

POR UN PERIODISMO COMUNITARIO

SIRIO J. VALBUENA

I. LAS ESCUELAS DE COMUNICACION SOCIAL Y EL PERIODISMO COMUNITARIO

1. ¿Cuánto hemos avanzado en el Discurso de la Comunicación Alternativa?

Venezuela es pionera, a través de sus periodistas e investigadores, en cuanto a la formulación conceptual que originó lo que hoy conocemos como comunicación alternativa, comunicación democrática o prensa alternativa.

Se puede afirmar que es una consecuencia inmediata del floreciente período que en materia de investigación se inicia en la década de los años 60, en el campo de las ciencias sociales, y dentro de ellas la comunicación social. Desde entonces, y de manera particular durante la década siguiente, ha resultado decisivo la contribución de los investigadores sociales en la formulación de los proyectos políticos atribuidos a los partidos pertenecientes a la llamada "nueva izquierda". En cada uno de esos proyectos se pueden encontrar proposiciones transformadoras del esquema correspondiente a la comunicación masiva. Ello explica por qué algunos especialistas de la comunicación afirman que el término "alternativa" se utilizó por primera vez en documentos políticos en donde se pretendió abordar teóricamente la crisis que durante 28 años ha padecido nuestro sistema democrático.

Sin embargo, los intentos más significativos en el abordaje de los problemas que genera la industria periodística, utilizando el arsenal teórico que proporciona el modelo de análisis correspondiente a la comunicación alternativa o la prensa alternativa, los encontramos al despuntar los años 80. Uno de esos primeros intentos lo constituye el II Encuentro de Periodistas del Area Andina, en el cual el periodista y profesor universitario Gilberto Alcalá presentó la ponencia "La Prensa Alternativa como Reto para los Periodistas Latinoamericanos". Sobre la base de esta ponencia y los aportes hechos por la Unión de Periodistas del Ecuador, se determinó que "Frente al monopolio que ejercen en países las transnacionales de la información y las grandes empresas de la Comunicación Social, se impone la creación, el desarrollo y el fortalecimiento de la comunicación alternativa, dedicada a destacar los hechos y asuntos de interés de las grandes mayorías de nuestros pueblos y a denunciar la desinformación, el coloniaje cultural, la dependencia económica, política, social, etc." (1)

Un año después un grupo de profesores de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad del Zulia: Xiomira Villasmil, Migdalia Pineda y Marta Colomina, presentan ante el IV Encuentro Nacional de Investigadores de la Comunicación una ponencia contentiva de un denso análisis teórico, muy importante para la toma de conciencia crítica frente al complejo problema

que representan los medios de difusión masiva en nuestro país. En el mismo orden de ideas se puede enumerar valiosos aportes hechos por Eleazar Díaz Rangel, Marcelino Bisbal, Héctor Mujica, Federico Alvarez, Evangelina García Prince.

Este breve recuento sobre el camino andado en función del perfeccionamiento del discurso sobre la comunicación alternativa nos lleva a afirmar que pareciera predominar entre los especialistas, el convencimiento de que hemos logrado reunir un arsenal teórico con el cual nos abriremos paso para profundizar la democracia, mediante la formulación de respuestas congruentes, según el comportamiento que asuma la lucha de clases en nuestro país.

En cuanto al tema que será desarrollado en las páginas siguientes: la enseñanza del periodismo comunitario en las Escuelas de Comunicación Social, queremos dejar claro que el mismo se inscribe teóricamente hablando, en el marco conceptual que se recoge en la ponencia de las profesoras Pineda, Villasmil y Colomina, quienes al tratar de justificar "la contrafunción que debe desempeñar el germen del discurso alternativo", afirman lo siguiente:

"El objetivo de ese discurso alternativo es transformar el proceso a partir de una ruptura radical con el modelo burgués de la difusión masiva para lograr la liberación del habla, de la actividad y de la creatividad populares, mediante la creación de esquemas simbólicos, ideológicos y políticos propios de la clase y grupos sociales dominados" (2)

1.1. ¿En qué Contexto nace la Comunicación Alternativa en Venezuela?

1.1.1. El Petróleo y la aparición de la llamada "Gran Prensa"

El desarrollo de la industria petrolera, a través de la creciente penetración del capital extranjero proveniente de la Royal Dutch-Shell y la Standard Oil, constituye el principal motor que acelera el proceso modernizador de la prensa en Venezuela.

Como es sabido, inmediatamente después de la muerte del dictador Juan Vicente Gómez se funda el diario "Ahora", con el cual se inicia ese proceso modernizador. Este adquiere su mayor expresión en la década de los años 40, la que se transforma en el escenario ideal para la consolidación de los diarios que conforman la "Gran Prensa".

Factores como la aparición de la industria publicitaria, gracias al crecimiento de los sectores comercio e industria; el fortalecimiento de la experiencia democrática que comienza con el General Medina Angarita; el afianzamiento del país como suplidor petrolero del mundo occidental, una vez que finaliza la II Guerra Mundial; crean las condiciones necesarias para el florecimiento de empresas periodistas como Últimas Noticias, El Nacional, El Universal y La Esfera.

Con estos diarios y algunas publicaciones no diarias como, por ejemplo la revista "Elite", se define el modelo de prensa capitalista vignete en nuestro país.

Como tal, ese modelo de prensa conlleva las características que le imprime el proyecto económico, político y cultural que asume la naciente burguesía nacional en un país subdesarrollado. Se trata de un modelo centralista que, desde el punto de vista político y económico, promueve la expansión y perfeccionamiento de los medios de difusión masiva desde la capital hacia las ciudades que gradualmente se tornan en exponencias de los polos de desarrollo regional.

1.1.2. ¿Cómo opera el Modelo Centralista de Prensa?

Durante muchos años en Venezuela se habló de la prensa de Caracas y "la del resto del país". Ello es el resultado de los efectos distorsionadores y un tanto paradójicos del modelo mencionado. Mientras los diarios editados en Caracas nada tienen que envidiar a los homólogos que circulan en las grandes capitales latinoamericanas, en el interior de nuestro país sólo encontramos hoy en día un puñado de periódicos que apenas si, dentro de la estrategia de domi-

nación de la burguesía nacional, cumplen con esa misión.

Como es fácil suponer, al lado de la prensa mediana que opera en la Provincia, se encuentran varias docenas de pequeñas publicaciones que deben someterse a las "reglas" del juego para solventar los problemas que significa la consecución de papel y la escuálida pauta publicitaria que les permite sobrevivir.

1.1.3. Origen del Periodismo Comunitario

El antecedente más lejano de lo que se conocía inicialmente como periodismo comunitario, lo ubicamos cronológicamente en la cuarta década del siglo XIX en Inglaterra, cuando los dirigentes de los obreros que llevaban sobre sus hombros la Revolución Industrial, decidieron fundar el semanario *The Poor Man's Guardian*, con el propósito de ponerlo a circular en los barrios formados en torno a las grandes fábricas londinenses. Una de las principales funciones asignadas a éste y otros periódicos similares creados posteriormente, fue la de estimular a la masa trabajadora para que aprendiera a leer en ellos.

Pero es en realidad el concepto del periodismo comunitario que prevalece en los Estados Unidos, al comienzo del presente siglo, el que llega hasta nosotros. Se pensó ilusoriamente que se trataba entonces de un periodismo "nuevo". Este adquirió identidad propia en el momento en que prevalece la prensa "amarillista" que volvió por sus fueros en los Estados de la Unión, una vez que llegó a su término la Primera Guerra Mundial.

Las publicaciones -principalmente no diarias- que representan ese periodismo aparentemente nuevo, tienen una motivación fundamentalmente racial, al menos en sus primeros momentos. Por ejemplo, los periódicos que se editan en la ciudad de Nueva York en 1979, deben tomar en cuenta los intereses y necesidades de 44 grupos étnicos (3)

Se puede concluir en tal sentido que el común denominador que garantiza el éxito de este tipo de prensa desde sus inicios, es el abandono que padecen millones de inmigrantes procedentes de diversas regiones de Europa y la población negra que se siente marginada en su propio país. Pero en términos generales se puede afirmar que a pesar de esa realidad, la actividad periodística que despliegan los líderes de esas comunidades, está enmarcada dentro de los parámetros de W. R. Hearst y J. Pulitzer, los máximos exponentes del periodismo "amarillista". Es decir, quienes hacen ese periodismo ofrecen una visión fragmentada de la realidad norteamericana, lo que en definitiva se traduce en una función legitimadora del sistema dominante.

1.1.4. Subdesarrollo y Periodismo Comunitario

La concentración de las actividades económicas, políticas y culturales en un grupo reducido de ciudades y los efectos nocivos del modelo centralista que sirve de guía a nuestra prensa, no solamente ha negado las posibilidades de desarrollar publicaciones o proyectos dirigidos a las organizaciones que se integran en el nivel microsociedad (asociaciones de vecinos, sindicatos u organizaciones de consumidores), sino que ha reducido a la mínima expresión la presencia de publicaciones de corte tradicional, que circulan entre las pequeñas comunidades.

Dificultades insalvables en materia publicitaria y las presiones políticas o de grupo que muchas veces se ejerce sobre los periodistas o las personas que adelantan proyectos de esa naturaleza, tornan en efímeras la mayoría de las publicaciones que circulan ocasionalmente.

Los grandes grupos económicos mantienen centralizada la publicidad en la capital de la República, a través de agencias que crean innumerables requisitos de cumplimiento previo para otorgar los deseados "avisos". A esto último se agrega la manipulación de la cual es objeto la pauta publicitaria de los organismos gubernamentales, particularmente cuando se trata de pequeñas publicaciones. Además de tener que colocar por delante el carnet del partido de turno o la consabida tarjeta de recomendación, el periodista se ve mediatizado las más de las veces para ejercer su derecho a la crítica, aun cuando esta exprese sólo una posición reformista.

En resumen, el nivel de participación de los actores que constituyen los sistemas comunicativos en el nivel microsocia! es insignificante en la sociedad venezolana, en razón de la naturaleza y los intereses que se ocultan detrás de cada uno de los periódicos que representan el modelo de prensa impuesto por la burguesía nacional.

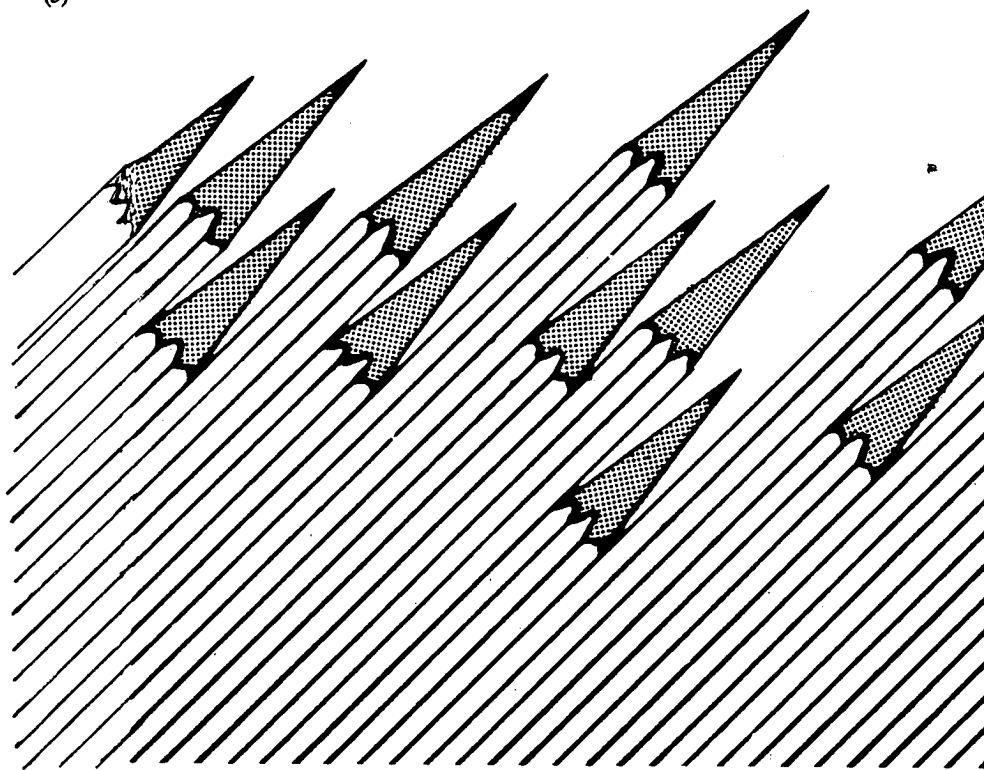
La profesora Midgalia Pineda realizó una investigación en 1982, en la cual se desmonta ese modelo de prensa. Para este trabajo, cuyo título es "Estructuras Informativas: Simbolización y Poder", ella tomó una muestra representativa compuesta por El Diario de Caracas, Panorama, El Nacional

Entre los hallazgos atribuibles a esta investigación, está el de haberse comprobado que en el proceso de producción periodístico de la "gran prensa", los criterios de valorización de los hechos noticiables, explican por sí solos la exclusión que se hace diariamente del potencial caudal noticioso relacionado con el esfuerzo creador de las comunidades.

Se explica, por ejemplo, en la investigación que los "resultados demuestran cómo la **inmediatez** y la **actualidad** son los rasgos más frecuentemente destacados en los hechos reportados como noticias, con lo cual se confirma que estos criterios de calificación están determinados por los parámetros de lo que el periodismo norteamericano define como "características noticiosas" (4).

"Precisamente los criterios de actualidad e inmediatez, agrega la profesora Pineda, son los más propios de un proceso periodístico donde la producción de la noticia está decidida por intereses de rentabilidad, rapidez y menores costos, lo cual redundo en el tratamiento trivial de los hechos que son procesados como materiales informativos".

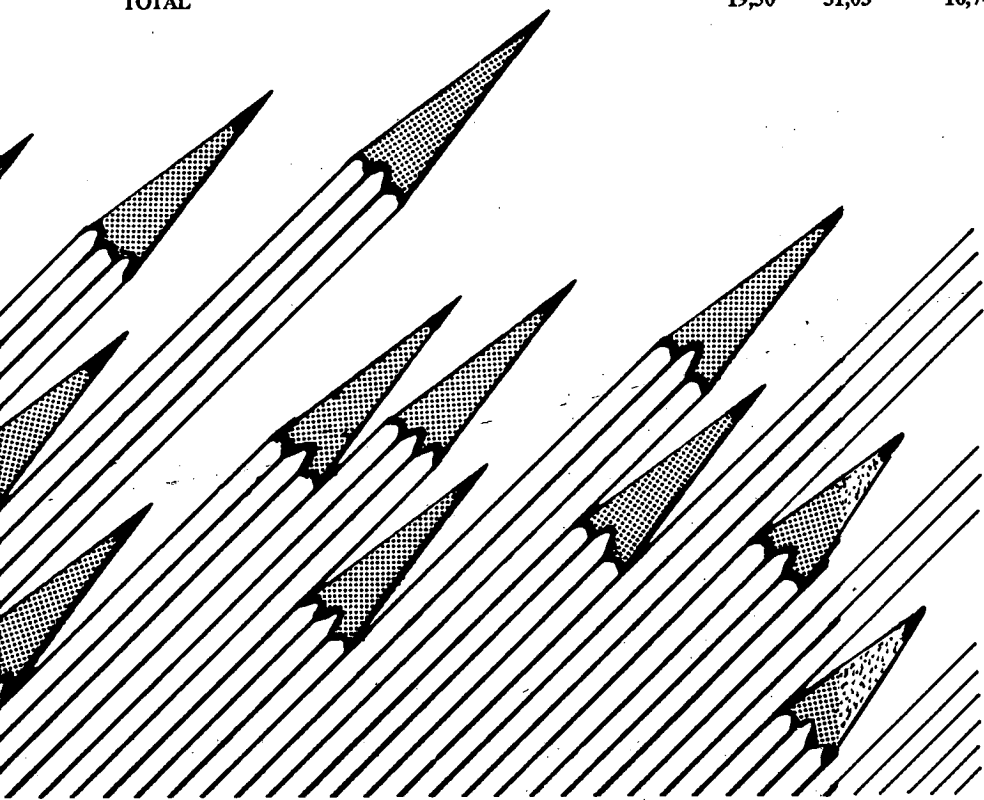
(5)



Para respaldar sus afirmaciones, la mencionada investigadora contrasta los resultados de las mediciones hechas en los tres periódicos, sobre la base de tres categorías en relación con la autoría de los hechos que se ofrecen como noticia: instituciones, personas particulares y los gremios, asociaciones y sindicatos. Al efecto ella elaboró el siguiente cuadro:

ACTORES O PROTAGONISTAS DE LOS HECHOS RESEÑADOS POR LOS DIARIOS

ACTORES	DIARIOS		EL DIARIO	
	PANO- RAMA	EL NA- CIONAL	DE CA RACAS	
	-%-	-%-	-%-	
ACTORES	POLITICAS-GUBERNA-MENTAL	9,45	18,05	6,49
	ECONOMICAS	3,59	4,05	5,54
	CULTURALES Y ARTISITICAS	0,88	2,17	0,58
INSTITUCIONES	EDUCATIVAS	1,73	2,26	0,99
	DEPORTIVAS	1,01	1,37	0,49
	CIENTIFICAS	0,55	0,85	0,66
	COMUNICACIONALES	0,59	0,93	1,99
	OTRAS	1,31	1,32	—
TOTAL	19,30	31,03	16,74	



	DEPORTIVAS	14,64	8,98	5,66
	CIVILES	1,01	1,41	0,91
	CULTURALES	0,50	0,91	1,16
ASOCIACIONES	ORG. SINDICAL	2,03	1,98	1,91
SINDICALES O	PROFESIONALES	1,73	1,22	0,74
GREMIALES	EDUCATIVAS	0,35	0,28	0,24
	POPULARES	0,19	0,35	0,16
	OTRAS	0,08	0,24	—
TOTAL		20,53	15,43	10,78
	DEPORTISTAS	11,34	7,75	8,15
	POLITICOS	11,64	9,57	8,15
	PERSONA DEL ARTE O LA CULTURA	0,84	2,73	4,66
PERSONAS	ARTISTAS FARANDULA	1,04	1,82	3,91
PARTICULARES	CIUDADANO DE LA COM.	4,44	1,77	1,58
	PROMOTORES DEPORTE	0,76	0,35	—
	EMPRESARIOS	0,97	0,68	2,08
	OTROS	3,89	2,17	3,58
TOTAL		34,92	26,84	42,44

De acuerdo con la orientación de nuestro análisis, vale la pena destacar de ese cuadro los resultados que arroja la investigación cuando coloca en el rol de actores de las noticias a los gremios, asociaciones y sindicatos, así como las personas particulares. Primeramente se observa que las asociaciones civiles y culturales oscilan entre 0,50% y 1,41% en la medición de los materiales informativos, mientras que las instituciones políticas-gubernamental representa el 18,05% en el caso de *El Nacional*, 4,46% en *Panorama* y 6,49% en *El Diario de Caracas*. Situación en lo que se refiere a la representación de las asociaciones sindicales y gremiales no es menos interesante: En ningún caso sobrepasan el 2,03% del espacio disponible en los tres periódicos. Por su parte, las instituciones económicas están representadas hasta en un 5,54% en *El Diario de Caracas*; en contraste con el 0,58% de las instituciones culturales y artísticas en ese mismo diario y 2,17% en *El Nacional*.

En relación con la autoría de las personas particulares, sobresale el hecho de que los políticos aparecen con el 18,48% en *El Diario de Caracas*, 11,64% en *Panorama* y 9,57% en *El Nacional*. Las personas pertenecientes al área del arte o la cultura ocupan el 0,85% en *Panorama* y el 2,73% en *El Nacional* y el 4,66% en *El Diario de Caracas*.

A la significación que tienen en sí mismo los porcentajes arriba señalados es necesario agregar, a manera de comentario, que la información por ellos representada, no es expresión genuina de los intereses de los gremios, sindicatos o asociaciones de vecinos. Para comprobarlo basta con observar la praxis que se impone cotidianamente en la redacción de los periódicos de mayor circulación, a través de la cual el periodista debe aplicar los criterios de la empresa en la valoración de los hechos que se deben publicar al día siguiente.

II. ¿POR QUE LAS ESCUELAS DE COMUNICACION SOCIAL?

2.1. Una recomendación que se mantiene vigente

El ya citado II Encuentro de Periodistas del Area Andina produjo un conjunto de Resoluciones y Recomendaciones que, a nuestro juicio, no han generado la acción vigorosa y coordinada que era de esperarse en el caso concreto de Venezuela.

Atendiendo a su pertinencia transcribimos a continuación el texto de dos de tales resolu-

ciones o recomendaciones, las cuales fijan directa o indirectamente el rumbo que deben seguir las Escuelas de Comunicación Social para enriquecer la praxis en el campo de la comunicación o la prensa alternativa.

- "Que las universidades, en la formación de los estudiantes de periodismo, incluyan en sus programas de estudio materias o seminarios sobre la información alternativa y sobre la realidad de los pueblos, para que asuman su tarea profesional con responsabilidad y conciencia".

- "Que las asociaciones nacionales de periodistas patrocinen la capacitación y formación de sus afiliados y de estudiantes de periodismo, a fin de que desarrollen medios alternativos de comunicación en ámbitos populares de trabajo, con una real participación de las comunidades y de amplios sectores sociales" (6).

Aun cuando tenemos presente que existen serias dificultades de comunicación (en términos de fluidez) de carácter institucional y entre sus docentes, consideramos que es muy poco o casi nada lo que se ha hecho para darle cumplimiento a las dos resoluciones o recomendaciones ya señaladas en el seno de las Escuelas de Comunicación Social.

De allí que hayamos considerado oportuno plantear de manera general el tema del periodismo comunitario, no solamente enmarcado en la concepción de la comunicación alternativa que se maneja en nuestro gremio, sino como parte de la temática curricular inherente a esas Escuelas.

2.2. La Práctica de "Producir" Periodistas de acuerdo con las Necesidades de la Industria Periodística

En las oportunidades en que se han producido cambios curriculares en nuestras escuelas de Comunicación -tómese como una afirmación general-, se ha aceptado como una verdad de Perogrullo que los pensa deben modificarse en cada caso, atendiendo a las necesidades de la industria periodística.

Ello significa que los programas de estudio deben concebirse sobre la base de un objetivo fundamental: mantener el equilibrio entre la oferta -representada en este caso por los egresados- y la demanda que nos refiere a quienes tienen la capacidad empleadora.

Dicho de manera más gráfica: si para el momento de reestructurar el pensum de la Escuela, se estima -generalmente de manera muy poco científica- que los dueños de los periódicos necesitan reporteros gráficos o secretarios de redacción, el mayor esfuerzo se concentra en la solución de tales situaciones o problemas.

La generalidad de las veces se ha estado soslayando el abordaje crítico de los cambios que se han operado en la sociedad venezolana durante los últimos diez años, aproximadamente. A continuación mencionamos algunos de ellos:

a) Acentuado proceso de concentración, en el lapso señalado, de la propiedad sobre los principales medios de difusión masiva; con el agravante de que algunos de los empresarios que han acrecentado el control sobre la información que se sirve diariamente a los venezolanos, mantienen estrechos vínculos con el capital transnacional (recuérdese los resultados de la investigación realizada en 1983 sobre la "Estructura Económica General del Medio Prensa" que fue publicada en la Revista Comunicación No. 44).

Además de ser la negación de los principios de la comunicación democrática, ese modelo de propiedad monopólica u oligopólica en el campo de la información, está creando serios problemas en la contratación de los nuevos egresados, especialmente cuando éstos deben trabajar en el interior del país en calidad de corresponsables o colaboradores eventuales. Como fuentes empleadoras todopoderosas que son, sus representantes pueden darse el lujo de actuar impunemente como contratantes del periodista, quien muchas veces se cohibe de hacer exigencias que considera justas, antes de aceptar un determinado empleo.

b) Abierta identificación entre los partidos AD y COPEI y los grupos empresariales que

controlan los medios de difusión masiva. Hecho éste por demás evidente durante el desarrollo de las últimas campañas electorales presidenciales. Ello significa que aquellos futuros egresados que no compartan la línea informativa de la empresa o el credo de uno u otro partido, les será muy difícil el ingreso a esos medios (hay por supuesto algunas excepciones). Y si alguna vez logran una oportunidad de trabajo, deberán hacer verdaderas "maromas" intelectuales para mantenerse en el cargo.

c) El significativo desprestigio que ha deparado a los partidos del status la actual crisis económica, la cual ha afectado profundamente a todo el organismo social desde el famoso "vienes negro". Esta crisis, además que deteriora progresivamente las condiciones de trabajo de los periodistas, plantea un reto a las Escuelas de Comunicación Social, en lo que se refiere a la necesidad de diversificar las fuentes de trabajo.

d) Amplios sectores de la población venezolana se sienten cada vez menos representados en los contenidos informativos que les sirve diariamente la llamada "gran prensa", con la excepción del diario "El Nacional", que aún conserva una línea editorial e informativa medianamente democrática. Este sentimiento en el seno de las masas no nos debe extrañar, si recordamos las cifras que proporciona la investigación realizada por la profesora Pineda.

Ese estado de indefensión en que se encuentran gremios, sindicatos, organizaciones artísticas y culturales y las asociaciones de vecinos en materia informativa, ha originado movimientos de proyección nacional que están procurando dotarse de alguna manera de publicaciones propias. La temática que cubren las mismas va desde los problemas sindicales vecinales hasta la defensa del medio ecológico.

En Maracaibo, por ejemplo, han surgido en los últimos tres años varias publicaciones que pretenden dar respuesta a las necesidades de información, desde el punto de vista individual y colectivo en el nivel microsociedad. Entre ellos tenemos los quincenarios *El Rotario y Contacto Vecinal*, voceros ambos de populosos sectores de la ciudad; recientemente tuvimos la oportunidad de leer el primer número de la revista *El Zulia Sindical*, la cual se presenta como vocero independiente auspiciado por Fetrazulia, asimismo *El Boletín*, órgano Informativo del IMAU, dirigido especialmente hacia las 150 asociaciones de vecinos, aproximadamente, que funciona en la Capital Zuliana.

Si vinculamos esos cambios con la responsabilidad ética y político-académica que tienen las Escuelas de Comunicación de transformarse institucionalmente al ritmo que impone nuestra realidad social, llegamos a la conclusión que aquella verdad de Perogrullo que indicamos al hablar de la "producción" de periodistas, puede asumir en un momento determinado la connotación de una trampa de carácter ideológico.

Esa trampa se pone de manifiesto cuando promovemos, tardía y además parcialmente, las necesarias transformaciones curriculares, como es el caso de la Escuela de LUZ. Asimismo cuando asignamos un peso curricular exagerado a la formación técnico-profesional y disminuimos el número de materias pertenecientes a las ciencias sociales (en Función de la Formación General) y las humanidades.

Un ejemplo muy concreto lo tenemos en la Escuela de Comunicación Social de la Universidad del Zulia con motivo de la Reforma Curricular que culminó el pasado año. En esa oportunidad se consideró como "poco relevante" la inclusión de una materia sobre literatura al igual que mantener Historia de los Medios de Comunicación Social en los primeros niveles del plan curricular.

III. EL PERIODISMO COMUNITARIO EN PLANES DE ESTUDIO DE TERCERO Y CUARTO NIVEL

3.1 Una cosa es Querer Hacer y otra Poder

La primera condición para que la Comunicación alternativa o la prensa alternativa se torne,

en términos de sus postulados, en una guía para la acción cotidiana de los periodistas, es que éstos, no solamente comparten esos postulados, sino que se sientan en poder de las herramientas teórico-prácticas necesarias para llevar adelante cualquier idea o proyecto que promueva la ruptura del orden comunicacional impuesto por las clases dominantes.

Se entiende entonces que son las Escuelas de Comunicación Social las instituciones a las que corresponde ofrecer la respuesta adecuada en materia curricular.

En el caso específico del nuevo periodismo comunitario o periodismo popular -que representa nuestra propuesta-, concebido además, repetimos, como una variante de lo que se ha definido como prensa alternativa, resulta indispensable la reformulación de los planes curriculares de nuestras escuelas. Esta reformulación debe hacerse con el propósito de romper, entre otras cosas, con los viejos esquemas de enseñanza -de factura norteamericana- mediante los cuales se forma al futuro periodista para que, a través de su praxis cotidiana, decida lo que es publicable y lance al cesto de la basura todos aquellos materiales que pudieran "incomodar" al dueño del periódico.

3.2. Ideas Para la Discusión

El espectro comunicacional que debe cubrir el periodismo comunitario o periodismo popular, está aún por definirse cabalmente. Pero de lo que sí estamos seguros es que su praxis cación Organizacional o Institucional, Planificación de Proyectos, Computación, Legislación Municipal y Principios de Organización Cooperativa.

A título de ejemplo, en el caso de administración de empresas, se pretende que el periodista adquiera conocimientos administrativos para que pueda aplicar sus principios dentro del proceso comunicativo, lo cual le permitirá integrarse en una organización periodística, como protagonista o colaborador en la toma de decisiones administrativas.



Esos conocimientos sobre administración unidos a los que le proporcionaría una materia o seminario sobre principios de cooperativismo, coloca al periodista en condiciones de emprender proyectos en los cuales las asociaciones de vecinos o los sindicatos o gremios, por ejemplo, podrían ser los socios capitalistas.

Pero además, la Comunicación Organizacional ofrece al profesional de la comunicación los conocimientos básicos sobre cómo y con cuál grado de productividad se desarrolla el proceso de comunicación en diversas organizaciones, partiendo de conocimientos vigentes sobre la relación existente entre administración de empresas y comunicación social. Esto último redundaría en una visión integral sobre cómo crear y mantener una organización periodística. Más aún si adquiere conocimientos básicos sobre la mejor manera de aprovechar los extraordinarios adelantos en materia de computación.

Pero quizás una de las ventajas más importantes que arroja un tipo de formación especializada como la que hemos descrito, se refiere a la posibilidad cierta que tendría el periodista identificado con los principios de la comunicación alternativa, de liderizar movimientos orientados hacia la constitución de empresas colectivas, en las cuales él jugaría, además, el rol de "facilitador" de la actividad comunicativa en cada sector de los que integran el nivel microsocioal.

El camino se hace andando...

NOTAS:

- (1) El Periodista, Organo Nacional del CNP, segunda época N° 74. Caracas, enero-marzo 1981, página 14.
- (2) Pineda, Migdalia; Villasmil, Xiomara; Colomina, Marta. Alternativas de la Investigación para una Comunicación Democrática. Departamento de Inv. de la Esc. de Com. Social de LUZ; Maracaibo, junio-julio/1981; pág. 7.
- (3) Jorge Weill en su libro El Periódico, pág. 213, afirma que en 1921 habla en los Estados Unidos 492 periódicos "casi todos semanarios, y de ellos 83 eran religiosos, 31 magazines y 253 periódicos propiamente dichos dedicados sobre todo a la defensa de la raza negra".
- (4) Migdalia Pineda. "Estructuras Informativas Simbolización y Poder". Trabajo de Ascenso presentado en la Escuela de Comunicación Social de LUZ en 1983; pág. 38.
- (5) Idem.
- (6) Resoluciones y Recomendaciones del II Encuentro de Periodistas del Area Andina. Revista El Periodista, edición ya citada.

SIGNO Y PENSAMIENTO

Pontificia
Universidad Javeriana

SIGNO
Y
PENSAMIENTO

Facultad de
Comunicación Social

TEMAS Y PROBLEMAS EN TORNO A LA COMUNICACION

SUSCRIPCIONES

Un año (dos ejemplares) Col \$ 800.00 US\$20.00
 Dos años (cuatro ejemplares) Col \$1.500.00 US\$35.00
 Cheques a nombre de Universidad Javeriana

CORRESPONDENCIA

SIGNO Y PENSAMIENTO
 Carrera 7a. No. 43-82 Piso 7o.
 Facultad de Comunicación Social
 Universidad Javeriana
 Bogotá, Colombia