

# INFORMACION PUBLICA EN EL MEDIO MILITAR

- Guía básica de los Programas de Información.
- Auditorios a quienes va dirigida.
- Medios operantes. - Análisis de los mismos.
- Objetivos y conclusiones.



Capitán DIEGO MANRIQUE PINTO

El servicio de información es el esfuerzo enderezado a proveer datos necesarios para dar cumplimiento a pedidos específicos. El público, que es el integrante de una Nación democrática como la nuestra, tiene el derecho a saber lo que hace su Gobierno y por qué lo hace. No hay que imaginar por lo tanto, que, al informársele, se hace una graciosa concesión o se le dispensa un favor más o menos generoso. Al ciudadano hay que darle vía de acceso a las fuentes directrices de su organización estatal, para que sepa cuál es el rumbo adoptado por los timoneles del barco que lleva a todos, comandantes y tripulación, a las metas prefijadas. Una

ciudadanía ignorante del pensamiento y actuaciones de sus miembros representativos, será ponderosa carga agregada a las normales dificultades propias de cualquier actividad ejecutiva.

Mas, el "derecho a saber" y el "deber de informar" no son ilimitados. Claramente se comprende que cuando una información de orden técnico o común —y me refiero particularmente a situaciones de orden conflictivo— pueda ser aprovechada por el adversario, hay que negarla obligatoriamente, y evitar que su propagación perjudique la finalidad que se persigue, o sea la seguridad nacional.

Si estas restricciones obran en tiempo de guerra, también son aplicables

al de la paz, cuando la divulgación de noticias pueda ser utilizada por elementos hostiles a nosotros o a nuestros aliados.

El grado, extensión y oportunidad de la información son potestativos de quienes tienen a su cuidado y bajo su responsable iniciativa la conducción de sus programaciones.

La prensa, las estaciones radiales, las redacciones de libros y revistas, demandan sin descanso y con el derecho que les concede el pertenecer a un régimen democrático, el mayor volumen de información. Desean saber si sus intereses espirituales, materiales, sociales, son y serán debidamente protegidos. Necesitan del permanente combustible que alimente la hoguera de una curiosidad inextinguible, generada por ley natural en la esencia de todo ser humano en función de viviente. Por lo expuesto se advierte que la producción informativa nunca satisfará completamente la demanda, pero, que su suministro, al igual que en cualquier régimen dietético, ha de ser regulado para que produzca el estado de salud apetecido y evite trastornos de gravedad en el organismo social.

Sin que haya necesidad de una técnica especial para dar evasión al pedido específico de información, basta saber que ella se fundamenta en la verdad y que su clave se encierra en el significado de una sola palabra: **Sinceridad.**

Con sinceridad se deben explicar los hechos, dar respuesta directamente a los cuestionarios y, también, cuando el tema lo obligue, reconocer los errores u omisiones que por culpa de nuestra falibilidad, hayan podido sucederse.

La Opinión Pública, como suma que es de las conciencias individuales, sopesa y juzga con acierto que rara vez se desvía, la verdad de los hechos y la veracidad de quien los expone. En su fallo, absolutorio o condenatorio, se

muestra el grado de confianza que le inspiran los acontecimientos y sus intérpretes.

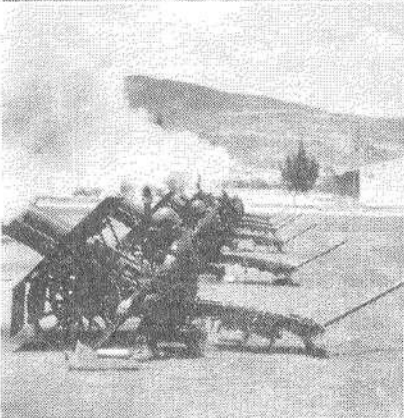
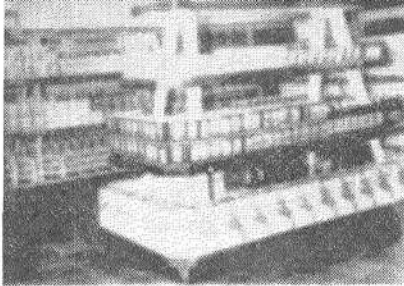
La regulación informativa exige que su divulgación se haga mediante una previa elección de material y una selección de público, lugar y tiempo, que deben ser servidos por los medios operativos más aconsejables.

No pueden ser idénticas las maneras de actuar y operar ante diversos grupos, sociedades, personas. La extracción social, los basamentos educativos, el nivel moral, la capacidad de comprensión, los intereses materiales en sus dos ramificaciones o sea la personal y la comunitaria, son factores que deben calificarse antes de internarse por las vías de la divulgación y el contacto. Aquí vemos cómo el empleo del lenguaje, en primer término y cuando se trata de divulgación hablada, debe acomodarse lo más exactamente posible al respectivo auditorio.

Los ambientes cubiertos (salas de conferencias, teatros, cines, colegios y universidades, bibliotecas, etc.) imponen un léxico, una presentación, una inflexión verbal, una mímica, acordes con las modalidades de cada escenario. Otros son los medios utilizables en los medios abiertos que como los estadios, plazas, circos, veredas, etc. sirven de centro de reunión a multitudes que aunque sean individualmente disímiles y no igualmente adelantadas, se unen bajo el denominador común de una misma expectativa. Un programa equivocadamente elaborado y aplicado a quien no debía estar destinado, es como un vestido confeccionado para una talla determinada y colocado en otra de diferentes dimensiones.

Son dos, pues, los elementos que hay que considerar en el esfuerzo implicado en un programa de información:

- a) **El Auditorio.**
- b) **Los medios de expresión.**



# LAS FUERZAS ARMADAS

## SUN PUEBLO

### SIN DISTINGUOS DE CLASES PARA LA SEGURIDAD DE TODOS LOS COLOMBIANOS

REPÚBLICA DE COLOMBIA

#### BOLETIN DEL MINISTERIO DE DEFENSA NACIONAL

ORGANO DE INFORMACION NACIONAL SOBRE LAS FUERZAS ARMADAS Y LAS RESERVAS MILITARES

NUMERO 1177

<b>CONTENIDO</b>	
NOTICIAS	COMUNICACIONES
LA FUERZA ARMADA EN EL MUNDO	OPINION
LA FUERZA ARMADA EN COLOMBIA	REPORTAJES
LA FUERZA ARMADA EN LA GUERRA	ARTICULOS
LA FUERZA ARMADA EN LA PAZ	ENCUESTAS
LA FUERZA ARMADA EN EL FUTURO	RESEÑAS
LA FUERZA ARMADA EN LA HISTORIA	

MEMORIAS

### LAS FUERZAS ARMADAS DE COLOMBIA

### VENTAJAS PARA LA NACION

### UN PEQUEÑO EJEMPLO

#### LA COLABORACION CIVIL

Conjunto de avisos de Información Militar.

**El Auditorio.** Se produce información para responder preguntas, orientar criterios y encontrar ayuda de un ente que genéricamente llamamos "Público". Este vocablo traduce, en realidad, una concepción abstracta, un sujeto teórico intelectual de lineamientos amorfos, de características mutables y de fisonomía incoercible. No se puede afirmar en puridad de verdad que nadie enfrentado al **Público** esté dialogando, ciertamente con un sujeto homogéneo, con una concreta personalidad.

No obstante las gentes, moléculas cada una de ellas del organismo abstracto mencionado, admiten clasificaciones, agrupaciones, apartamientos. De estos grupos constituidos, para efectos de clasificación en otras tantas entidades abstractas, surgen aquellos de actividad operacional. Por afinidades de aspiraciones y finalidades se forman los clubes, las sociedades fraternales y las organizaciones cívicas.

Si observamos el mecanismo de estas células sociales, nos percatamos de la analogía que guardan con el mundo que nos rodea. El macrocosmo y el microcosmo a través de una permanente energía integran y desintegran núcleos (grupos), asocian gérmenes y dentro de un ordenamiento de funciones preestablecido sincronizan las partes para homogeneizar el **todo**.

Deducimos de esto que la tarea de divulgación informativa no ha de ceñirse a estrechos círculos, con la falsa apreciación de que otros de menor significación en la escala convencional humana, merezcan ser olvidados.

Al entrar a analizar, ahora, las agrupaciones, situaré en primer lugar a los miembros de las Fuerzas Armadas, en tendiendo por éstas al Ejército, la Marina y la Aviación.

Este gran grupo, en conjunto, incluye al personal activo y al de la reserva. Abarca cada una de sus armas y se divide en sub-grupos encuadrados militarmente.

La Institución Militar es consumidora principalísima de su propia información. Se nutre para su progreso y fortalecimiento, de las experiencias, prácticas y estudios emanados de las altas directivas. Recibe órdenes y educación. Averigua cuanto atañe a la historia, tradición y espíritu del Cuerpo al que vinculó su vida. El Soldado a quien se adoctrina sobre el por qué de su paso por los cuarteles y centros formativos militares; que durante el servicio y por obra de la información ensancha sus perspectivas mentales y despeja interrogantes formados en lo íntimo de su psiquis, será un mejor soldado, será el hombre que, más tarde, en el engranaje de la vida civil, no solamente no servirá de materia moldeable para campañas proditorias y desmoralizantes sino que llevará a su hogar, a sus familiares, a sus vecinos la voz de sus guiones, asimilada y arraigada en su propio yo.

Es obvio que la información emitida desde los planos superiores no supone la desfiguración, total o parcial, de hechos reales; no puede cubrir con palabras elocuentes y brillantes, situaciones que están al alcance de todos los sentidos. Esos intentos, además de ineficaces pecarían de mentirosos. Pero sí es seguro que la información honrada, verídica, fructifica en el ánimo del militante, aviva el orgullo profesional. Explicaciones inteligentes y oportunas, engendran la comprensión y abaten las resistencias.

Como el ciudadano-soldado, en el proceso de su vida civil, no cambiará la personalidad adquirida durante su vida militar, es lógico que mantendrá una insaciable curiosidad y un constante deseo de información. La que se le proporcione cae, por consiguiente en terreno ya preparado y dispuesto a evaluar debidamente los datos, a interpretarlos rectamente y a transmitir a sus allegados la sustancia de sus conclusiones. Y es seguro que sus opinio-

nes gozarán de gran estima en su esfera familiar y social. Quienes dependen de él o en alguna forma participan de su influencia, reciben, por su conducto, enseñanzas que posiblemente hubieran ignorado al no haber contado entre los suyos ese punto de enlace. Tenemos, pues que el sujeto egresado de las filas militares, es realmente un multiplicador del esfuerzo informativo, un eco que se expande a través de las asociaciones, y también un calificado colaborador. Su testimonio es acatado por provenir de una fuente directa, por la objetividad de sus experimentaciones. Cuando un ciudadano-soldado, relata los episodios agradables o desagradables, las intervenciones, afortunadas o desafortunadas, los momentos difíciles y peligrosos, cumple una misión de adoctrinamiento en sus oyentes; éstos saben que lo que oyen se apoya en la verdad y que no hay razón para ponerlo en tela de juicio.

En la "Familia de las Fuerzas Militares" se comprende no únicamente al personal activo uniformado, sino también a sus esposas e hijos, a las reservas, que son militarmente activos en potencia, con derecho a vestir el uniforme cuando sea menester, a los miembros en retiro, que siguen considerándose —espiritualmente— incorporados a la Institución y que se preocupan por sus adelantos y su evolución; a los empleados civiles de las Armas que pusieron su capacitación y dedican su tiempo al desempeño de funciones complementarias, pero indispensables, al cuerpo combatiente. Estas clases son afectadas por todo lo que se relaciona con la gran "Familia": sufren el impacto de sus contratiempos y de sus tensiones y necesitan ser informados suficientemente de las costumbres, tradición, exigencias y recompensas del supremo órgano de la Defensa Nacional.

Vías para la divulgación de información, como corolario de lo dicho, son

las varias organizaciones nacionales y de grupos locales o regionales interesados primordial o secundariamente en el mantenimiento operativo de sus Ejércitos.

En esas asociaciones cabe puntualizar:

**Grupos de veteranos y reservistas.** Sus componentes se comunican por medio de comités, de centros de estudio y de publicaciones. Cultivan asiduamente sus preferencias por lo que fue el motivo primordial de su vida anterior y su interés por lo que atañe a pasadas actividades. Son muy buenos consumidores de información.

Hay **Grupos de científicos y técnicos** cuyos campos de investigación, estudio y prácticas especializadas, los aproximan a la zona militar en sus enlaces con la teoría y utilización de la energía nuclear, con la que ya podemos llamar ciencia electrónica; con la automatización de instrumentos cada vez más novedosos y perfeccionados; con la coherencia que anula distancias y avanza a velocidades anteriormente no sospechadas; con las ecuaciones y fórmulas matemáticas que dan solución a planteamientos tácticos y tecnológicos. Las convergencias y paralelismos anotados obligan al empleo de la información, sin la cual se romperían vínculos y conexiones eminentemente aprovechables para la consecución del bien general.

Los **Grupos académicos** de extensas ramificaciones nacionales e internacionales, que promueven las relaciones externas y asumen la rectoría de las internas; que tienen ingerencia en la política militar y coadyuvan al acooplamiento y cohesión de los organismos estatales que dan rumbos en el manejo de la economía de defensa. No es necesario resaltar que tales grupos son acreedores a un constante volumen de información ilustrativa.

Las **Asociaciones de maestros**, que ven en la continuación o interrupción

del servicio militar un factor que debe considerarse en el proceso educativo de sus alumnos. Son los maestros y directores de planteles los mejor ubicados para abrir en el ánimo de sus educandos las primeras nociones sobre la naturaleza de la entidad militar, y es su autoridad en el magisterio la más favorable para llevar al recluta o al voluntario a entrar de buen grado por las puertas del duro pero satisfactorio ejercicio de las armas.

Objetivos de la información han de ser, igualmente, los **Grupos de Jóvenes** en cuyo futuro cercano, por razón de su edad se marca la fecha en la cual deben hacerle guardia a la Bandera de la Patria. Sobre ellos debe trabajar la persuasión informativa que destruya complejos perjudiciales y que elimine resistencias originadas en tendenciosas adulteraciones de la verdad. El joven que va a vestir el uniforme y desde antes de abandonar su condición de paisano, entiendo mediante una previa instrucción informativa, a dónde va a ir, cuál es el deber que se le pide cumplir, cuáles los derechos que se le otorgan y por qué la sinrazón de prejuicios y temores que hubiera podido albergar en lo íntimo de su conciencia.

Las **Agencias de noticias** son, en realidad, medios de enlace entre el público que recibe y el organismo militar que transmite. Es decir, pueden estimarse como un medio de enlace que divulga las noticias recopiladas. Por su conducto se cumple con la responsabilidad de poner a disposición de vastos sectores públicos las informaciones que deba conocer.

Los **Públicos locales** son aquellos tipos de grupos regionales de perfiles individuales por cuanto los entrelazan intereses comunes, afinidades étnicas, geográficas y culturales. Así puede verse que dentro de la Comunidad coexisten grupos especiales, pero que por su acercamiento vecinal y residencial

mantienen una evidente vinculación y acusan distintivos que sirven para identificarlos y para prestarles el apoyo informativo más útil a sus finalidades. Cuando, por ejemplo, una instalación militar se halla en las cercanías o dentro del perímetro de una comunidad, se debe establecer una corriente de comunicación, por todos conceptos saludable para ambos.

Para cerrar este aparte en donde se ha procurado analizar el factor **Auditorio** que es, en fin de cuentas, la razón primera y última de todo el esfuerzo de información y de toda programación y tareas conducentes a la seguridad nacional, debo anotar, en breves frases que tales funciones dependen, en gran proporción, de quien tiene en sus manos los hilos que ponen en acción la labor informativa: El Oficial de Información.

Misión propia de este Oficial es la de servir de apoyo a su Comandante y a su Comando en la provisión de la información militar aprobada por la superioridad jerárquica. Del modo como comprenda y ejecute su trabajo, serán las resultantes conseguidas; los miembros del cuerpo militar y el público en general, quedarán satisfechos o insatisfechos, según que el Oficial informante accione acertadamente —en tiempo, lugar y modo— los conductores operativos. Inteligencia, tacto, estudio, sentido de la oportunidad aplicación de la psicología, simpatía personal que se traduce en la expresión "don de gentes", son atributos descolantes en un buen Oficial de Información.

---

Estudiaré a continuación el segundo elemento constitutivo de la Información.

**Los Medios de Expresión.** Como la frase lo indica, los medios, que también podemos llamar instrumentos, de que se vale la información, son los



Objetivos de la información han de ser, igualmente, los Grupos de Jóvenes en cuyo futuro cercano, por razón de su edad se marca la fecha en la cual deben hacerle guardia a la Bandera de la patria.

cauces o vías conductoras que establecen la conexión entre el informante y el informado. Su naturaleza participa de lo inmaterial y de lo material. Su alcance y poder de penetración son previsibles y obedecen a pautas prefijadas. Asimilándolos a la "energía" eléctrica en su aplicación funcional, diríamos que transportan en sus vibraciones la orden, es decir la "idea" para depositarla en el lugar de su destino.

Para su clasificación general y no discriminada pueden catalogarse en:

1º Orales.

2º Visuales.

3º Escritos.

4º Materiales.

Si nos hemos de atener a la finalidad que persiguen, los varios medios de expresión no operan, necesariamente y siempre, aisladamente unos de otros. Circunstancias habrá en las que una explicación oral referente a un cuestionario concreto, deba estar acompañada de una proyección cinematográfica; en otras habrá que agregar a la publicación impresa la difusión radial complementaria. Los medios materiales, tales como herramientas, utensilios provisiones, etc., no serán agradablemente aceptados por los destinatarios si con antelación, durante y, aún después de su entrega, no suministraron los detalles explicativos.

Lógicamente, pues todo programa de información ha de seleccionar con esmero y precisión los medios conductivos de su divulgación. Para ello y en primer término interesa apreciar la capacidad psicológica de cada público, su ubicación en la escala de los valores educacionales y su situación ambiental y de relación que lo circundan. Esta apreciación se hace, naturalmente, más asequible cuando se trata de enfocar a los elementos humanos internos, es decir de la misma institución. El conocimiento del personal subalterno o afín, que se agita y moviliza bajo las mismas influencias, da al Oficial

informante oportunidad de comunicación superior y le depara fáciles ocasiones al desarrollo de sus programas.

En el manejo de los **medios de expresión** hay que poseer la suficiente experiencia para que se extraiga de ellos sus mejores efectos. En este orden de ideas tenemos que:

En el uso oral de la palabra quien habla estará adiestrado para servirse de ella con claridad, vocalización y dicción suficientemente inteligibles a los oídos de quien escucha; énfasis y rotundidad en los períodos que necesitan fijar una atención preferente; adaptación inteligente al lenguaje peculiar del oyente; acervo de léxico para que su vocabulario no peque por exceso o por falta de precisión. Debe tener presente que el hablar para otros no significa nada distinto a la búsqueda y el encuentro de otra u otras mentes en trance de aceptar o rechazar lo que se les propone. Grave error de divulgación comete quien, imbuído de su propio valer, pretende dar una sensación de altura y superioridad desmesuradas: será, por obra de su egolatrismo, el "impenetrable", el orador que despierta, quizá una ingenua admiración mezclada de hostilidad, pero que no logra llevar su mensaje, perdido en la maraña de una fraseología inadecuada.

En sentido contrario, quien usa de la palabra anulará sus propósitos si no se adueña de su tema; si lo allana y empobrece con vocablos vagos; si desconfía de la fuerza de sus argumentaciones; si aboca con indiferencia y falta de entusiasmo la sustancia de sus cuestionarios. Quien lo oye, reacciona intuitivamente contra esa debilidad, se desinteresa por los razonamientos de quien los emite. Cierra las puertas de comunicación y rechaza el mensaje.

En el justo medio de esta alternativa se apoya el buen éxito.

No sobra advertir que para ser un buen Oficial de Información oral no hay necesidad ni con mucho, de ser





Grupo de periodistas nacionales y extranjeros que participaron en la "Operación América" en el golfo de Morrosquillo en 1963.

un maestro de la locución. No ha de disfrutar, imprescindiblemente, de la brillante fluidez idiomática propia de los grandes oradores, que enardecen a las multitudes a través de sus oraciones, y engastan en frases de artística facturación ideas y teorías no siempre merecedoras de tal orfebrería. Basta con que sepa expresarse adecuadamente, con que sepa captar la mentalidad de su auditorio; con que reúna las condiciones físicas de una personalidad agradable; y, finalmente con que guiado por ese sentido, a veces innato y otras adquirido, que llamamos "tacto" rinda oportunamente su cometido. Sobre este sentido del tacto cabe anotar que la persona que lo posee en la función comunicativa con sus semejantes, es aquella que sabe fijar la atención

de sus auditores y que no penetra forzada, inoportunamente al recinto espiritual del oyente. Obrar con tacto es avanzar por los caminos de la persuasión salvando los escollos del hermetismo psíquico con que, muchas veces, negamos al que llama el derecho a ofrecernos su amistad y sus luces.

El que carece de tacto carece, consecuentemente, de suficientes facultades psicológicas. Presta su ayuda sin tomar en cuenta el cuándo y el cómo; aboca los temas en tiempo y lugar impropicios; intenta influir en los ajenos sentimientos en momentos en que, fatiga o relajamiento, no responderán al llamamiento. El por falta de tacto, durante el curso de una exposición se expone a malograr los frutos de su dialéctica por la intercalación de

una frase y hasta de una palabra en lugar que no les corresponda. La defectuosa inflexión de la voz, la mímica exagerada o desfalleciente, los períodos extemporáneos, la dilación o la precipitación, son pesado lastre para quienes no gozan de "tacto" que, como ya dijimos, es cualidad que puede adquirirse y que nunca debe ser relegada a planos secundarios.

Más adelante se dirá cuáles son los medios más usuales en los programas de información cívico-militar.

En cuanto a los **medios escritos**, como instrumento de expresión, están regulados por los principios generales que normalizan a la palabra hablada. Se diferencian de ésta en que la transmisión y recepción no son tan directas como sucede en el contacto de dos o más interlocutores enfrentados personalmente o ligados por cauces como el radio, el cine, la televisión y los altoparlantes. No hay diferencia en cambio, entre los dos medios en cuanto a su efectividad. Ambos convergen al mismo fin: la captación de las mentes enderezadas a su fecundación ideológica y emocional.

Los medios escritos están condicionados, obviamente, a determinados campos operacionales que, en ocasiones, se expandirán más allá de los límites calculados. Prensa, revistas y publicaciones elaboradas para núcleos especiales, llegan, de mano de sus usuarios a personas y sitios distintos a los elegidos previamente. Los destinatarios, adrede o incidentalmente, darán la información que les atañe a agrupaciones disímiles, que bien pueden interesarse, en alguna forma por la motivación del escrito.

Surge de aquí que en la información escrita debe observarse especial cuidado, debe practicarse inteligente revisión de lo que va a ser impreso de lo que, una vez salido del centro de distribución, pierde el control direccional y, eventualmente, cae en poder de in-

dividuos, asociaciones o países que capitalicen, en su favor, divulgaciones inconvenientes, datos aprovechables por un adversario activo o en potencia. Así, pues, la información, escrita con destinación específica, conlleva una fuerza expansional que según el caso, aprovechará o perjudicará y que será por lo mismo, especialmente en situaciones bélicas o de alteraciones sociales, arma de doble filo.

Es acusable otra característica del medio escrito: su mayor "perdurabilidad". Los impresos, aún los de vida relativamente fugaz como los diarios y las hojas volantes, son susceptibles de prolongar su influencia más allá de su aparición inicial. Naturalmente, y por tal causa, el poder de convicción de toda publicación se acrecienta en la medida en que se mantiene su existencia física. El individuo que lee y relea un artículo periodístico o una conferencia graba mejor su contenido general y detiene su atención en detalles circunstanciales que depejarán confusiones y vaguedades de criterio. La lectura repetida de un párrafo o de una frase, realizada comúnmente en horas y lugares diferentes, sirve sobremedida para la identificación del lector con el autor. En las carteleras y afiches, quien apenas si fijó la vista por breves instantes cuando transitaba frente a ellos, en sucesivas ocasiones tomará más atenta nota de sus características: evaluará expresiones y descubrirá lineamientos gráficos, anteriormente ocultos. O sea, que el **medio escrito** depara a sus beneficiarios y en razón de su relativa estabilidad, magníficas oportunidades de asimilación y digestión intelectual de la temática.

Gran dosis de verdad entraña el aforismo latino: **verba volant, scriptum manet**.

En la inspección panorámica he tratado de definir la esencia de dos medios de expresión en función informativa: el **oral** y el **escrito**. **Pasaré ahora,**

con menos prolijidad y mayor concisión, a referirme a los que llamaré **medios materiales**.

Medios materiales son todos aquellos elementos físicos que, saliendo de un centro propagandístico emisor, van a la posesión y disfrute de individuos y conglomerados sociales a quienes se procura proteger y cuya amistad y buena voluntad se trata de conquistar. Este instrumento puesto al servicio de la información conecta, por sí mismo, agrupaciones heterogéneas pero congruentes y que se unifican en torno de un interés colectivo: la apertura y consolidación de una carretera; la construcción de un puente; la colaboración con dispositivos e instrumentos en las festividades colectivas; la distribución de productos, víveres y utensilios en regiones afectadas por su escasez; la ayuda de vehículos transportadores en los casos de calamidades públicas o de necesidades apremiantes de movilización de los civiles.

La multiplicidad y variedad de los materiales destinables a las mencionadas finalidades no admiten una clasificación rigurosa ni se pueden sistematizar inflexiblemente. Pero sí hay obligación de encauzarlos de suerte que su costo y valor intrínseco no se malbarate por obra de una aplicación equívocamente planeada.

Los medios materiales, por su objetividad y durabilidad, son elocuente testimonio del **desinteresado** interés de las Fuerzas Militares por la prosperidad y bienestar de los conciudadanos.

Aún trabajando sobre las zonas del enemigo, estos medios materiales, consistentes, por lo regular, en aprovisionamientos y objetos apetecibles para cualquiera, arrojados desde el aire en paquetes vistosamente rotulados que incluyan panfletos o mensajes alusivos, cumplen su misión al demostrar ante el adversario un ánimo generoso, una economía saludable, en fin, un sentimiento humanitario, que bien podría

inclinarse a su lado la balanza moral donde las gentes cargan el pro y el contra de sus juicios.

Los medios materiales se prestan singularmente en el desarrollo de actividades de acción comunal. Su objetividad, su realismo son la demostración palpable ante los centros comunitarios de que en el organismo encargado de la defensa interna y externa de la Sociedad, se afirma con hechos, y no solamente con palabras y adocrinamientos especulativos, la verdad de sus intenciones.

La defensa civil, en circunstancias de alteración de la normalidad o de peligros mediatos o inmediatos, deriva de los medios materiales beneficiosos o positivos. En esas situaciones, militares y paisanos, acortan sus distancias y armonizan sus sentimientos. El soldado que trabaja, hombro a hombro con el paisano en la erección de un pilote, que comparte sus herramientas y pone su iniciativa a la consideración de los vecinos, es el militar que está contribuyendo grandemente al fortalecimiento y prestigio de su Institución en el ámbito nacional.

—

Puntualizaré, ahora, cuáles son los instrumentos principalmente utilizables en cada uno de los medios reseñados y en el orden descrito: **Oral, Escrito, Gráfico y Material**.

Buscaré definirlos, indicar sus alcances y limitaciones exponer su funcionamiento y utilidad operativa en la difusión militar.

#### MEDIO ORAL

En este grupo se incluyen: las arengas, proclamas, discursos, conferencias, charlas informales, audiciones radiales, cine y televisión (en estos dos últimos factores confluyen el medio **oral** y el **visual o gráfico**).

Alta significación tienen arengas y proclamas, en su momento oportuno y cuando hay que subir el voltaje emocional de un auditorio, ya favorablemente inclinado, desde un principio, a recibir la exaltación psíquica que obre como inyección estimulante de sus decisiones. Llena está la Historia de frases geniales pronunciadas por los grandes Capitanes de la Guerra y los sobresalientes Conductores de la Paz. Flugurantes y categóricas, hacen vibrar el alma de la colectividad y se hincan profundamente en las voluntades. Breves palabras, lanzadas con vehemencia y convicción, eliminan dubitaciones y ponen término a perplejidades.

### **Arengas y Proclamas.**

Las arengas y proclamas pueden definirse como la concreción en un momento dado, de una situación objetiva y subjetivamente considerada.

Como ambas formas van encaminadas a producir efectos rápidos, casi instantáneos, han de ser forjadas con economía de léxico, sin giros circunstanciales o explicativos que explayan el cauce y dan vía a razonamientos y deducciones que bien podrían entibiar o enfriar la temperatura alcanzada al impacto de una contundente locución. Se subentiende, por lo tanto, que en esta clase de comunicación, por su misma esencia no es propicia a planteamientos de meticulosa elaboración. Enderezada como va hacia la emotividad, y no hacia el puro intelecto, está sujeta a las limitaciones de brevedad, concisión, selección de vocablos directos y despojados de adjetivaciones ornamentales, sintetización ideológica énfasis oratorio, rotundidad, energía.

Como ejemplo de arenga perfecta, brevísima pero electrizante para el soldado empeñado en combate aún no culminado, tenemos la arenga-orden del General Sucre en su momento estelar. Con desafiante arrogancia e indómita decisión espoleó el coraje de

sus tropas mediante sólo seis palabras: **Armas a discreción, paso de Vencedores!** Cabe aquí observar cómo cualquier complemento explicativo agregado a la primera parte del período, o adjetivaciones accesorias en la segunda, le hubieran restado su fuerza impulsora y su tremenda emotividad. Esa arenga había que "sentirla", que no "razonarla".

La arenga se dirige, estrictamente, al militar en función de tal, y exige tiempo, lugar y modo precisos, es decir de acción no trasladable, ni anticipada ni postergable.

La proclama que incluye las mismas normas, es aplicable, sin embargo, a círculos externos de mayor dimensión; en ocasiones, a toda la nacionalidad.

### **Discursos y Conferencias.**

Como se dijo al comienzo, este medio de comunicación proyecta sus finalidades sobre círculos definidos, que se presume están ligados por algún interés con las instituciones armadas.

El discurso es una exposición oral —o escrita pero leída por su autor— planificada con cuidado y método. Consta por lo regular de un preámbulo que abre las puertas al tema y crea el ambiente; de la tesis o parte central, en donde se desarrolla la materia, se analiza, se explica y se conceptúa; y el epílogo o conclusión que resume lo dicho y saca consecuencias. Las tres partes deben enlazarse y escalonarse en forma que aparezcan ante el oyente como un todo homogéneo y sin soluciones de continuidad.

Como la elaboración de un discurso debe disponer de tiempo suficiente, el contexto ha de mostrar una estructuración esmerada, vocabulario seleccionado, estilo ajustado a las normas gramaticales. Admite repaso y pulimentación antes de hacerlo público. El discurso es, sí cabe la figura, una charla común en traje de etiqueta.

El responsable de un discurso, obviamente, ha de conocer la idiosincrasia, grado de instrucción y formación mental de quien lo escucha. Hablará al científico amoldándose a su lenguaje técnico; al profesional —médico, abogado, ingeniero, etc.— en los términos anejos a sus disciplinas; al agricultor, al comerciante y al industrial; al intelectual, al político, al obrero; a cada una de las asociaciones, situándose en su medio específico y enfocándolos desde su propio ángulo intelectual.

Las conferencias, genéricamente consideradas, son las relaciones directas de persona a persona, de individuo a grupo de individuos. Operan en distintos escenarios: teatros, bibliotecas, institutos, paraninfos, etc.

El temario de cualquier conferencia, al igual que en los discursos, debe ser previamente escogido y estudiado; se diferencia del discurso en que durante su desarrollo se admite una mayor elasticidad (forma expresiva); no va encerrada dentro de un molde inmodificable, rígido. En el curso de una conferencia se presentan incidencias, en veces sorpresivas, que suspenden la ilación de un proceso dialéctico. Así pues, el elemento "improvisación" cuenta, dentro de ciertos límites, para la conferencia. El promotor de ella ha de estar preparado a recibir las intervenciones que, por medio de interpelaciones de sus concurrentes, demandan respuestas y explicaciones adecuadas, sin dilaciones ni titubeos.

La conferencia conforma diferentes modalidades, según sea el círculo humano donde se produzca. Austera y ceñida al temario, cuando se efectúan para asociaciones especializadas, permiten mayor tolerancia de expresión, mayor familiaridad en otros medios sociales.

Aquí quiero detenerme sobre una de las formas de conferencia que tiene especial importancia y que ha llegado hoy día hasta los mismos jefes de Estado: **La rueda de prensa.**

La rueda de prensa puede definirse como la reunión del personal acreditado por los órganos publicitarios para la difusión de noticias y los miembros del personal informativo. Su objetivo es el de llevar información a los lectores. Y el de lograr una difusión rápida y simultánea de una o varias series de informes socialmente importantes.

El informador ha de producir en el periodista la sensación de sinceridad y de confianza y el espíritu de amistad con que los recibe. Dar a entender la estimación que le merecen los órganos periodísticos; la prensa, calificada, hace ya tiempo como el "cuarto poder".

Conviene que con anterioridad al acto programado, sepan los participantes cuáles y por qué determinados informes que afecten la seguridad pública no podrán divulgarse. Así la negativa a contestar preguntas de tal naturaleza, es ya de por sí una respuesta.

El llamamiento a una conferencia o rueda de prensa, debe hacerse con prescindencia de simpatías o antipatías políticas o ideológicas ya que en un régimen democrático como es el nuestro, las corrientes políticas y las publicaciones autorizadas, gozan de iguales derechos y prerrogativas publicitarias. Como las Fuerzas Militares aceptan como premisa indiscutible "el poder o fuerza de la Opinión Pública", y a través de ella buscan consolidar su posición de parte integrante de la unidad nacional, su voz y consejo deben llevarse a los diferentes elementos en pugna, que profesan ideas antagónicas, pero que se movilizan dentro de unas mismas fronteras.

Un tipo particular de la conferencia es la **entrevista**, que se distingue por la exclusividad que por el informador concede al entrevistado. Es un diálogo que gira en torno al asunto informativo que lo motiva y susceptible, por consiguiente, de cierta flexibilidad, aun cuando no de informalismo.

Las charlas informales son también vehículos para el enlazamiento y la mutua comprensión. En ellas, mediante el cambio de ideas e impresiones, el relato de anécdotas y sucesos, la discusión de situaciones personales y el estudio de sus inmediatos problemas cotidianos, se fomenta apreciablemente el concepto de unificación espiritual. Las comunicaciones internas entre los miembros de los cuerpos militares, en sus diferentes grados, son muy aconsejables y productivas.

### Las Comunicaciones Radiales

Este medio de comunicación oral, de inmenso valor en nuestra época, abrió vías, franqueó puertas y derribó obstáculos antaño irreductibles.

A partir de su invención, la radio se posesionó de nuestro planeta y cobijó la casi totalidad del área mundial. Cabalgando sobre la zona atmosférica, teje sus invisibles hilos sonoros y siembra en los oídos de millones de seres la semilla de la voz humana.

Intentaré hacer un análisis de la **radio** como instrumento oral de difusión.

Vastísimo es el alcance y el poder de penetración de este portentoso instrumento, cuyo máximo ideador, Marconi, dotó a la humanidad de un punto de apoyo prodigioso para el dominio de los dos entes fundamentales del Universo: el **Espacio** y el **Tiempo**. Las ondas radiales rompen esas dos barreras, mejor aún, someten esos fac-

tores de esencia incoercible e infinita, a transportar la vibración radial a todos los lugares y en todos los momentos. La ubicuidad, omnipresencia, del radio, proporciona a la voz humana un escenario ilimitado y una fuerza de expansión desmesurada. Como sintetizó el ilustre payanés Guillermo Valencia, el radio "fundió sonido y tiempo, fecundizó el espacio, magnificó la vida y eternizó el instante". O sea, que este desconcertante instrumento abatió los escollos que, por siglos, dificultaron la aproximación espiritual entre los hombres. Sin la radio, las grandes corrientes informativas, los trascendentales acontecimientos que a diario se suceden y que afectan más o menos directamente a los habitantes de nuestro mundo, andarían por caminos de dificultosa trayectoria y estrecho cauce.

Las antenas radiales, proyectadas ya a los espacios cósmicos, vibran sin descanso. Se infiltran a través de todos los muros. Penetran los oídos y llevan su mensaje al interior de los espíritus. Por los canales de la radio la palabra canta, ora, amonesta, ordena, informa. En distintas lenguas y modulaciones, a la luz del sol, en la penumbra del ocaso o en las tinieblas de la noche, la onda sonora, como un vigía insonne, otea los horizontes y lanza sus clamores.

La radio en función de medio oral informativo, posee ventajas y tiene limitaciones que se podrían puntualizar, así:

#### Ventajas

Su capacidad de uso es muy vasta. Se presta, por tanto, a una amplia labor propagandística de los superiores para con sus subalternos, de los informantes para con los oyentes, individual y masivamente considerados.

En la radio hay lugar a combinar los programas propiamente informati-

vos con temas distractivos que se les relacionen y que alimenten el interés y la continuidad al ciclo auditivo. La intercalación, por ejemplo de aires musicales patrios, de himnos, de anécdotas, vivifica la emotividad y acrecienta la voluntad de llegar hasta el final de la audición.

La instantánea recepción de las emisiones da la oportunidad de informar sin tardanza cualquier noticia importante y de diseminarla rápidamente.

### **Fácil percepción**

No necesita el auditor educación previa para captar lo que se le transmite en su propio idioma, ni sufre las limitaciones del analfabeto o semi-alfabeto enfrentados al medio escrito.

### **Diversificación**

Registra toda clase de planeamientos y da a la propaganda variabilidad expresiva imposible de obtener por otros medios.

### **Ambiente propicio**

Los hogares y sitios de descanso donde operan los receptores, familiariza y habitúa al uso del instrumento, que se constituye en poco tiempo en artefacto de manipulación cotidiana. Los adelantos técnicos de la última década, han puesto en manos de las gentes transistores y radios portátiles que por su reducido volumen y extrema simplificación hacen más accesible su adquisición y manejo.

### **Conductor emotivo**

El locutor que transmite, al través de un micrófono, no pierde ante su auditorio invisible ninguno de los recursos que despliega el orador directo. Su habilidad en el empleo de las tonalidades vocales; su firmeza y claridad en la dicción; el calor y énfasis en los períodos que así lo exigen, todo ello atraviesa, intacto, la envoltu-

ra atmosférica y, salvo la ausencia corpórea del ejecutor en veces favorable y que sólo actúa sobre el sentido visual - cumple a cabalidad con la finalidad de influir sobre la emotividad ajena.

Diré ahora cuáles son las limitaciones más destacadas de la radio.

### **Interferencias**

Son estas, vallas físicas interpuestas entre los dos extremos de la comunicación: entre el trasmisor y el receptor. Cortan y anulan, parcial o totalmente el desarrollo de un programa, desvertebrando sus partes esenciales o secundarias. Contra este problema material se estudia continuamente la manera de vencerlo o al menos, disminuirlo.

### **Previsiones adversarias**

En los casos de programaciones radiales contrarias a los intereses de un adversario, surge la contra ofensiva en forma de leyes y reglamentaciones de carácter punible, que procuran ahogar, sin lograrlo totalmente, la voz intrusa, independiente, que dice su propia verdad.

### **Fal/as técnicas**

Las emisiones radiales de cualquier orden son afe tables por variaciones atmosféricas originadas dentro o fuera del mismo planeta, y que según su intensidad, disminuyen o anulan la potencialidad de los aparatos, haciendo inaudible la transmisión. Daños sustanciales en las estaciones centrales, destrucción de plantas eléctricas causadas por bombardeos o accidentes fortuitos, irregularidades en las instalaciones complementarias, son eventualidades de carácter técnico determinantes de esta limitación.

### **Competencias.**

La confluencia, en este instrumento, de distintos y numerosos canales

trasmisores que sirven a radio-emisoras locales o extraterritoriales. arrebatada en ocasiones, la atención exigida por una programación específica.

### Menos duración

La limitación en tiempo de la emisión radial, junto con la suma de motivaciones que a lo largo del dial de un receptor reclaman su derecho a ser escuchadas, hacen más pasajera, menos permanente, la atención de los oyentes, que, al llamado de la curiosidad, enrumban sus antenas hacia los cuatro puntos cardinales.

Para contrarrestar algunas de estas limitaciones, se ve la conveniencia de grabar, en cinta magnetofónica, las programaciones en general y en especial aquellas planeadas para ejercer su influencia a término largo. Esa grabación cumple también la finalidad de testimoniar, en cualquier momento, la verdad de lo que se dijo y rectificar tergiversaciones o interpretaciones posteriores equivocadas.

### Altoparlantes

Es el altoparlante un instrumento amplificador del sonido, que puede ser escuchado a distancias superiores de aquellas que el oído humano normal alcanza a abarcar. Es una adaptación microfónica que transmite directamente, mediante cables conductores alimentados por la energía eléctrica generada en pilas y condensadores. Colocado en sitios apropiados tales como una torre, el alto de una colina, los árboles de una plaza, etc.

El altoparlante cuenta con la ventaja de su movilidad. En efecto, micrófonos y equipo complementario, pueden ser trasladados de un lugar a otro, en toda clase de vehículos y aún en aviones en cuyo caso, están capacitados de difundir mensajes audibles operando desde una altura de 5.000 pies, durante 30 segundos. Son

muy indicados para cubrir áreas propias y enemigas, en acciones de combate, de semi-combate y de consolidación. Asimismo, en actos comunales y de cooperación con la población civil, el altoparlante se hace presente como vocero vivo de las Fuerzas Militares.

La operación por este medio, sobre todo cuando se refiere a comunicación militar interna, es particularmente específica. No caben en él vaguedades en la citación de nombres, situaciones, lugares, tiempos. El uso del altoparlante requiere precisión, concisión y claridad. Las difusiones, no obstante, no excluyen el factor "improvisación" ni tampoco la previa preparación de libretos y textos pertinentes.

Son limitaciones de este instrumento, como en el radio, los elementos físicos propios a su órbita, como las corrientes de aire, alteraciones acústicas inducidas por el terreno y dificultades técnicas de los equipos.

### El cine

En este instrumento hacen conjunción dos de los sentidos exteriores del hombre que, a manera de puente, enlazan nuestro mundo interior con las múltiples formas del Universo: el oído, que aprisiona las vibraciones sonoras, que rompe el monólogo del yo y lo evade de su soledad; y la vista, lente mágico donde la luz se hace imagen, donde se rasgan las tinieblas y la naturaleza se nos entrega.

Los remotos orígenes de la cinematografía se pierden en los tiempos en que el hombre satisfacía su infantil curiosidad, exteriorizándose a través de las sombras chinescas, de las pantallas mágicas, de ingeniosos acoplamientos de dibujos sucesivos que intentaban insuflar vida a las líneas inertes.





EL CINE: En este instrumento hacen conjunción dos de los sentidos exteriores del hombre que, a manera de puente, enlazan nuestro mundo interior con las múltiples formas del Universo: el oído, que aprisiona las vibraciones sonoras; y la vista, lente mágico donde la luz se hace imagen

Hoy, tras de laboriosas experimentaciones, después de recorrer un largo camino y de aprovechar los adelantos de la ciencia física, de dominar los efectos ópticos de la luz, de descomponer y combinar a su antojo la gama de los siete colores; de aprisionar en los márgenes de una cinta las ondas sonoras mensajeras del verbo y de la armonía musical; y desde fecha más reciente, luego de llevar a su fantasmagórico mundo la tercera dimensión, el cine sintetiza en la pantalla las maravillas del ingenio humano.

Es lógico, por consiguiente, que tal instrumento haya encadenado la atención de las multitudes y se haya convertido en el pan cotidiano que alimenta sus curiosidades y desahoga sus sentimientos. Dentro del marco de proyección, el cine recrea, instruye, informa y acerca al campo visual del usuario los grandes personajes y los trascendentales acaeceres. Es como un libro abierto a la inquietud espiritual de la humanidad.

Teniendo en cuenta la capacidad de penetración del cine en los auditorios cerrados, se comprende su eficacia cuando se trata de informar por medio de documentales y noticieros la potencialidad de armamentos, la coordinación operacional de las unidades, su desenvolvimiento en los menesteres de defensa civil y de instrucciones a la ciudadanía en situaciones de emergencia. Se justifica también su uso para programas internos en los institutos militares, que hoy día van incorporando a sus aulas las salas de cine equipadas convenientemente y que ofrecen a través de la cinta de 35 mm. (ancho de la misma) datos concretos de interés profesional.

La limitación del cine está en que, pese a sus grandes ventajas, su proceso de ejecución, es costoso, largo y minucioso.

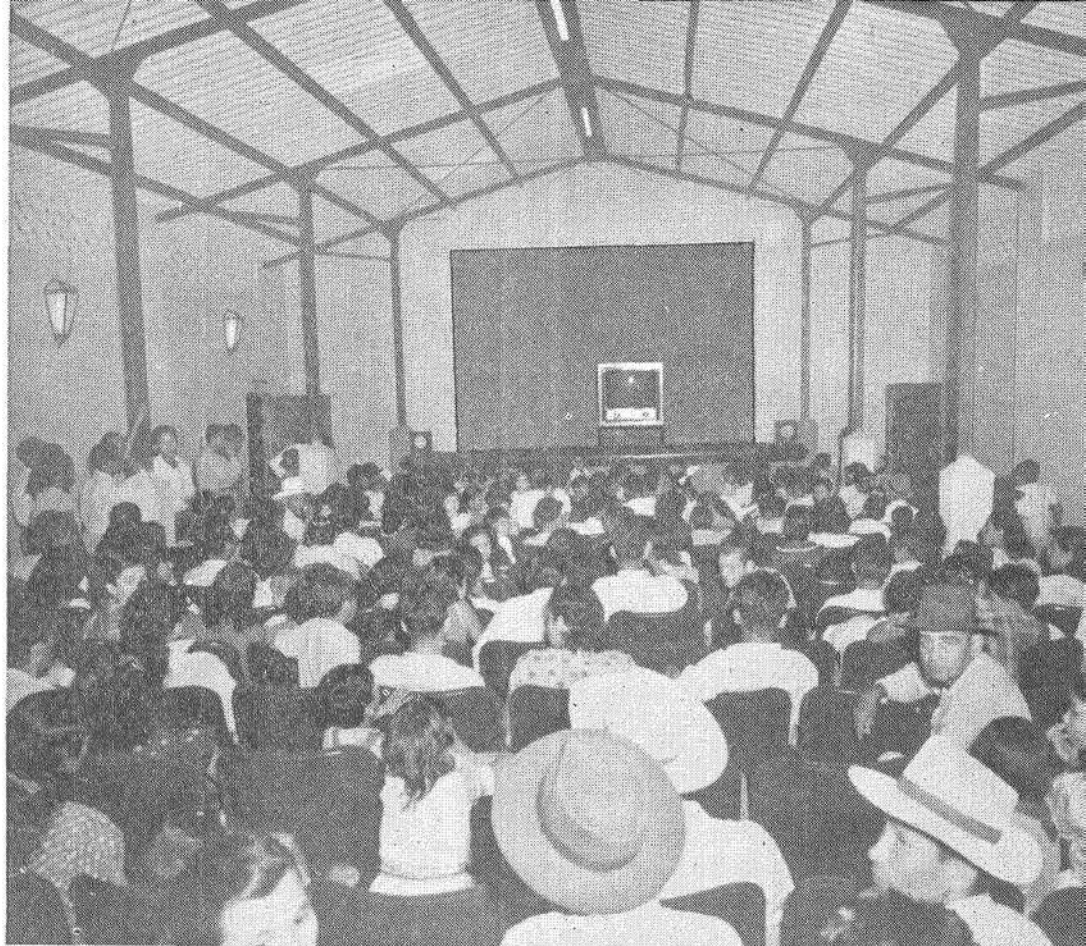
## La televisión

Este medio, de novísima aparición en la vida social y hogareña, al servicio de adultos, de niños y de ancianos, penetró con sus ondas luminosas y sonoras los recintos cerrados y conquistó la intimidad.

En la televisión se reúnen, con singular eficacia, las atrayentes características del teatro, del cine y de la radio. Con la suma de tales medios y bajo la acción de fáciles botones reguladores, el espectador cómodamente instalado en la estancia acogedora y propicia, ve y oye los mensajes del mundo exterior. A la hora fijada en las programaciones, llegan por el invisible canal, actores, locutores, animadores, artistas, expositores, películas, grabaciones, informes. Para él y ante él y dentro del breve término de una pantalla de 17" o 21", se levanta el telón y se desarrollan las escenas de un mundo fantasmagórico, pero al mismo tiempo real.

En vía de constante perfeccionamiento, la televisión va adquiriendo, día a día, mayor radio de acción. Los reflectores espaciales, de órbita definida alrededor de la tierra, reciben y refractan las ondas emisoras, salvando así la dificultad que por razón de su misma naturaleza ofrecían las ondas luminosas, de trayectoria recta, no susceptibles como las ondas sonoras al tránsito circunvalatorio. También los colores, en toda su escala, harán su aparición en la pequeña pantalla y llevarán a las retinas una mayor sensación de realismo, de veracidad.

Se comprende, pues, que la TV, estando como está en nuestro país bajo la rectoría del Estado, se halla capacitada para desempeñar una buena labor educativa e informativa, y que con la propagación de aparatos receptores a las zonas apropiadas, habrá una mayor vinculación espiritual



En la televisión se reúne con singular eficacia, las atrayentes características del teatro, del cine y de la radio.

de la ciudadanía con sus instituciones rectoras.

Las limitaciones inherentes a este medio audio-visual son similares a las observadas para sus congéneres: el radio y el cine.

### Medio escrito

En este grupo de expresión se incluyen: la prensa, los libros, las hojas volantes y sueltas, los boletines, carteles y afiches ilustrados, revistas y documentos en general.

Sin tratar de pormenorizar **in extenso** las particularidades de cada uno de los instrumentos enumerados, buscaré definirlos y analizarlos en su justo valor.

El medio escrito, cuyo origen se pierde en la noche de los tiempos y cuyos primeros balbuceos se grabaron en piedras milenarias, ejerce hoy día sobre la humanidad un formidable poder de penetración; atesora el espíritu de todas las culturas y conserva la esencia de todas las civilizaciones. Sin la palabra escrita y por el solo medio de la expresión oral, es decir de la tradición, el **homo sapiens** que integró su personalidad con el legado impreso de quienes le antecedieron, no habría podido, dentro de la limitación de su tiempo vital adelantarse en esa carrera de relevos en la que cada generación pasa a la que le sigue la tea encendida, la llama

olímpica de su saber. Sin la expresión gráfica, que en definitiva no es más que el testimonio fehaciente de innumerables experiencias individuales fundidas en el crisol de la razón colectiva, no se hubieran cumplido las etapas continuadas y progresivas que condujeron a la configuración de la era moderna.

Dentro de nuestra Religión, fueron las Tablas de la Ley, el Divino Decálogo, promulgado por Moisés desde lo alto del Sinaí, la primera y eterna constancia de la palabra escrita.

El medio escrito presupone la alfabetización, alta, mediana o elemental, de los destinatarios. Y según el grado de ella, el mensaje impreso procurará las formas más conducentes, directas y asimilables, para su clara comprensión. Un escrito que por su lenguaje abstruso o demasiado elevado se escape a la intelección del impreparado, u otro que por su extrema llaneza y simplicidad de estilo rebaje el sentido concepcional, son mensajes que se pierden cuando no llegan a las manos apropiadas y equivocan su destino.

El medio escrito —transmisor indirecto de la palabra— ha de ser fiel a las pautas de concatenación y dialéctica que rigen la expresión verbal, teniendo en cuenta que, al contrario de aquella, no admite rectificaciones o enmiendas inmediatas; un escrito, por su misma naturaleza, tiene caracteres de inmutabilidad, de perdurabilidad, así sea fugaz la vida de la materia donde se imprimió. Esto nos lleva a la conclusión de que antes de dar a la luz pública cualquier comunicación, el encargado de ella debe estar cierto y seguro de lo que dice: confrontar fechas, nombres y lugares, cuando se dan noticias; precisar en términos concisos y sustanciales, sin rodeos cuando se trata de dar instruc-

ciones; verificar siempre la veracidad de sus aserciones.

Procederé enseguida a analizar cada una de las modalidades distintivas de los medios escritos, su entidad, similitudes de semejanzas. Su alcance informativo y su destinación.

### **Prensa.**

Dentro de esta denominación generalizada, se incluyen los periódicos diarios, semanarios, hebdomadarios, etc., y también las revistas.

Al buscar la definición del periódico en su esencia y dinámica, me remito a lo que hube de decir en mi tesis para optar al título de periodismo en la Universidad Javeriana:

“En periodismo, como tantas otras disciplinas, el problema de la esencia es anterior a los demás. **Qué es** fué antes que **a dónde va**.

“En el origen y en la creación del periódico late escondida y centenaria, pues, una ley de definido carácter psicológico: el deseo de cada hombre de hacer sensible, en él y en los demás, la conjunción de sus sucesivas acciones.

“Vivir en uno mismo la vida de todos: he ahí la aspiración personal que presidió el nacimiento del periódico.

“Es innegable, por tanto, que primero que la prensa surgió en el individuo el gusto y luego la necesidad de ser informado seria y metódicamente, de las vicisitudes del mundo.

“Un hombre ansioso de saber algo, o todo, de la sociedad y de sus semejantes: ese es el símbolo conveniente a la prehistoria psicológica del periodismo”.

Es pues, el periódico, un medio esencialmente comunicativo; de indispensable y urgente consumo para los lectores habituales; imprescindible para el sustento espiritual del hombre moderno que, al par con su desayuno corporal, entre los primeros minutos de



Los carteles y afiches, se explican por sí mismos y extraen sus temas educativos o informativos de manera de ponerlos al rápido alcance de las varias capas sociales y culturales.

su diario existir con las viandas que redactores, comentaristas, reporteros, cronistas y agencias internacionales, aliñaron —horas antes y en afanosa labor— para servir las sobre la hoja immaculada de un papel. El periódico llena los vacíos de la curiosidad, despierta inquietudes, satisface preguntas, confirma conceptos, alerta los ánimos contra posibles contingencias y los apercibe para aceptar serenamente futuros acaeceres.

Objetivamente podemos apreciar cómo un periódico, haciendo uso de las artes tipográficas, cada día más perfeccionadas, atrae el interés del lector, por muy desprevenido que esté; los títulos que condensan (a una o varias columnas y en tipos de diversas dimensiones) los antetítulos y subtítulos que anotan parcamente, las partes sustantivas del texto; la utilización de distintas formas de letra (fuentes); la sujeción a medidas, predeterminadas en el planeamiento de cada página (12, 16, 32, etc. líneas tipográficas); el texto enmarcado (con sangría); y los gráficos ilustrativos (fotograbados, zincograbados, estereotipias, &c) que animan vivamente y restan monotonía y cansancio a la vista. A este propósito, es de anotar los sorprendentes avances de los últimos tiempos. logrados después de superar escollos técnicos, otrora invencibles. En efecto: la radio-foto y el telexprinter armaron al periodista de medios que llevan a sus prensas, en cuestión de segundos, imágenes y noticias de **última hora**. Guerras, catástrofes geológicas o sociales, sucesos trascendentes para la historia humana, recorren infatigablemente los espacios para depositar sobre el frágil papel su diaria cosecha. De tal manera, que al periódico podemos representárnoslo como un incolmable almacigo —almacigo de la vida— encargado de distribuir profusamente los frutos de su vendimia.

Y es el periódico un emisario que llega a todas las manos sin los aires de solemnidad protocolaria del libro. El periódico se allana y entrega, confiadamente, a las manos pulidas y a los toscos dedos; se extiende sobre lujosos escritorios o se abriga en humildes bolsillos; no reclama, como el libro, tratamiento de especial consideración y respeto; no esclaviza al lector interfiriéndole su horario cotidiano; se deja leer al capricho de cada uno y sin proceso de continuidad; su bajo costo lo hace accesible a las pequeñas economías. No provoca el recelo y aún aversión que experimenta, generalmente, el **hombre de la calle** por el **intelectual**, es decir, por el hombre de letras, a quien supone animado por un complejo de superioridad y que se considera a sí mismo acreedor a imponer su criterio protocolizado entre las pastas de un libro.

Hay en la prensa, considerada psicológicamente, un factor que inteligentemente aprovechado trabaja eficazmente sobre la mente colectiva: la **repetición**. En efecto, todo periódico obedece a una directriz o línea de conducta trazada por su fundador o fundadores. En obediencia a ello, el personal periodístico rinde su aporte, ajustándose en lo esencial, a la pauta directiva. Repite, por lo tanto, en millares o millones de ejemplares sucesivos sus tesis fundamentales expuestas con diversas modalidades y recursos.

Ese continuismo ideológico proporciona al informador en el aspecto que se viene estudiando en esta tesis, una base sobre la cual se conforma la psiquis colectiva. Dice Kaeler, en un concepto aplicable a la materia: "La publicidad mete a la fuerza un nombre, una consigna; llegan a formar parte de la mente y continúan actuando dentro de ella, mecánica y automáticamente. La publicidad evita al pueblo

la necesidad de selección crítica y cuando, adicionalmente se elimina toda competencia, cuando un coro de periódicos, radios y discursos dice lo mismo desde la mañana a la noche, la mente se rinde y cede a la sugestión...”.

En cuanto a Colombia se refiere, es sabido que este medio de expresión ejerce gran influencia como forjador de la opinión pública y abarca el territorio casi en su totalidad, siendo servido por prensa nacional y por prensa regional que, es fama, se ha colocado a la cabeza del Continente de habla hispana así por su pulcritud de estilo como por su seriedad y volumen informativo.

Valoradas inteligentemente las ventajas periodísticas, se aprecia que, en la divulgación informativa militar, la prensa debe ocupar un plano de relieve y de preferente atención. Los Comandos de las Armadas y de Unidades operativas, directamente por medio de los Oficiales de Información pública, únicos autorizados para ello, disponen en este medio publicitario de un acceso rápido e inmediato al conglomerado social.

Para la mejor comprensión de lo que es, por naturaleza y funcionamiento, un periódico, esbozaré su organización estructural y manera de operar, cada una de sus partes. Básicamente, un periódico consta de:

**Editor (es) o Propietario (s), que en ocasiones se unen en idéntica persona (s).**

**Redacción, integrada por un Jefe coordinador y un Cuerpo más o menos numeroso de colaboradores.**

**Gerencia, con un Gerente General y, en veces, con Gerentes Seccionales.**



"Vivir en uno mismo la vida de todos: he ahí la inspiración personal que presidió el nacimiento del periódico".

**Avisos.**

**Talleres.**

El Editor (o Propietario al mismo tiempo), como cabeza de la pirámide asume la responsabilidad legal y material de la publicación. Vigila el cum-

plimiento general de las obligaciones atinentes a empleados y trabajadores y el correcto funcionamiento de la maquinaria. Supervigila (en el caso de ser editor y propietario a un mismo tiempo) el mantenimiento, firme y sin desviaciones, a la directriz ideológica que dió vida a su publicación. Censura o aplaude, según las circunstancias del día, los desaciertos o aciertos del personal operativo.

**La Dirección** maneja las palancas de mando, autorizada por los Editores y propietarios, a quienes interpreta trazando la política general del respectivo órgano informativo; en consecuencia, aprueba o imprueba el material publicable, inclusive los avisos y promociones publicitarias comerciales o industriales procedentes de la Gerencia. De la Dirección dependen, directamente los editorialistas, los colaboradores habituales u ocasionales y la totalidad del cuerpo de Redacción. La Dirección asume, ante las autoridades y ante el público, la responsabilidad legal y moral del periódico; en lo interno, guía el trabajo intelectual del personal y encausa su actividad, dándole constantemente el rumbo que aconsejen las circunstancias del momento. La Dirección es, valga la comparación, el alma del periódico.

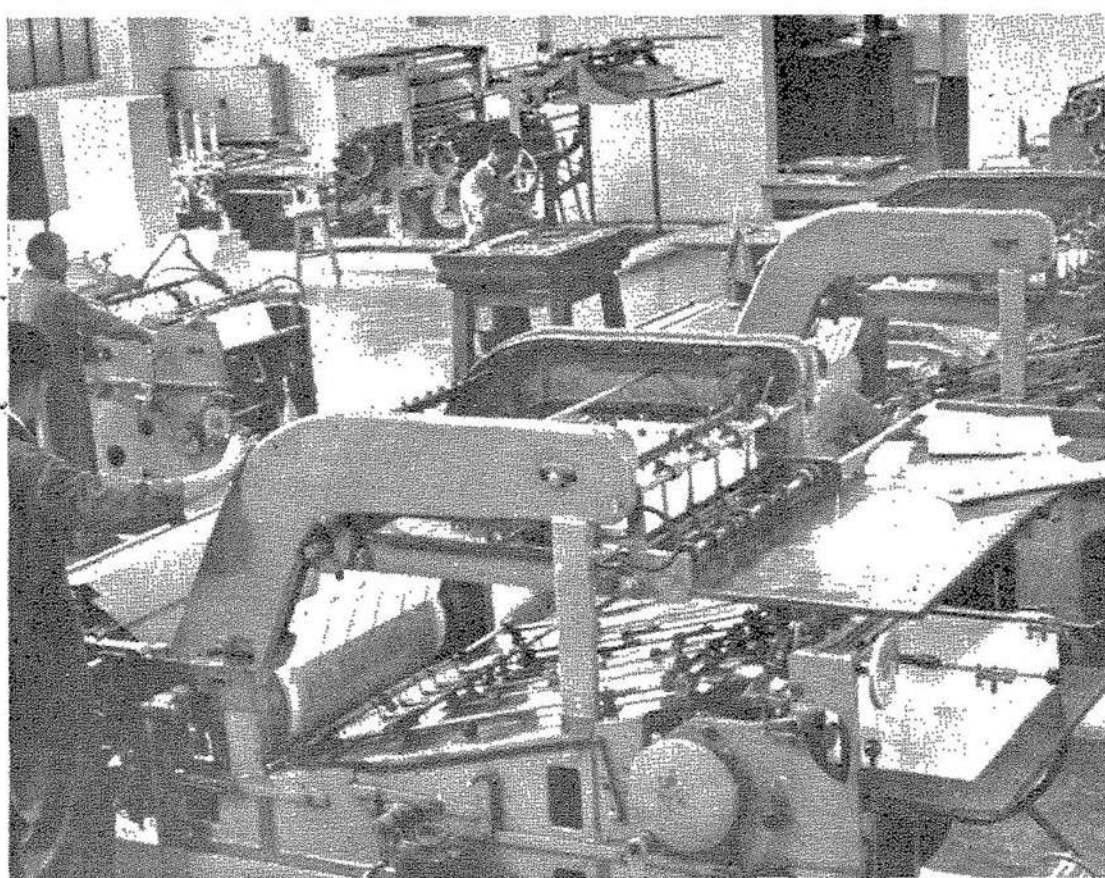
Por **Redacción** se entiende el conjunto de personas especializadas que operan en los distintos campos del estamento nacional (Congreso, ministerios, policía, vida social, deportes, espectáculo, etc.). Los Jefes de redacción e información tienen por misión recoger, valorar y publicar "noticias"; dar a éstas la extensión adecuada y el debido pulimento a la forma. En el cuerpo de redacción actúan: cronistas, reporteros, traductores, fotógrafos, dibujantes y corresponsales nacionales y extranjeros de planta. En la redacción se planea, a detalle, la presentación tipográfica de todas y cada una de las

páginas de la publicación. Los redactores, con su Jefe a la cabeza, son los arquitectos que imprimen su propio estilo a un edificio en perpetua destrucción y en perpetuo renacimiento.

**La Gerencia** es la fuente económica encargada de allegar y distribuir los fondos indispensables para el mantenimiento de la empresa. Allí confluyen todos los aspectos financieros y administrativos; se calculan ingresos y egresos; se estructuran las nóminas de pago; se organiza, por conducto de sus subsecciones, el sistema contable, la creación de agencias expendedoras y la circulación y venta locales del periódico; se interpretan y resuelven los problemas de índole laboral; se presupuesta la compra y adquisición de maquinarias y elementos; se promueven las suscripciones y canjes. En la Gerencia, en fin, se libra la batalla de la supervivencia material y el robustecimiento físico de un agrupamiento humano que rinde sus jornadas al servicio de sus innumerables lectores.

En **Avisos**, sección dependiente de la Gerencia, se localiza la fuente de entradas principal de todo periódico. Personal adiestrado para ello, busca, recoge y clasifica los avisos, cuyo costo se rige por medio de las tarifas señaladas por la Gerencia, para el valor por página, media página, cuarto de página, pulgada, columna, valor de la palabra (en los clasificados) color (en negro o bicolor, tricolor, etc.). La sección **Avisos** relaciona sus labores con los anunciadores directos y con las Agencias de Publicidad y Propaganda que en los últimos tiempos han centralizado en sus oficinas la corriente propagandística de entidades públicas y privadas, de firmas industriales y comerciales. En ejercicio de sus funciones, en Avisos se promueven ediciones especiales y se crean estímulos para los anunciadores; se controla la seriedad, responsabilidad y cumpli-





Sálón de Máquinas Impresoras de la Imprenta de las Fuerzas Militares.

miento de sus clientes y se liquidan las comisiones y deducciones a que haya lugar.

**Talleres.** A esta dependencia llega toda la materia prima producida en Dirección, Redacción, Gerencia y Avisos. Linotipos y máquinas tituladoras Ludlow graban sobre metal plúmbeo (lingotes) el texto de los originales (a esta operación se la denomina **levantada**). Este material, impreso provisionalmente en **pruebas**, pasa a la confrontación y lectura de los correctores, encargados de enmendar los errores que, por fallas sustanciales o adjetivas, aparezcan, es decir, omisiones de párrafos, frases o palabras;

construcciones gramaticales defectuosas y atentatorias a la pureza del lenguaje; fallas ortográficas y de acentuación; y deficiencias simplemente tipográficas o mecánicas.

La Subsección de fotograbado, zincograbado y estereotipia reproduce sobre láminas metálicas las fotografías, dibujos, esquemas, según las medidas y especificaciones ordenadas.

La Armada, a cuyas platinas llega el material así elaborado, procede a encuadrar —en los moldes (marcos) y de acuerdo con el planeamiento escrito (machotes) o verbal adoptado por la Jefatura de Redacción,— el texto (composición) correspondiente a cada página.

Cumplida la labor básica descrita, entran las páginas al proceso de matricación (impresión en alto relieve sobre cartones especiales) y enseguida al de fundición (reproducción en "tejas" metálicas) que entrega a la máquina impresora el resultado de un esfuerzo colectivo coordinado, intenso y en permanente lucha contra las manecillas del reloj que marca implacablemente el correr de los minutos, la hora exacta de salida —a través de aviones, trenes y carreteras— del mensajero periodístico que sólo descansa cuando manos ávidas y ojos curiosos violan el secreto de sus páginas.

Para finalizar este punto, diré que las Fuerzas Armadas (Ejército, Aviación y Marina) disponen ya de centros editoriales y tipográficos con personal especializado, donde se editan periódicos para información interna donde tienen cabida las colaboraciones de la alta Oficialidad, de la Suboficialidad, de las ramas técnicas y del simple soldado: de todo el que tenga algo que decir para provecho e información de su organismo militar. Proclamas, exposiciones, descripción de operaciones tácticas y estratégicas, noticias nacionales e internacionales, comentarios, presentados en ejemplares de tamaño tabloide o a dieciséisavo, satisfacen el interés profesional de sus miembros.

En este punto, creo oportuno aludir a uno de los medios de expresión, de reciente data, utilizado por los organismos de Información Pública Militar, al servicio de los Ejércitos modernos y cuya eficacia, en lo que a nuestro país se refiere, no se escapa al criterio de los altos Mandos ni a la aceptación entusiasta de la ciudadanía: quiero decir, los corresponsales de las Instituciones Armadas.

El cuerpo de **Corresponsales Militares**, ya existente, desempeña su misión

así en las acciones internas, como en las externas; en tiempo de paz y en tiempo de guerra, los corresponsales que marchan hombro a hombro con las unidades operativas, y en veces a la vanguardia de éstas, cumplen una función de enlace que se proyecta sobre distintas capas del conglomerado social.

El Corresponsal Militar, periodista por vocación (y generalmente dueño del título correspondiente), actúa en campos de operaciones tales como: maniobras únicas o combinadas, operaciones tácticas, acciones de avance y de repliegue en episodios bélicos y también como trasmisor de las decisiones adoptadas por los Comandos en un momento determinado. Este Corresponsal "Vive" personalmente los hechos producidos en su Unidad y canaliza las noticias acopiadas por él directamente.

Claramente se entiende que la misión de estos Corresponsales (dentro de los cuales se incluye a los no uniformados, pero sí autorizados y provistos de sus correspondientes carnets y salvoconductos), presupone conocimientos suficientes, sobre las Armas y su técnica operativa; voluntad de servicio y arrojo, cuando sea para sacrificar sus conveniencias particulares; curiosidad e iniciativa para captar lo importante y prescindir de lo innecesario; disciplina para mantener sus inquietudes en el límite de las órdenes superiores; disposición de ánimo siempre vigilante; don de gentes para hacerse a la simpatía y confianza de propios y extraños en el medio que lo rodea; en suma, este corresponsal debe ser un "testigo de primera mano" veraz, inteligente y activo.

#### **Boletines, gacetillas y remitidos.**

El Boletín de información es un comunicado escrito y preparado para la distribución en los órganos publicita-



## Los Corresponsales de Guerra Reciben Diploma

Cinco de los periodistas que recibieron ayer en el Batallón "Guardia Presidencial" el diploma y el distintivo de "corresponsales de guerra", aparecen en la gráfica durante el acto. Son, de izquierda a derecha, Augusto Calderón Díaz, de "La Republica"; Alfonso López Loraño, de "El Campesino"; Hernando Acevedo, de "El Tiempo"; y Luis de Castro y Mike Forero Neugues, de EL ESPECTADOR. (Foto EL ESPECTADOR-Rodríguez).

rios. Radica su importancia en su carácter eminentemente noticioso y enderezado a hacer conocer sucesos específicos que los medios difusores, en razón de su misma naturaleza, acogen e incorporan a sus programaciones, en el momento oportuno y en sitios de preferencia cuando así lo demanda la trascendencia del asunto.

El Boletín está sometido a pautas definidas en cuanto a su redacción y exposición del temario. Es breve, escueto, carente de comentarios adicionales o supérfluos, estrechamente coordinado; o sea que, como se dice popularmente debe "ir al grano". El Bo-

letín debe "contestar", en suma, las 5 claves adoptadas casi universalmente: Quién, Qué, Cuándo, Dónde y Cómo.

En su clasificación, el Boletín se divide en: **general**, **especial** y **exclusivo**. El primero se redacta en idéntica forma y se destina a todos los órganos difusores; el segundo, que se refiere a una misma noticia, puede sufrir variaciones de forma, adaptadas a la índole de cada publicación, y el tercero, es el que se dirige a un solo destinatario informativo. Estas distinciones, en los dos últimos casos, deben hacerse constar en el encabezamiento.

miento del envío hecho a la Dirección o a la Redacción respectiva. El Boletín llena una necesidad en las Fuerzas Militares, cuando sus voceros autorizados ponen en conocimiento de los asociados acontecimientos de orden interno o externo que afectan los intereses de la comunidad, parcial o totalmente. Ilustrado con fotografías o dibujos, cuando es el caso, aclara situaciones, destruye leyendas y rumores y consolida la confianza y la seguridad de las gentes, en sus Instituciones Armadas. Por su naturaleza, esencialmente informativa, el Boletín ha de ser rigurosamente veraz; en él, lo adverso y lo favorable deben ceñirse a la realidad objetiva y comprobable. Por lo dicho se entiende que el Boletín, en los centros provistos de medios publicitarios, debe estar presente, rutinariamente, siempre que las circunstancias lo demanden: sin retardos, pero tampoco con anticipaciones que se presten a confusiones o, peor aún, a rectificaciones tardías. El Boletín tiene, para las gentes, el valor consagratorio de la palabra oficial.

En cuanto a **Gacetillas** y **Remitidos**, las primeras son preparadas, usualmente, en las Agencias de Propaganda y publicadas gratuitamente por la Gerencia, en consideración al costo reconocido por los anunciadores para la inserción de avisos que así se refuerzan y complementan. Los remitidos, llamados también "comunicados" o "inserciones", son Boletines informativos pagados que tocan con temas sui-géneris de especial interés para personas o entidades que buscan fijar su punto de vista y defender sus opiniones en casos determinados (políticos, gubernamentales, sociales, etc.).

Ninguna de estas dos últimas formas encajan, propiamente, dentro de los planeamientos publicitarios militares, siendo ambas más indicadas para las actividades civiles.

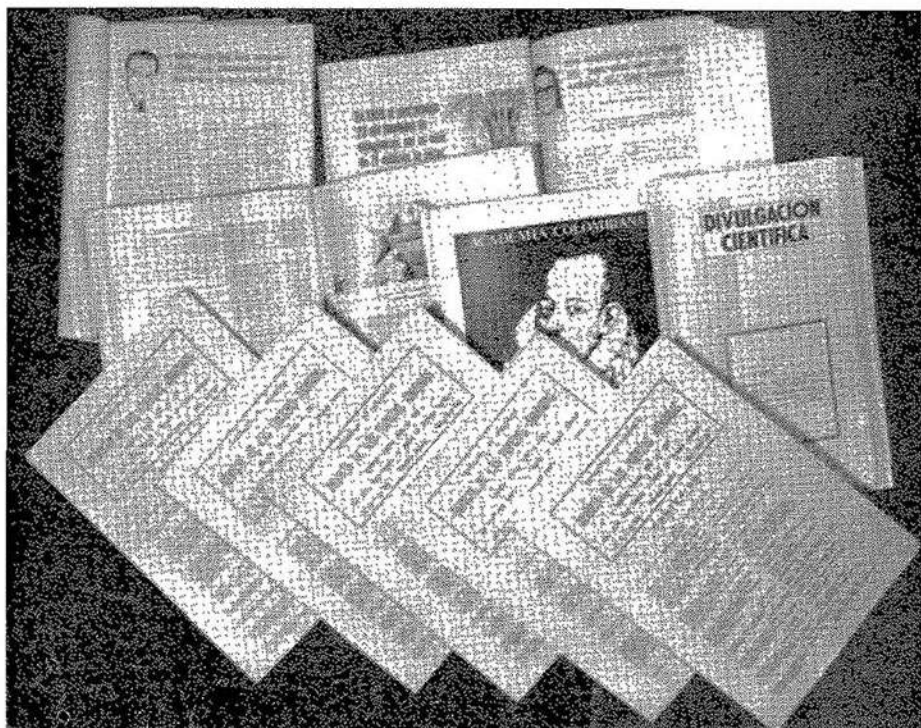
## **Revistas.**

Esta publicación que, según sus finalidades y su financiación, aparece en lapsos de ocho a quince días, mensual, trimestral o semestralmente, por lo ordinario, posee visibles similitudes con "la prensa", toma su información en fuentes parecidas y a veces idénticas y recorre caminos paralelos en busca de su destinatario final: el lector.

Pero tiene también la Revista, con respecto al periódico estructuración material y motivaciones ideológicas que la individualizan. Veámoslo:

Tipográficamente, la Revista exige una mayor, cuidadosa y llamativa presentación. Utiliza, generalmente, papeles finos de gramaje liviano o pesado, según sea su destinación. Los papeles esmaltados, satinados, *Edad media Leiger &*, solos o combinados, impresionan gratamente el tacto y la vista. El fotografiado y sus derivados, (que requieren cuadrículas y especificaciones propias) junto con los colores de las bicromías, tricromías y policromías, da calor y vitalidad a escritos en ocasiones áridos, y fija más objetivamente la atención que se les dedique. Modesta o lujosa, toda Revista debe dar la sensación de pulcritud, de cortesía y aún de refinamiento, teniendo en cuenta que su duración y vigencia se prolongan por más tiempo que el de que disfruta un periódico, desplazado cada veinticuatro horas o antes, por la edición subsiguiente.

Técnicamente, y como consecuencia de lo expuesto, la preparación de cada ejemplar implica un trabajo de selección y planeamiento riguroso. El Director y sus inmediatos asesores plasman en la Revista su sentido constructivo, sus disposiciones artísticas, su agilidad mental, su buen gusto. En la escogencia de titulares, en la utilización de las distintas familias alfa-



La Revista de las Fuerzas Armadas, como medio de expresión escrito, cubre el más amplio campo de información pública, interna y externa.

béticas, en la simétrica intercalación de ilustraciones gráficas, se retrata fielmente la personalidad del editor responsable.

Psicológicamente considerada, la Revista debe extender su influencia sobre agrupaciones determinadas, teniendo en cuenta, sin embargo, que también está sujeta a la crítica y análisis de periodistas y de lectores que intencional o casualmente tienen la oportunidad de abrir sus páginas y empaparse de su contenido. Toda Revista, pues, trabaja sobre psiquis colectiva con mayor o menor perdurabilidad y acierto, y sus finalidades se cumplen en la medida en que sus autores sepan conquistar el interés general.

En el caso de las Fuerzas Armadas las Revistas (que ya se editan con éxito positivo), no han de descuidar, en sus planeamientos y como consecuencia de lo dicho, el buen uso de sus disponibilidades: contendrán colaboración sobre historia militar; biografías, reseñas y anecdotario de los forjadores de nuestra nacionalidad, de nuestros héroes; informarán de las actividades oficiales y hechos de significación inmediata; darán entrada a artículos literarios que en alguna forma se relacionen con el espíritu de la publicación; relacionarán (si el espacio disponible es suficiente) actos de la vida social; y en primer lugar, harán conocer las últimas disposiciones emanadas de las jerarquías superiores.

En la actualidad, reglamentadas por los Comandos respectivos, se editan la Revista del Ejército, las de las Armas y la de los Servicios, con financiación y distribución expresamente reguladas.

### **Libros.**

Es este un medio escrito de categoría superior al Periódico y a la Revista. Su conservación permanente en anaqueles y bibliotecas, al par que la mayor firmeza de su contextura material, dan al libro un sello especial de distinción y autoridad que coloca al lector, (aún inconscientemente) en cierto nivel de subordinación, casi de vasallaje. En el subconsciente de todos los que se entregan a su lectura, hay el pre-concepto de que antes de ver la luz pública, el libro pasó por la prueba de fuego de un editor exigente y directamente interesado en su buen éxito; del análisis y visto bueno de prolonguistas y personas autorizadas; de la revisión profesional de los elaboradores; del pulimento y aquilatación previos verificados por el mismo autor. En resumen, todo el que se entrega a la lectura de un libro, por ese solo hecho, reconoce calidad de docencia y adoctrinamiento, de seriedad y dominio en el contenido de una obra.

No requiere esto decir que, siempre e incondicionalmente, el libro domine todas las voluntades e inteligencias que se pongan a su alcance. En manos de un lector receloso y reflexivo, sufre análisis y revaluaciones que llevan, en ocasiones, al descubrimiento de sus fallas, de sus puntos débiles o de sus inexactitudes. En tales casos, satisface los sentimientos de independencia y rebeldía que también están en la naturaleza humana de todo lector.

Se desprende de lo dicho que el libro de legítima calidad, debe ser el

fruto de serena maduración; de información exhaustiva por parte del autor, quien ha de conocer las opiniones, encontradas o concordantes, de escritores autorizados; de sujeción a un plan y desarrollo cronológico de la idea, que lleve sin saltos ni oscilaciones a las conclusiones apetecidas. Siendo, como es, el libro una realización arquitectónica de la mente, hay que cuidar de que sus cimientos y el acoplamiento de sus piezas no queden afectados por vicios intrínsecos o de forma. Un libro mal estructurado desacredita y perjudica.

En función de comunicación militar, en Colombia el libro ha producido y sigue produciendo una bibliografía, si no demasiado abundante, si muy ilustrativa y respetable. Como libros institucionales, la "Biblioteca del Ejército", ofrece a la consulta, ilustración e investigación profesional, un buen acopio de obras. Autores nacionales y extranjeros de calificados conocimientos en sus especialidades, proporcionan a la oficialidad, datos enseñanzas y experiencias personales. Así, por medio del libro, el Oficial aprecia con mayor claridad y precisión y desde el punto de vista teórico las rutas que, en la práctica, está obligado a recorrer como militar.

La confección de libros institucionales, se acostumbra en formatos de 1/16 (de pliego de 70 x 100 cms.), empastados o encartulados, según lo ordenado e impresos en papel de mediano gramaje, más o menos fino, de acuerdo con su destinación. La financiación del costo y su distribución, se rigen por las reglamentaciones de los Comandos superiores.

### **Folleto.**

Tipográficamente considerado, el folleto es un pequeño libro simplificado, de menor paginaje (32 a 64 páginas) en formato de 1/32 a 1/16, impreso en papeles ordinarios y con ca-

rátula de cartulina semi-pesada. El tipo de letra (8 a 10 puntos) debe ser claramente legible y no de adorno como el gótico, semigótico, plumilla, etc. Sus ilustraciones (generalmente en zincograbado) a un solo color (el mismo de la tinta empleada en el texto) deben, en lo posible, ir en el sitio más inmediato a la frase o frases alusivas y con una referencia (leyenda) o numeración aclaratoria.

Los objetivos del folleto, más inmediatos y menos permanentes que los del libro, alcanzan en cambio mayor difusión por cuanto su menor costo permite mayor tiraje, y su fácil manejo le da mejor acceso a todos los lugares y personas. Es el folleto (preparado por expertos), conductor de Informaciones sobre hechos concretos, noticiero y comentarista, enlace de la opinión pública con sus organismos dirigentes y fomentador, por lo tanto, de sus mutuas relaciones.

### Los Volantes.

Esta forma (plegable o sencilla) presta eficazísimo servicio para cubrir áreas relativamente extensas (poblaciones, barriadas, lugares de reunión multitudinaria, etc.). Cumple fines de propaganda e interés inmediato y comprende circulares, manifiestos, prevenciones, órdenes, etc. Como la hoja volante no va, estrictamente, a un sector discriminado y es recogida por gentes de distinto nivel cultural, sus modalidades de expresión han de ser inteligibles para el común de lectores: en la hoja volante hay que sintetizar; hay que destacar y condensar, al máximo, el tema fundamental; gramaticalmente, importa que su vocabulario sea de estilo llano y sin pretensiones de erudición; objetivo y nunca recargado de adjetivaciones superfluas; sobrio en las locuciones; enérgico y contundente en sus apreciaciones. El mensaje volante cumple me-



Los carteles, expuestos en sitios públicos o semi-públicos provocan la concurrencia espontánea de cuantos transitan por su frente.

jor su misión cuando versa sobre un solo tema. En ocasiones habrá necesidad de agrupar en una misma hoja dos o más temas, y entonces hay que cuidar de que éstos guarden relación concomitante con el tema medular.

La hoja volante, pese a su fragilidad material, es susceptible de relativa permanencia, transmisible entre varias personas y apta, por tanto, para grabarse en las conciencias. Es un registro, al cual el lector puede referirse varias veces, cuando así lo estime conveniente para su mejor comprensión. Como limitaciones de este medio, pueden serlo las condiciones meteorológicas desfavorables (vientos, lluvias); las contramedidas tomadas por los oponentes y que se traducen en la búsqueda y rápida destrucción de los ejemplares; y la limitación del tiempo o carencia accidental de elementos. En nuestro país, también el analfabetismo, en buena masa de la población, es factor negativo, subsanable en parte por las ilustraciones (caricaturas, dibujos, esquemas, etc.).

Tipográficamente, el volante no se rige por un tamaño determinado, aun cuando al fijar su medida se debe procurar que no pase de 1/16 ni sea menor de 1/32 del pliego usual de 70 x 100 ctms. En circulares y cartas convienen las medidas de 1/9 y 1/10. Se imprime sobre papeles livianos, blancos o de colores (estos últimos a fin de contrastar con el terreno a donde va a caer y de atraer la atención, o lo contrario, con el propósito de "camuflarlo" cuando se destinan a zonas adversarias). La forma del volante más acostumbrada es la cuadrangular, pudiendo ser, igualmente, triangular, cuadrada, etc. Como en el folleto, los tipos o "fuentes" de 8 a 10 puntos y los títulos y subtítulos, de 12 18 y 24 deben ser de forma sencilla, diseño claramente legible, perfiles gruesos y espaciatura interlineal amplia.

#### **Afiches y Carteles.**

Por este sencillo medio de comunicación, usado tanto para información interna como externa, se logra fijar la atención general de las gentes y despertar su curiosidad, y su interés

sin comprometer, en cambio, un tiempo prolongado ni interferir ocupaciones o actividades, como puede acontecer con el libro, la revista o el folleto. Los carteles, expuestos en sitios públicos o semipúblicos provocan la concurrencia espontánea de cuantos transitan por su frente.

El Cartel o Afiche (la distinción entre uno y otro es apenas convencional y no claramente definida) se imprime sobre papeles ordinarios, en cartulinas o cartones, según el cálculo aproximado sobre su mayor o menor durabilidad (horas o días), sitio elegido para su colocación y el objetivo inmediato que se persiga. El contenido informativo de un cartel, lo constituyen leyendas y gráficos (combinados o no). El texto, por razón de su naturaleza y finalidades, obliga al laconismo, a la brevedad, a la claridad. En veces una sola palabra ("Bienvenido" p. ej.) o un solo dibujo o reproducción gráfica, son suficientes para el cumplimiento de su cometido. En síntesis los carteles y afiches, se explican por sí mismos y extraen sus temas educativos o informativos de manera de ponerlos al rápido alcance de las varias capas sociales y culturales.

El tamaño y la forma (generalmente cuadrangular) de los carteles, cambia ocasionalmente, pero con tendencia siempre a las dimensiones grandes que sujetan, casi forzosamente, la vista. En Escala ascendente, se imprimen carteles desde 1/4 de 70 x 100 ctms. hasta uno o más pliegos. El tipo usual en estas publicaciones, en medidas tipográficas, es de 18, 24, 36 puntos para las leyendas y de 48, 60 y 72 para títulos y subtítulos. Cuando lleva ilustraciones en color o colores diferentes al de la leyenda hay que buscar el contraste fuerte y definido, es decir la contraposición cromática adecuada.



Adicionalmente diré que los sistemas de impresión en uso, y en vía de continuo perfeccionamiento, son hoy día:

**La Tipografía**, cuya descripción se hizo en rasgos generales.

**La litografía**, que recibe en un cilindro especial la imagen (texto, ilustración gráfica, etc.) grabada en una plancha tratada fotoquímicamente, para transmitirla (procedimiento "offset") al papel. Este sistema, de gran precisión y donde se aplican tintas especiales, se caracteriza por su nitidez, vivacidad de colores, tonos, semitonos y difuminaciones. Requiere, obviamente, maquinaria y elaboración diferentes a las tipográficas.

**El Rotograbado**, llamado también hueco-grabado, procede inversamente al sistema corriente de imprenta; transporta de la plancha al papel por bajo relieve, logrando buenos efectos en el campo de la fotografía, auncuando quita algo de vida, "enfria" los originales.

**La Multilith**, usada preferencialmente para formas tipográficas (cuadros, esquemas, membretes, etc.) complementan hoy el equipo propio impresor de Bancos y entidades oficiales y particulares para surtir las necesidades de papelería requeridas por sus secciones de Administración y Contabilidad. Opera con maquinaria mediana y pequeña de modelo propio; imprime con tintas líquidas especiales y se graba en películas transportadoras de espesor, tamaño y composición química adecuados.

**El Screen**, es un proceso de origen japonés, económico en el costo de su equipo y elaboración. Distinto a los otros procedimientos, en éste las tintas se extienden sobre telas de seda enmarcadas (mascarilla) e imprime sus motivos (dibujos, leyendas, etc.)

en uno o más colores macizos —y por lo tanto no aptos para la consecución de los medios tonos, penumbras y demás combinaciones cromáticas— teniendo en cambio, la ventaja de poder hacer sus impresiones sobre telas, papel y materiales de imposible utilización en los sistemas anteriormente relacionados. En las Fuerzas Armadas, el Screen es muy efectivo en cuanto con él se pueden imprimir gallardetes, banderines, brazaletes, insignias, carteles, etc., económicamente y en moderados tirajes.

**El Mimeógrafo**, sistema en uso hace ya varias décadas, funciona a semejanza del multilith, por procedimiento fotoquímico y en máquinas de diseño especial, pequeñas y, por tanto, de fácil transporte. Su manejo y accionamiento (manual o eléctrico) están al alcance de cualquier persona previamente adiestrada mediante una sencilla práctica. El mimeógrafo se utiliza en entidades oficiales y privadas, especialmente para la reproducción (por cientos o millares) de conferencias, circulares, instrucciones y reglamentaciones, impresos en tamaños hasta de 1/8 de pliego, a un solo color (generalmente el negro) y en papel de textura y gramaje propios.

Adicionalmente a esta exposición sobre los Medios escritos, clasificados en orden de importancia, diré que el ingenio y la iniciativa, en constante vigilia, perfilan los caracteres y forman las frases sobre las más inusitadas materias. **Como la necesidad crea el órgano**, condiciones de tiempo y lugar llevan al hombre a servirse de la piedra, del árbol, de la arena, del humo mismo, cuando el avión, como una pluma —fuente de maravilla, traza sobre el tablero de la atmósfera frágiles letras portadoras de ideas. (Es claro que la aplicación de este recurso no pasa de ser todavía, un experimento atractivo pero poco práctico).—

## LOS MEDIOS MATERIALES

Poco se puede agregar a la esquemmatización que de estos medios hice en la parte pertinente a su definición. Allí se dijo que tales medios no son ni pueden serlo, estrictamente clasificables. La regulación de estos medios está condicionada a:

**Lugares o sitios de destino:** Zonas rurales, poblaciones, veredas, ciudades, centros de concentración popular, vías de comunicación, territorios afectados por fenómeno naturales o causados por movimiento anormales, antisociales o de índole que aconsejen la colaboración de la Fuerza Pública.

**Valoración de los objetivos:** acordes con la trascendencia de los resultados que se pretenda alcanzar, los medios materiales se intensifican o limitan. Así hemos visto cómo accidentes aéreos de proporciones castróficas ocurridos en la profundidad de las selvas o en inaccesibles altitudes de nuestras cordilleras, han contado con pronta y eficazísima ayuda de las Fuerzas castrenses: aviones, helicópteros, tropas adiestradas y dispuestas al sacrificio de su propia seguridad, acuden sin vacilaciones a la encrucijada donde la muerte acecha; donde vidas mordidas por el dolor y cercadas por múltiples peligros, fincan sus esperanzas de salvación en el hermano fuerte, en quien, al vestir el uniforme, juró constituirse en defensor y guardián de sus compatriotas.

Pero también en las horas de alegría y en las del trabajo, promisorio de un mejor bienestar, los medios materiales se hacen presentes en la mano del militar y llegan, generosamente, a enlucir las conmemoraciones, a engalanar plazas y recintos, a solemnizar efemérides; o bien, a trazar las cintas de las carreteras, a borrar el distanciamiento de las riberas que se enyuntan a los puentes. Con los medios materiales se construye, pues, física y espiritualmente y son aprovechables aún en el campo enemigo con finalidades persuasivas sobre la potencialidad económica propia y la humanitaria actitud de quienes esperan ser correspondidos en pasos similares.

**Capacidad económica:** La planeación de los medios materiales debe someter, obviamente, al potencial económico del donante, de suerte que no supere sus posibilidades reales ni merme, por exiguo o incompleto, su prestigio. Los aportes suministrados a destiempo, equivocados o mal aplicados, pueden llevar conclusiones contraproducentes y adversas al ánimo del beneficiario.

Los Jefes responsables de este renglón de información y propaganda, fundamentarán sus decisiones en la selección del material, la cantidad y calidad del mismo, apreciación de la índole e indiosincracia de las personas favorecidas; y, finalmente, tiempo y lugar exactamente escogidos.

