un enorme camino se ha recorrido ya en las actuales experiencias norteamericanas y europeas de las News Databases. Lo he tratado de plantear ya, en octubre de 1987 en la Conferencia Internacional de Periodismo Especializado en la Ciudad de Monterrey; aquí sólo lo enuncio: las News Databases resuelven - con la lógica de los cables internacionales: uno-después-de-otro - el punto tercero de nuestro atolladero: el de la masa de información. Restan aún cuatro por resolver y articular. Y aún en el punto de la masa persiste el dilema planteado por el Director del Institut Français de Presse, Pierre Albert: ¿ Abstracts o Full Text?

Tercero. El mundo de la computación sufrió un viraje de consideración en el último trimestre del 87, con la introducción del nuevo CPU Intel 80386 y el Sistema Operativo PS/2. Se ha miniaturizado y abaratado, a nivel "desk" el mundo de las minicomputadoras y las ventajas de los sistemas tipo UNIX. De esta manera, la potencia de Gigas y la velocidad de 20 Mghz. se masifica. La capacidad de manejo multiusuario en pantallas de multiaplicaciones ofrece la posibilidad de resolver -en términos accesibles a pequeños entes- los problemas de la Coherencia, el Seguimiento y los Ordenes de Discursividad.

Cuarto. La agresiva instauración en el mercado de la familia de CD-ROM's (Discos Opticos) con capacidad de almacenamiento de Gigabites, abaratados y miniaturizados a nivel "desk", permitirá, así mismo, resolver en estas escalas más accesibles los problemas de la masa informativa.

Quinto. Estas posibilidades dejan aún de lado algunos problemas de orden Telemático. Conviene decirlo: la Sociedad de la Información (esa infinitud de redes descentralizadas desparramadas por múltiples puntos informativos concatenados) que se observa floreciente en el mundo industrializado nórdico, cuenta con una impresionante infraestructura de servicios, especialmente los telefónicos. Siento decirlo, pero un reciente estudio hecho por uno de los dos grandes Bancos Nacionales arrojó el dato escalofriante: las posibilidades de que una llamada hecha en una zona residencial de la Ciudad de México llegue a su destino en las oficinas centrales del Banco son de 40%. Uno de los principales cuellos de botella será el Telemático.

2.- Las Perspectivas Sociales.

Ninguna iniciativa, hoy en día, prospera bajo la lógica del Stagirita, la del ermitaño Robinson Crusoe. La matriz social nos contiene y nos constriñe.

Y en este punto, las cuestiones se vuelven más difíciles aún.

Permitidme decir una palabra.

Primero la matriz infomacional del país está siendo violentamente transmutada. Casi debe hablarse de una recepción traumática en el país de los embates de la Tercera Revolución Industrial, la nuclearelectrónica. La Casa de los Debates de la Re-pública -el periodismo- se ve sacudido por sus embates. Penosamente, el periodismo se metamorfosea en Periodismo Electrónico. En el camino quedarán - species stincta- todos los órganos que no lo hicieron.

A su vez, una miriada caótica de PC's -sin infraestructura concomitante atrás y debajo- se instaura a lo largo y ancho del territorio nacional, en un frenesí computacional como ninguno otro.

Quiero decir: en el país se está montando, sin articulación mayor, una otra infraestructura informativa que nos empuja -ahora desde las lógicas sociales y del mercado- a las lógicas electrónicas.

Segundo. Esta mutación no es jauja. Ocurre en una matriz socioeconómica tendiente a la esquizofrenia: muy muy ricos por arriba, miserables por abajo. Ahorrarme la pena de listar las estadísticas de la miseria, hoy, en este país. Con lo que el riesgo que se nos presenta es caminar también a una esquizofrenia informativa: excelente información por arriba; información chatarra por abajo.

No me canso de reiterarlo: las Sociedades-de-miserables constituyen -contra la apariencia vigente- un serio obstáculo para la Democracia y otorgan a los Príncipes que gobiernan y a los Capitanes de Industria que conducen los procesos materiales un medio ambiente deprimido, incapaz de sostener cualquiera de sus propias iniciativas, públicas o privadas.

De igual manera que se sostiene que toda riqueza concentrada a ultranza se convierte en la gallina muerta de los huevos de oro, así, la información de élite

deviene puramente Inteligencia, que no es nuestro proyecto: extender los mapas a todo solicitante.

Tercero. Parecerá preciosista, en los debates actuales, pero debemos mirar con detenimiento un punto de intersección entre técnica y Sociedad: el difícil problema de las lógicas y la apropiación tecnológica.

La Cibernética y la Informática son dispositivos incrustados en la lógica nórdica. En los pueblos del cálculo, de Calvino (Ética protestante del Trabajo) y de la Razón. La paradoja radica -hoy se ventila ya en las Salas mismas de los Príncipes; Olmedo, Knochenhauer y González Pedrero al fondo- en esta incompatibilidad de lógicas. El problema de los "interfases". La Autonomía de las Lógicas. La ^{im}posibilidad del Desarrollo de los pueblos: el uso de tecnologías inapropiadas. Parece, entonces, que estamos caminando -ahora en términos de Revolución Industrial nucleoelectrónica- por las mismas veredas frustrantes que recorrimos con la Revolución Industrial Metalmeccánica: encodificando nuestro propio desarrollo en códigos alienorum.

Permitidme una Nota Bene en este punto: la lógica cibernética -la navegación automatizada en los fluidos- está "reventando" las lógicas Nórdicas. Se expresa hoy históricamente en la descomposición misma de la cultura, y se expresa, tecnológicamente, en las tendencias actuales de la programación computacional. Es decir: en la tendencia al abandono de las formas algorítmicas de programación en el "Parallel programming"; y en la actual tendencia, sobre estos fundamentos técnicos, de la matemática del caos. Quiero decir: un paulatino deslizamiento de las Lógicas de Control esfintéricas ^{hacia} las Lógicas Caóticas navegacionales. De las Lógicas Nórdicas a las Lógicas Tropicales. Finalmente, asentar: por la Cibernética actual, nos acercamos culturalmente. Y, por ello, nos es más sencillo conservar nuestra autonomía e identidades culturales.

CCC
ΔI
1483

V ENCUENTRO NACIONAL CONEICC

18, 19, Y 20 DE MARZO DE 1988

UNIVERSIDAD DE LAS AMERICAS, PUEBLA

Yo creo que es aquí donde se ha cometido frecuentemente un error. Y creo que se ha cometido un error tanto en la divulgación de la ciencia como en la enseñanza de las ciencias en las escuelas.

El error importante de no entender que la Ciencia es una parte de la Cultura y que siempre que confundimos la parte con el todo, tenemos una visión falsa de las cosas.

En México, país con una población que, en promedio, solo alcanza el 5^{to} año de primaria, según los optimistas, debería ser evidente que las necesidades de información se refirieran a todo lo que es cultura, no solo Ciencia y Técnica, también literatura, música, historia, arte en general, filosofía, ética, etc.

También debería ser evidente para cualquier persona culta, que la ciencia, o mejor el conocimiento científico, no es una entelequia aislada, sino algo que tiene sentido sólo cuando se relaciona con lo que pasa a nuestro alrededor, con lo que nos pasa a los seres humanos. La ciencia tiene sentido cuando la relaciona mos con las demás ramas de la cultura, no cuando la enajenamos pretendiendo aislarla de su contexto.

Y por desgracia muchos intentos de divulgar la ciencia se relacionan con esa actitud enajenante que por fuerza crea desinterés o neurosis. La gente no se interesa en lo que no siente suyo. Interesarse en algo, olvidándose de todo lo demás, sólo puede producir neurosis.

La enseñanza de las ciencias adolece, a mi parecer, del mismo defecto: los programas y planes de estudio abundan en temas difícilmente relacionados con lo que a la persona le esté pasando en la etapa de su vida en que se ve obligado a estudiar ciencia.

El público oye hablar de un matrimonio millonario que puede tener un hijo heredero, después de muertos; oye hablar de la posibilidad de almacenar semen y óvulos humanos cuando no embriones durante 50, 100, 500 años, para usarlos después de ese tiempo

en una fecundación *in vitro*, imaginándose lo que ocurriría si ahora nos dijeran que acaba de nacer un hijo de Cuauhtémoc, o un hijo de Cuauhtemoc y de la Corregidora, todo es posible; oye hablar de estaciones construidas en el espacio, a las que puede llegar alguno de sus nietos en vacaciones; oye hablar de pueblos que son muy sanos gracias a un buen programa de educación física y correcta organización de la producción y distribución de alimentos, de la colonización del fondo de mar, etc. Y nosotros en la clase de Química le ofrecemos hablar sobre el peso equivalente, en la Física sobre la viscosidad y el gasto, en la Biología sobre las características de los helechos y en la de Matemáticas sobre el interés compuesto. Seguramente todo es necesario para el especialista.

Pero podríamos racionalizar mejor la distribución de los temas en los programas y hacer mucho más interesante nuestros planes de estudio, si entendiéramos que antes que formar especialistas, tenemos que ayudar a que se formen seres humanos.

Por tanto divulgar la ciencia es para mí solo una parte de otro problema mayor: divulgar la cultura.

Pero también es molesta la palabra divulgar. También me confunde y creo que va de acuerdo con esa percepción, para mí inadecuada del problema.

El divulgar la ciencia o divulgar la cultura puede ser sinónimo de proyectar una información, que consideramos valiosa a la mayor parte posible de público.

La pregunta que me parece clave en este contexto es la siguiente: ¿Para qué queremos divulgar la ciencia?

Si solo se tratara de transmitir conocimientos podríamos fácilmente ser confundidos por seres extraterrestres con máquinas parlantes... o loros evolucionados.

Yo creo que quien pretenda divulgar la ciencia debe saber que al hacerlo participa de algo más importante que la mera transmisión de un conocimiento; Participa de un proceso que implica la comprensión de ese conocimiento y la utilización del mismo por parte de la persona. Se trata de usar la información para desarrollar actitudes, hábitos, habilidades.

Es decir estamos frente a un fenómeno que implica una toma de conciencia y un cambio de actitud.

Un proceso educativo.

Si el escritor, conferenciante, maestro, no se da cuenta de que al informar conforma es decir educa, perderá muchas oportunidades valiosas de comunicación.

La enseñanza de las ciencias y la difusión del conocimiento científico, son también una parte de un proceso educativo.

Difundir la ciencia tiene sentido cuando es parte de la intención, más amplia, de educar. El objetivo no es la ciencia, sino el desarrollo de la persona. Se trata de usar la ciencia como medio y no como un fin en sí misma.

3. Matices de la difusión de la ciencia.

Cuando se pretende hacer divulgación científica dentro del marco educativo y cultural más amplio, al que nos hemos referido, es importante tomar en cuenta la edad y el nivel socioeconómico del público al que nos dirigimos.

Si hago divulgación científica para niños y jóvenes, la misma es para mí un recurso educativo, un medio no un fin en sí. Con ella trataré de desarrollar las capacidades que los niños tienen; su capacidad de observación, su capacidad para adquirir por su propia cuenta el conocimiento, su capacidad para construir juguetes, modelos, etc. pero también su capacidad afec-

tiva y su capacidad de goce.

Si soy maestro puedo utilizar la escuela, pero si no tengo un grupo en una escuela, puedo usar los medios de difusión a mi alcance: revistas, libros, radio, televisión, periódicos.

Aquí me tropiezo con otros problemas: nuestro 8% según optimistas, de analísetos y nuestro promedio escolar de cuarto año de primaria.

Estos problemas se refieren a la población en general, niños y adultos, de nuestro país.

El error en que creo que incurren muchos bienintencionados divulgadores es el de creer que lo que dicen es necesariamente entendido por quien los escucha.

Esto es muy importante. Cuanto más alto es el nivel de la información científica, menor es el número de quienes la entienden y la manejan.

La ciencia en general constituye aún asunto de magia incomprensible para la mayoría de las personas.

El lenguaje científico no es del dominio público. Al dirigirnos a adultos con bajo nivel educativo y cultural, nuestro lenguaje debe ser tan accesible como lo sería para un niño. Y aquí tropiezo con la falta de preocupación al respecto de quien pretende hacer difusión científica. ¡Cuántas veces hemos oído criticar al que no entiende partiendo de la peregrina idea de que debe entender! En esos casos hay por lo menos dos ignorantes: el que escucha y el que habla por que éste ignora que el otro no tiene por qué entenderlo. Pero de los dos yo prefiero al que escucha por que por lo menos en su caso está claro por qué no entiende, hay una justificación a su ignorancia.

Tengamos cuidado. Si buscamos comunicación preocupémonos por conocer el lenguaje de quien nos escucha.

Como divulgadores de la ciencia en México, usemos términos sencillos, palabras sencillas, lenguaje directo.

Si no encontramos los términos claros y accesibles es que no entendemos nosotros mismos muy bien el asunto o este es inexpresable con palabras. En ambos casos lo mejor es no tratar de explicarlo a otros mientras no lo entendamos nosotros. ¿En que consiste entonces lo educativo? ¿en desprenderse de gran parte del conocimiento que sabemos imprescindible para resolver problemas del presente, solo porque los niños, jóvenes y público en general dice "no entiendo"? Desde luego que no. Pero sí, probablemente en descender de la cumbre hasta establecer contacto real y verdadero con la inteligencia y capacidad del público. Y después, en volver a subir, sin dejarlo solo, paso a paso, hasta acompañarlo en la conquista, ahora suya, de esa cumbre.

Uno de los niveles más difíciles de la difusión de la ciencia se da, sin embargo, no frente a las personas de bajo nivel cultural, las que a final de cuentas están ávidas de saber, sino de frente a las de preparación superior, universitarias, pero cuyo campo de interés no cae directamente en el de las ciencias.

Me refiero a todas aquellas personas que a temprana edad decidieron que la ciencia no era asunto suyo, que era aburrida, que se desconectaba de lo auténticamente humano y decidieron ser abogados o literatos o filósofos, alejados de todo contacto con lo que ellos imaginan ser la ciencia.

De los diferentes tipos de público a los que me he enfrentado, éste ha sido para mí el peor.

Cuando he conseguido arrancarles algún gesto de amable sorpresa, ¡que interesante! dicen, éste ha ido asociado a una actitud paternalista, de supuesta comprensión hacia el "jueguito" científico, pero a los tres minutos han regresado a sus esquemas mentales de siempre.

Nunca falta el maestro o maestra de Historia que confunda ciencia con tecnología, ambas con "tecnología importada", ésta con penetración imperialista y, en consecuencia final, al científico con infeliz sujeto ignorante manipulado por la CIA.

Estos adultos universitarios, tengo para mí que pertenecen a una de las peores castas de la especie humana. Si yo escribiera La Divina Comedia, no dudaría respecto al lugar donde colocarlos por el resto de la eternidad.

Coincido totalmente con C.P. Snow cuando apunta en "Las dos culturas" que tan malo como ignorar quién es el autor de Hamlet, es ignorar el sentido del primer Principio de la Termodinámica.

En efecto ¿por qué ha de ser peor ignorar quien es el de "La Celestina" que no saber de qué están constituidos los cromosomas?

La tendencia a separar en la educación tradicional las ciencias de las humanidades ha sido nefasta. Tanto por lo menos como la que pretende hacernos a los científicos olvidar la importancia de la literatura, la historia y el arte.

4. Por otra parte tendemos siempre a pensar y actuar como representantes de un medio urbano. Somos flores de banqueta. ¿Cuándo nos hemos preocupado de matizar nuestra divulgación pensando en las diferencias entre la ciudad y el campo? Los campesinos están aún más necesitados de información que los habitantes de las ciudades y las razones son evidentes.

Para hacer una buena labor de difusión-educativa científica, deberíamos ir hasta los campesinos, meterlos en sus escuelas rurales, observar sus comunidades y a partir de esta información, planear nuestra actividad divulgadora.

De otra manera se corre el riesgo de caer, como hasta el momento, en una seudoinformación, totalmente desconectada de la realidad, o en una conectada de chiripa con la misma.

Como otras muchas personas, José Luis Pérez Silva, del Centro de Instrumentos de la UNAM, proponía una vez, en pequeña reunión, transformar un camión de redilas en una feria ambulante de la Ciencia, dotándolo de todos los recursos: laboratorio, libros, películas, computadoras... hasta instructores preparados, y visitar en él las diferentes comunidades a las que pudiera llegar el camión.

Yo pienso que esto se podría hacer en grande. Conseguir que cada estado atienda la preparación de tres o cuatro camiones de este tipo, pague a los técnicos responsables y localmente proceda a una buena labor educativa.

Para poder hacer algo así lo único que realmente se requiere son las ganas, auténticas, de hacerlo, la voluntad política. Los eternos y oscuros intereses de siempre, que operan en contra de la educación popular impiden realizar este proyecto. Aquí el obstáculo está en el caciquismo local y en los deseos de mantener al pueblo en la ignorancia que tanto conviene a los intereses retrógrados.

5. Para terminar me referiré al problema del lenguaje usado en la difusión científica.

El lenguaje científico es un lenguaje de minorías, no un lenguaje popular.

La gente del pueblo lee, cuando lo hace, periódicos, libros y revistas, va al cine, oye la radio y mira la televisión.

En todos esos medios de difusión se usa una lengua que es accesible al público en general y la información que entiende la gente común la proporcionan periodistas o escritores.

Estos se convierten así en el medio de enlace entre la cultura y el pueblo y de ahí su gran responsabilidad, no siempre atendida como debe ser, frecuentemente sustituida por un afán de manipulación de las conciencias.

Pero cuando el periodista quiere sinceramente poner su granito de arena en la educación popular, se encuentra con frecuencia limitado por sus escasos conocimientos cuando se trata de ciencias.

Por otra parte, de vez en cuando los investigadores y técnicos científicos se comprometen en una labor de difusión de la ciencia, encontrándose con que su lenguaje no es captado por el público.

¿Qué hacer?

A la vista se presentan tres posibilidades:

- a) trabajar en equipos interdisciplinarios, científicos y periodistas, luchando por entenderse mutuamente.
- b) Preparar a los periodistas en la especialidad de periodismo científico, creando cursos especiales, dedicados a ellos.
- c) Preparar al científico interesado en la divulgación, para que aprenda a comunicarse con un público carente de cultura.

Yo creo que las tres son válidas y que se están dando en nuestro medio, proporcionando muchas satisfacciones a todos los que estamos metidos en el jaleo.

Pero también creo que la solución no debería depender de la iniciativa particular de los que ya están haciendo esta labor.

Es en las Universidades y en las escuelas de periodismo donde deberían surgir iniciativas dirigidas a la preparación de especialistas en la divulgación científica en todas sus modalidades. Especialmente importante es el momento de la divulgación.

Es allí donde podrían incorporarse a los planes de estudio materias optativas, seminarios-talleres de periodismo científico en los que se prepararan esos especialistas. Es allí donde podría extenderse y aplicarse el contenido de los planes de estudio de posgrado, hasta abarcar una maestría en divulgación científica y/o en periodismo científico.

Lo vergonzoso y triste es que aún no existe ninguna iniciativa de este estilo en ninguna escuela Superior del país y que la labor de difusión cultural y divulgación aún se considere inferior en valor académico al de la docencia e investigación.

Este no solo es un problema de prejuicio, es un problema de cultura.

Muchas personas se han preocupado ^{de} este problema y se han sugerido algunas acciones, pero se trata todavía de divulgadores, periodistas y científicos, que de manera individual tratan de influir en quienes podrían tomar decisiones al respecto.

Una de estas iniciativas es la de la Lic. Norma Herrera, miembro titular de la Sociedad Mexicana para la divulgación de la Ciencia y la Técnica.

La Lic. Herrera, contando con el apoyo de dicha Sociedad y su muy fuerte infraestructura, propone llevar a la escuela de Periodismo de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, un proyecto para abrir el primer Seminario-taller de periodismo Científico.

¿En qué consiste el proyecto de este Seminario-taller? A grandes rasgos, en combinar, a lo largo de cierto número de sesio-

nes, dos a la semana durante 3 ó 6 meses, una mesa redonda; o conferencia; impartida por algún invitado ante los alumnos, con un taller de elaboración y supervisión de textos para periódico-revista, guión de radio, etc., elaborados por los asistentes al seminario y supervisados por el responsable del Seminario-taller, quien a su vez puede invitar a correctores de estilo y redactores para que enriquezcan el taller con su experiencia.

La mesa redonda o conferencia o panel, etc. funcionaría como motivación y tema de la redacción de textos y por supuesto, su contenido se relacionaría con temas de interés público y periodístico.

El proyecto es muy interesante, fácil de armar y de echar a andar, dado el apoyo de la Somedicyt.

Por otra parte, otras personas proponen seminarios de temas que profundicen en las relaciones entre la ciencia y la Sociedad y que se desarrollen en 15 ó 30 sesiones, en forma de cursos optativos, dirigidos tanto a periodistas como a estudiantes del área Científica o de Humanidades.

Solo son dos ejemplos de las muchas cosas que se podrían hacer, contando con la voluntad de hacerlas por parte de quienes podrían apoyar estos proyectos.

Muchas gracias

CCC
AG
1483

V ENCUENTRO DE LA CONEICC
20 de marzo de 1988.

PANEL SOBRE PRACTICAS PROFESIONALES DE COMUNICACION PARA
EDUCACION Y PROMOCION SOCIAL.

TEMA: RADIO Y PROMOCION SOCIAL.

Jorge V. Villalobos G.
Germán Martínez Aceves.

Las reflexiones que a continuación presentamos están referidas al trabajo realizado en dos proyectos educativo-promocionales de Fomento Cultural y Educativo A.C. que cuentan con la posibilidad de utilización de una radiodifusora: el Proyecto Huayacocotla que cuenta con una emisora de onda corta y el Proyecto Sur de Xalapa que opera la Radio Cultural Campesina de Teocelo Ver.

Esta experiencia de la relación Radio-Promoción Social se inicia en FCE en 1973 cuando le ofrecen la operación de las Escuelas Radiofónicas de Huayacocotla. Para la Institución entonces recién fundada, el reto principal consistía en diseñar un modelo de utilización del radio en relación a un proyecto de promoción social.

En 1980 inició FCE su Proyecto Sur de Xalapa y con él la implementación de la Radio Cultural Campesina como un proyecto comunicacional enmarcado en un amplio proceso de educación y promoción populares, cuyo eje fundamental está referido a la participación del pueblo de la zona en la operación, ~~producción y programación~~ global de la emisora. El objetivo es lograr que la emisora sea el canal de comunicación de los campesinos de la región.

Estos proyectos comunicacionales están enmarcados por un amplio proceso de educación y promoción populares que aspiran globalmente a colaborar en la construcción de proyectos alternativos de sociedad y a su progresiva construcción. Su objetivo se sitúa en el acompañamiento al pueblo de las regiones donde se trabaja, para ofrecer elementos que faciliten la comprensión de la propia problemática y la organización necesaria que el pueblo necesita para ir construyendo una nueva sociedad más democrática, más participativa, más humana, más justa. En síntesis, se trata de proyectos comunicacionales que aspiran a un nuevo proyecto de sociedad.

Antes de pasar a las temáticas generales del Panel, todavía parece pertinente anotar dos condicionantes que le dan relevancia a este tema de la relación del radio con la promoción social: el hecho de encontrarnos en un final de época y, además, frente a un modelo que apenas se esta construyendo.

Los antecedentes de la radio participativa vinculada a proyectos educativos tiene su antecedente, por lo menos en latinoamérica, en lo que fueron los proyectos de Escuela Radiofónica de educación integral. Estos proyectos surgieron como una estrategia que intentaba resolver el ya angustiante problema de la injusticia social latinoamericana. Eran los años 50s. Se pensaba que ofreciendo la oportunidad de 'educación' se conseguiría 'incorporar' a las grandes masas depauperadas de América Latina. Era la época que luego se tipificó como de desarrollismo. Se ofreció educación a todo lo largo y ancho del continente y en vez de conseguir disminuir el problema, se incrementó. El problema no era educativo. O no era sólo ni principalmente educativo. Era un problema de estructuras sociales injustas. Vino el 68 y con él el desenmascaramiento de

muchas situaciones. Vino la teoría de la dependencia: había pobres porque había ricos. Y también vino la crítica a los modelos tradicionales de educación: en lugar de capacitar para transformar la sociedad, colaboraban en su injusta reproducción. Freire vino a mostrar que la educación era un proceso dialógico en el que tanto uno como otro de los implicados en el proceso aprenden mutuamente. Se acabó la rigidez del que sabe y le enseña al que no sabe. Y simultáneamente se vino a cuestionar el modelo vigente de comunicación vertical. El medio no podía ser sólo 'difusor' de uno a muchos: había que devolverle su capacidad comunicacional. Aquí se inició el reto de construir un nuevo modelo de utilización del medio.

Este impacto lo vivimos en México. Pero también lo vivieron a lo largo de todo el continente las diversas experiencias que son honestidad se planteaban acompañar al pueblo en su búsqueda de una sociedad más justa. Y la pregunta sigue abierta, porque el cuestionamiento de fondo sigue abierto: ¿cual es el modelo adecuado para que un medio de comunicación favorezca y potencie la participación de la comunidad en la construcción de nuevas relaciones humanas? La experiencia conseguida a lo largo de 15 años de trabajo en Fomento Cultural y Educativo, es apenas un ~~xxxxxxx~~ acercamiento a esta ingente tarea.

La segunda reflexión previa es sobre la perspectiva actual en la que estamos viviendo. Es claro que en nuestro país el Estado o Sociedad Política ha crecido tanto y ~~xxx~~ en forma tan omnipresente que la sociedad civil apenas si puede respirar, abrirse paso, organizarse, tener presencia. Urge fortalecer la sociedad civil en la que organizadamente se expresen las diversas corrientes de pensamiento y con la que se contrapesa esa omnipresencia estatal.

Y esto todavía con más urgencia por encontrarnos no en un final de siglo ni sólo de segundo milenio sino tal vez ante un cambio de época cuya característica más peculiar es la de confundir los valores y trastocar las perspectivas humanas y sociales.

En esta situación un medio radiofónico participativo resulta un instrumento idóneo para facilitar la expresión de la sociedad civil y su progresivo fortalecimiento y como medio de identidad cultural.

Por último, la relación radio-promoción social sigue siendo un reto para profesionales: exige la dedicación no sólo para realizar ciertas prácticas sino incluso para diseñarlas.

1 y 2.

3.- Perspectivas de desarrollo.

La experiencia de Radio Cultural Campesina apunta a la configuración de un modelo de organización radiofónica que facilita la participación de la comunidad en una amplia gama. El reto para su pervivencia futura como medio en manos de una comunidad es doble: que logre mantenerse y reproducirse como estructura comunicacional participativa y con clara visión de su aporte social y de su función comunitaria y, que el Estado abra los ojos ante esta demanda creciente de la sociedad civil y si no favorece, que al menos no estorbe su desarrollo.

Este tipo de proyectos comunicacionales no son lucrativos. Su lógica no está cimentada en la ganancia, pero sí implican costos de operación y requerimientos de personal cualificado. Clarificar el

tipo de financiamientos que permitan su manutención será clave para el desarrollo futuro de este tipo de actividades. Facilmente pueden desvirtuarse y constituirse en empresas si no lucrativas si esquizofrénicas. O morir por carencia de recursos al manejarse con criterios poco realistas.

El problema político es también relevante. El estado no ha aceptado abrir el espacio radial a este nuevo tipo de experiencias. Es una limitante importante.

4.- Papel de las Asociaciones.

Nuestras dos experiencias no hubieran sido posibles sin la participación de FCE, una Asociación Civil educativo-promocional. A lo largo de estas experiencias, nuestra Asociación ha sido el lugar de encuentro, capacitación, reflexión, crítica, elaboración de teoría, apoyo financiero.

Difícilmente se puede concebir una emisora popular educativa sin el apoyo de una Asociación que le de marco y consistencia. Inclusive la misma Radio Cultural Campesina está constituida como AC, en la cual participan diversos sectores de la población.

A otro nivel, también se ha contado con el apoyo de ALER: Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica, un foro donde se comparten las experiencias locales y se potencian los proyectos futuros. El papel de estas Asociaciones es sin duda de facilitadores de la creatividad, la crítica y la sistematización de experiencias.

137

LA FUNCION SOCIAL DEL COMUNICADOR-PROMOTOR

Más que plantearse en primer término el tipo de proyecto de comunicación que aspira un comunicador-promotor, hay que plantearse el tipo de sociedad a la que se aspira porque, simplemente, una comunicación social no podemos dejarla instalada sin intenciones de cambio e influencia en su campo de acción.

El comunicador en este caso de la búsqueda de una promoción con los grupos populares, no deja su conocimiento tan solo en una cabina de radio o en un artículo periodístico, sino que traspasa al propio medio y encuentra la función social en la dinámica de la zona.

Dos aspectos fundamentales se pueden mencionar:

a) La promoción.- El encuentro del conocimiento popular, la ayuda para facilitar herramientas que desentrañen las realidades presentes pero que pasan desapercibidas por creerse cotidianas. Ahí, en el arado, en los caminos de herraduras, en el río, la junta ejidal, los comités, las fiestas y las diversiones, la pobreza, los barrios, el lenguaje, los símbolos de un pueblo activo y poco escuchado.

En todos los grupos que buscan un beneficio colectivo o en aquellos lugares aislados y marginados, el promotor realiza el vínculo a través de la recuperación de las formas de comunicación popular y a su vez las reinterpreta para convertirlas en un proceso educativo que abre otras posibilidades de conocimiento y acción. Por ejemplo: que una comunidad se organice para instalar la luz eléctrica resulta una experiencia provechosa para otra comunidad que aprende a continuar los pasos y gestiones que se realizan. Conocer sobre el salario mínimo que se paga por jornal en una parte de la región, ayuda para que otros se den cuenta de lo justo o injusto que resulta el pago de su trabajo.

Aquí, el promotor recupera, ayuda a organizar los procesos de las acciones, provoca el análisis y la reflexión sobre los hechos y está cercano con la gente de su entorno. Crea confianza y abre el camino a la participación, al diálogo, opinión y acción.

b) La Organización del Medio de Comunicación.- En este caso, La radio. Desde aquí se sigue no tan solo el objetivo de darle la voz al pueblo, sino que también se le capacita para que se conviertan en los organizadores de su propio medio.

La radio no es , en este caso , una oportunista del momento , sino que constantemente está en la formación social de la región . Entonces , desde el seguimiento a los grupos o comunidades va encontrando a sus propios comunicadores populares que a su vez , desde sus palabras , sus conocimientos , su música , su visión , llevan su discurso a la opinión pública y esta su vez se los revierte . La Radio se forma con la gente de los diversos sectores sociales , de ahí parten los corresponsales , los locutores y los productores que a su vez son los campesinos , las amas de casa , los estudiantes , los obreros , los empleados , los artesanos , los milusos , los músicos .

A el comunicador le corresponde darles su lugar y su espacio en el medio de comunicación , impulsarlos a la integración de ese medio y a formarlos para la coordinación y dirección de una Radio que encuentra en la comunicación popular un amplio proceso de educación para el pueblo .

De este modo la Radio Participativa tiene su razón de ser mientras desarrolla una promoción social hacia la colectividad . Al momento que impulsa los grupos sociales y los vuelve emisores , insiere en una comunicación horizontal que a su vez genera más vínculos de comunicación , recrea el conocimiento para un mejor desarrollo social en donde la participación colectiva es el fundamento principal .

Así , la función social del Comunicador-Promotor tiene su base en el peso de la sociedad civil .

SOBRE LAS PRACTICAS .

En este caso , la práctica dominante de Radio Cultural Campesina es la comunicación que invita a la participación , a la búsqueda constante de los sectores sociales y grupos organizados de la región .

La práctica emergente , que cada vez más tiende a convertirse en la dominante , es la actividad de los corresponsales , locutores y productores provenientes precisamente de comunidades , barrios e intereses de crear nuevos modelos de comunicación

Y no es tan solo la difusión de sus ideas y sentires a través del radio , sino la potencialidad de mantener una comunicación entre organizaciones y comunidades . . .

El debilitamiento de la sociedad civil es parte de la soledad a la que ha sido condenada por la sociedad política .

Por lo tanto , este nuevo camino de experiencias inéditas en - el campo de la función social del comunicador abre brechas a través de la promoción de una educación popular , de dar las herramientas -- para que fluyan las ideas de un pueblo acostumbrado a callar .

La Comunicación sindical. Análisis de un caso.

CCL
AZ
1483

CPA Jorge Abadía Vaz
quez
Director del Centro
de Estudios y Estadísticas
de ASPA

Para entender la situación actual de la comunicación sindical es necesario hacer una brevísima reseña de lo que ha sido este proceso dentro del sindicalismo en México.

En las últimas décadas del siglo pasado se dan los movimientos de agrupación de trabajadores, principalmente artesanales, amparados en la apertura del liberalismo Juarense.

En esta etapa las publicaciones se caracterizaron por poseer un contenido - mas de opinión que de información y eran de tipo panfletario. Entre las - mas importantes podemos mencionar El Socialista, La Comuna, La Internacional, La Huelga, La Fraternidad y El Hijo del Pueblo. Cabe destacar que en la medida que en el movimiento obrero relacionó con el gobierno y la actividad política estas publicaciones fueron perdiendo los objetivos para - las que fueron creadas.

En la época prerrevolucionaria y ya en plena revolución, llenan el espacio - del periodismo obrero publicaciones como El Hijo del Ahuizote y el periódico Lux (ambos de línea anarco-sindicalista). Después, con la creación del Sindicato que agrupaba a Electricistas y Telefonistas, se crea también el órgano "Solidaridad" que viene a ser la primera expresión organizada - de comunicación sindical.

Más tarde, gracias a que la Constitución del 17 trajo importantes reivindicaciones para los trabajadores, se inicia un desarrollo intenso del movimiento obrero, donde se definieron claramente dos tendencias; aquellos sindicatos ligados con la Casa del Obrero Mundial, de corte oficialista, y las corrientes socialistas. Ambos contaban con pequeños periódicos que respaldaban sus posiciones.

Posteriormente, la hegemonía que ejerció la Confederación Regional Obrera -

Mexicana (CROM) dió a su revista un impulso que mantuvo la línea oficialista de esta central como la más importante.

De entonces a la fecha, la situación no ha variado considerablemente. Un gran número de direcciones sindicales se han caracterizado por rasgos unipersonales en la negociación de los asuntos laborales. Este subdesarrollo de la democracia sindical también se ha reflejado en las publicaciones de estos organismos, que generalmente son boletines dedicados a ensalzar los méritos de los dirigentes en turno y rara vez se ocupan de promover una estrecha comunicación de bases y dirigencia en todas direcciones.

Si entendemos a la comunicación sindical como el espacio de la discusión gremial que presupone la participación activa de todos los trabajadores, donde se interrelacionan bases y dirigencia, sindicatos entre sí y trabajadores con la sociedad en su conjunto, consideramos que la mayoría de nuestras organizaciones sindicales no poseen la capacidad de respuesta ante los retos que esa comunicación nos plantea.

Sin embargo, la preocupación de que este proceso se cumpla de la mejor manera existe y cada organización plantea su propia manera de resolverlo.

En la Asociación Sindical de Pilotos Aviadores (ASPA de México), surgió este problema desde sus inicios.

En los primeros tiempos del sindicato se edita la revista Hélice, como un órgano de comunicación hacia el exterior, combativo y de denuncia. Más tarde la revista se convierte cada vez más en un órgano interno de educación técnica y sindical, para devenir en una revista exclusivamente técnica. No era un órgano de difusión sindical, ni tenía una línea definida de información política-sindical. Se planteaba como órgano de difusión de ASPA a nivel externo y a falta de uno interno se incluía información de este tipo.

A pesar de ello, hasta 1976 las necesidades de comunicación se veían satisfe

chas con los canales existentes (asambleas, boletines, revista Hélice y comunicación informal) para el número de agremiados.

De 1976 en adelante la industria aérea experimenta un crecimiento explosivo. En 6 años la membresía de ASPA se triplica y esto provocó que las formas y canales de comunicación con que se contaba resultaran ineficientes e insuficientes.

Ante esta problemática ASPA se vió en la necesidad de replantearse su sistema de comunicación. Para ello contamos con la colaboración de un grupo de estudiantes de comunicación y de asesores de diferentes organismos, - con los que se logró hacer un Diagnóstico de comunicación.

Nos dimos cuenta de la necesidad de diversificar nuestros canales, de - crear nuevos espacios y reforzar los ya existentes con una mejor definición de sus objetivos. Creamos un órgano interno de comunicación, llamado Bitácora, un periódico mural (el volador ASPAVIENTOS) e invitamos a los compañeros agremiados a participar tanto en la elaboración de estos productos como en la discusión y planeación de los contenidos. También se llevaron a cabo cursos de redacción y caricatura y ciclos de conferencias - sobre temas políticos, económicos y sindicales.

En el ámbito de la comunicación externa de revista Hélice se destinó a un público más amplio dentro de la industria aérea. Sin embargo, los avances en este renglón no han sido significativos.

Por otro lado, aunque sí se han utilizado los potenciales tecnológicos - de otros medios de comunicación, éstos no han sido aprovechados totalmente.

Esta experiencia ha funcionado con sus limitaciones, en particular hay que mencionar que sigue siendo necesario plantear los objetivos a corto, mediano y largo plazo, ya que el no hacerlo nos regresa al principio del problema. Esto es difícil para ASPA ya que cada año se da el cambio de un tercio del

comité ejecutivo y el que los dirigentes duren sólo tres años en sus puestos sin posibilidad de reelección, ocasiona que algunos programas no se concluyan o no tengan continuidad.

De todo esto se desprende la conclusión de que también necesitamos introducir otros sistemas que apoyen el desarrollo de la educación sindical para que a partir de esto logremos promover mayor conciencia en el gremio, ya que el tipo de comunicación de un grupo social es un indicador de sus características.

Para dar solución a estos problemas se requiere de una evaluación continua y de replantearse constantemente tanto la efectividad de los canales, como la creación de novedosos instrumentos que involucren la imaginación de los comunicadores para enfrentar los nuevos retos que se nos presentan continuamente dentro del movimiento obrero.

Para todo ello las organizaciones sociales requieren del comunicador. La necesidad de que éstos se preparen concienzudamente para insertarse en la evolución de éste proceso, cobra mayor importancia en estos momentos en que las organizaciones sindicales deben tomar un papel más activo en la sociedad.

En este sentido consideramos que los comunicadores pueden y deben dirigir sus esfuerzos a buscar las formas para que estos procesos de comunicación logren sus objetivos. Para ello requieren estudiar a fondo el contexto en que se está dando la actuación de estos grupos en la sociedad mexicana y las necesidades de comunicación a partir de la realidad de cada agrupación.

Por otra parte se impone la obligación de sensibilizar a las dirigencias y bases sindicales para que utilicen los instrumentos que los comunicadores pueden proporcionar y de este modo incidir en el desarrollo de estos grupos sociales.