

**EDUCACION PARA TODOS LOS POBRES****10**

Más de 270 millones de latinoamericanos son pobres-pobres. Necesitan y quieren educación. Los medios de comunicación —públicos y privados— deben ser responsables y ayudar. ¡Sí saben como hacerlo!

Francisco Gutiérrez, Sheldon Annis, Paul Little, Hernando Bernal, Federico Mayor, Anne Bernard, Francisco Vio Grosso, R. H. Dave, A. M. Ranaweera, P. J. Sutton, Daniel Raffo, Lucía Lemos, Martha Rodríguez.

COMUNICACION E INTEGRACION**66**

América Latina unida, triunfará. Esa es la ley primera. Los medios de comunicación pueden convencer a los incrédulos y formar opinión pública.

¡Sumar, sumar y sumar!

José Márquez de Melo, María Aquino, Marina Grunauer, Eduardo Martínez, Susana Santini, Juan Cevallos, Alberto Acosta, Peter Schenkel, Gino Lofredo, Jessica Ehlers, Luis E. Proaño, Fausto Jaramillo, Wilman Sánchez.

**EDUCOMUNICADORES DE LA IGLESIA**

Attilio Hartmann, Juan Braun	56
José Joaquín Salcedo, Juan Braun	60

NOTICIAS	2	AFRICA	7
ACTIVIDADES DE CIESPAL	4	NUEVAS TECNOLOGIAS	8
EUROPA	6	LIBROS	99

Los artículos firmados no expresan necesariamente la opinión de CIESPAL o de la redacción de CHASQUI.

Carta del editor

Miedo. Los latinoamericanos tenemos miedo. Los pobres tienen miedo de quedarse en pobres. Los ricos, de perder su poder y riquezas. La violencia, que resulta de la pobreza, del crimen organizado, la guerrilla y el narcotráfico, nos da mucho miedo.

A muchos políticos les da miedo enfrentarse a los causantes de la deuda externa. A ciertos medios de comunicación les da miedo publicar historias, con nombre y apellido, sobre corrupción y narcolavado.

Pero lo que más miedo da, es que ya "somos" 270 millones de latinoamericanos pobres-pobres. Una fuerza que

en algún momento puede despertar y arrasar con el orden establecido.

Todo este miedo, esta energía que genera, puede ser utilizada para bien. Es un toque de atención psicológico de que las cosas no van. Y que la sociedad, el ser humano, deben cambiar.

¡Basta de decirnos mentiras! Luchemos contra la pobreza y sus causas. Eduquemos a todos. Adoptemos los sueños de Bolívar de integración y unión. Utilicemos a los medios de comunicación para generar la revolución de la esperanza. Pero sin miedo.

Juan Braun

DIRECTOR: Asdrúbal de la Torre. **EDITOR:** Juan Braun. **DIRECTOR DE PUBLICACIONES:** Nelson Dávila. **ASISTENTE DE EDICION:** Wilman Sánchez. **COMPOSICION:** Martha Rodríguez. **DISEÑO:** Fernando Rivadeneira. **PORTADA:** Eduardo Kingman Jalme Pozo. **IMPRESO:** Editorial QUIPUS. **COMITE EDITORIAL EJECUTIVO:** Jorge Mantilla Jarrín, Peter Schenkel, Edgar Jaramillo, Fausto Jaramillo, Gloria Dávila, Lucía Lemos, Jorge Merino, Francisco Ordóñez. **CONSEJO ASESOR INTERNACIONAL:** Luis Beltrán

(Bolivia); Reinhard Keune (Alemania Federal); Humberto López López (Colombia); Francisco Prieto (México); Máximo Simpson (Argentina); Luis Rivera (Puerto Rico). Servicios Especiales de IPS. OIP, IJI. **Chasqui** es una publicación de CIESPAL que se edita con la colaboración de la Fundación Friedrich Ebert de Alemania Federal. **Apartado 17-01-884.** Quito-Ecuador. Teléfono: 544-624. Telex: 22474 CIESPL ED. FAX (593-2) 502-487.

Fausto Jaramillo

Satélites y algo más

Para alcanzar la integración, la comunicación vía satélite es imprescindible; también se necesitan los técnicos. Todo depende del interés del Estado y los medios de comunicación públicos y privados.

Los acontecimientos de los últimos meses, han modificado profundamente el panorama geopolítico. El mundo bipolar ha sido reemplazado por uno conformado por inmensos mercados.

El estamento político latinoamericano, con los Gobiernos a la cabeza, han empezado a profundizar los procesos integracionistas. Las reuniones se suceden una tras otra y en cada una de ellas se intenta que los hechos y las acciones reemplacen a la retórica.

Y es en esto, precisamente, en donde radica la función básica de los Medios de Comunicación Social: Lograr una opinión pública favorable a estos procesos.

Hasta ahora, el aparato estatal y la empresa privada, se han mirado como enemigos irreconciliables, lo que no ha permitido un diálogo sobre la Integra-

ción de estos dos segmentos de las sociedades latinoamericanas, para reconocer sus intereses y encontrar soluciones comunes. Sin embargo, separadamente, ambos grupos declaran:

PRIMER CASO: LA EMPRESA PRIVADA DE COMUNICACION

En Mayo de 1990, se reunieron en CIESPAL, representantes de las principales estaciones de Radio privadas de Perú, Venezuela, Bolivia, Colombia, Chile, Ecuador y observadores de Francia, Canadá y Estados Unidos.

El tema propuesto de esta reunión fue: "La Radio: Tendencias e Información"; dentro de este contexto se analizaron las situaciones particulares de la radio en cada uno de estos países, sus problemas y perspectivas.

Las discusiones permitieron arribar al siguiente diagnóstico:

- En algunos países de la sub-región no existe una legislación que regule el ejercicio de la Radiodifusión.
- No existe una legislación que sea co-

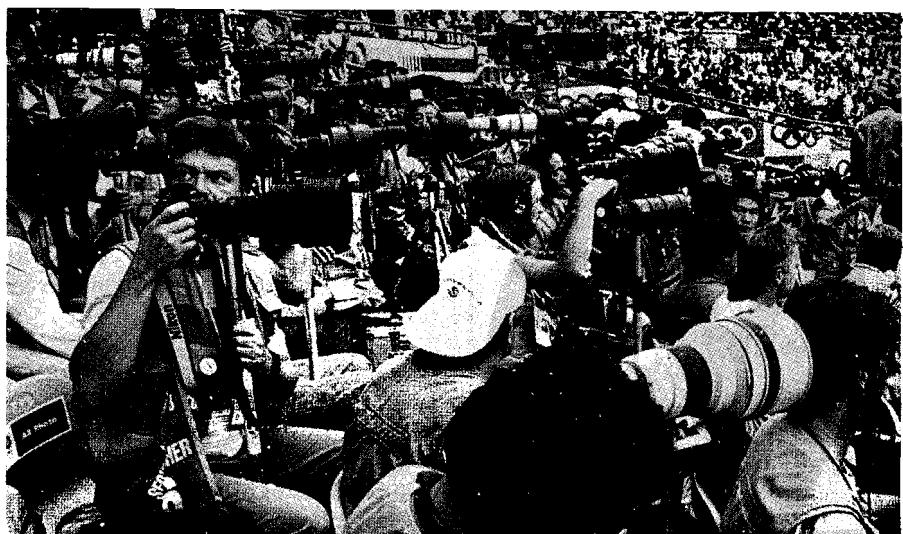
mún a la radiodifusión de los 5 países que conforman esta sub-región.

- Existe una casi total dependencia tecnológica con respecto a los países desarrollados.
- En materia informativa, esta dependencia se manifiesta en relación a las agencias internacionales.
- Existe una sub-utilización de material informativo generado por las agencias latinoamericanas y del llamado Tercer Mundo.
- Igualmente existe una sub-utilización de producciones radiales de carácter cultural y educativo, generados en diferentes centros de la misma región.
- Existe poco conocimiento de las realidades políticas, económicas, culturales, artísticas y sociales de los países. Se conocen más las realidades extraregionales que las de los vecinos.
- La deficiente información entre los países Andinos no obedece únicamente a causas tecnológicas, sino también a la calidad del tratamiento que se da a la misma.
- Lastimosamente, aún quedan rezagos de aquel tipo de información sensacionalista que no contribuye a la formación y educación de la audiencia.
- Existe un desconocimiento sobre la existencia y observancia de los códigos de ética periodística en cada uno de los países de la Región.

En términos de tendencias actuales, los participantes señalaron:

- Se busca una mayor cobertura en las transmisiones y para ello se están formando las llamadas cadenas radiales.
- Se busca una mejor y más amplia información que contextualice mejor la realidad de cada uno de los países.
- Existe una búsqueda de una mejor programación que responda a las necesidades culturales de los pueblos.
- Cada vez más, los países tienden a unirse a fin de lograr una mejor respuesta a los retos del desarrollo; y el Pacto Andino no puede abstraerse a este proceso. Exista ya una conciencia entre los pueblos de profundizar la integración. La información radial tiene ya la necesidad de inscribirse en este proceso.
- Existe una tendencia a incorporar nuevas tecnologías en los procesos de transmisión de la radio, que cierran un tanto la brecha con la existente en los países industrializados.

Fausto Jaramillo, ecuatoriano. Jefe del Departamento de Televisión de CIESPAL.



Los medios deben y saben crear opinión pública a favor de la integración

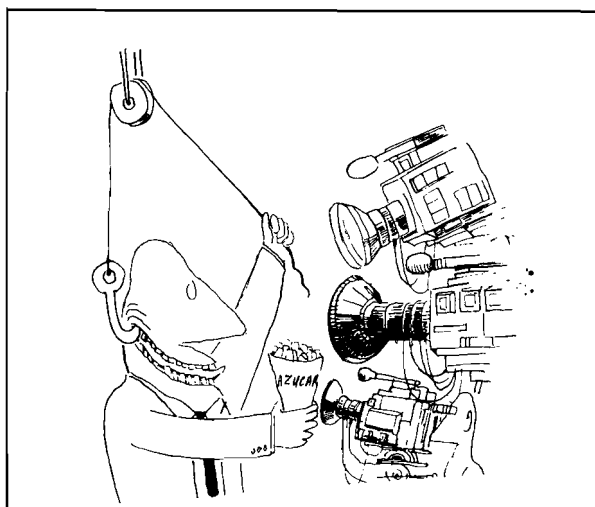
SEGUNDO CASO: LA COMUNICACION Y LA EMPRESA PUBLICA

De acuerdo al Inventario de Medios de Comunicación, levantado por CIES-PAL en los dos últimos años, se encuentra que en todos los países del Área Andina, no existe una presencia fuerte y valiosa de la empresa pública en el campo de las comunicaciones; y en los pocos casos existentes, los Gobiernos no han sabido utilizar técnicamente esos Medios para ponerlos al servicio de la cultura, la información y la educación de sus pueblos. Por el contrario, los medios de comunicación del Estado han servido para campañas publicitarias de los Gobiernos de turno, antes que para la consecución de los más altos e importantes objetivos nacionales.

Sin embargo, existen, aunque aisladamente, ciertos acuerdos e instituciones que han venido laborando en temas de la Integración a través de la producción de materiales educativos para los medios de comunicación. Uno de estos Acuerdos es el Convenio Andrés Bello, del que son signatarios todos los países del Pacto Andino, además de Panamá, Chile y España.

En junio del presente año, en la ciudad de Neiva, Colombia, se realizó la XXI reunión técnica del Convenio Andrés Bello, para analizar lo actuado hasta el momento y planificar lo que se hará en el futuro. Entre las conclusiones, vale rescatar aquellas que se refieren, precisamente, a la Comunicación:

— Hay que emprender en la búsqueda de fórmulas que permitan trabajar mancomunadamente con los medios de comunicación de régimen de propiedad privada.



— No hay que temer la competencia. Por el contrario, se puede y se deben levantar los niveles de calidad de los materiales de contenido cultural y educativo, para que puedan competir con otros contenidos.

— La educación es una obligación de todos los estamentos que componen una sociedad y no una exclusividad de los gobiernos. En esta área, todos, empresa privada y pública, tienen una tarea que cumplir y el esfuerzo debe ser mancomunado.

— Uno de los mayores obstáculos a vencer es el de carácter técnico que hasta el momento no permite vencer la barrera que significa la geografía.

Los casos arriba mencionados, muestran claramente los puntos de coincidencia y divergencia entre el estado y la empresa privada, hasta ahora antagónicas; ambas coinciden en señalar que la integración es la respuesta al reto del desarrollo; entonces ¿por qué no se alcanza esa ansiada realidad?

Lastimosamente, aún quedan varios problemas a enfrentar: Políticos y económicos en unos casos; de organización social en otros; pero, sobretodo, están los derivados de las actitudes humanas.

Es en este contexto en el que se deben interpretar las declaraciones, porque muestran de manera clara que es en el campo de las ideas donde empieza a crecer la integración.

COMUNICACION PARA LA INTEGRACION

Y es precisamente allí donde radica la labor que debe cumplir la comunicación social. Debe aceptar el reto de intentar modificar las actitudes de todos los segmentos sociales.

La comunicación social debe derribar la idea hasta ahora imperante, de que la Integración es una dádiva generosa de los gobiernos y aceptar que la Integración es una exigencia de la historia, en beneficio del desarrollo de los pueblos.

Tan hermoso enunciado es, hasta el momento, una utopía; y como toda utopía marca el objetivo a alcanzarse y hacia el que se debe caminar.

El primer paso es el del mutuo conocimiento; y aquí sí que es importante la labor de los medios de comunicación. El flujo informativo entre los países debe ser incrementado tanto en su cantidad como en su calidad.

Las aberraciones existentes deben ser desterradas y el derecho a una correcta y rápida información no solo debe ser respetado, sino que, además, debe convertirse en una herramienta imprescindible de estos procesos.

Los intentos, hasta hoy ensayados, no han dado sus frutos; muchas son las

Revista

DIA • LOGOS

DE LA COMUNICACION

Oficina de Redacción: Secretaría Ejecutiva de FELAFACS
Apartado Aéreo 18-0371, Lima 18, Perú. Teléfono 355189

causas de tales fracasos; unas exógenas que escapan al control de los comunicadores —por ejemplo, la geografía agreste e inhóspita— la cordillera de los Andes y la Amazonía, han sido y continúan siendo, barreras infranqueables.

POSIBLES SOLUCIONES

Hace falta, entonces, plantear y ejecutar proyectos audaces que rompan ese obstáculo; y parte de la respuesta se halla en la tecnología moderna. Por ejemplo, satélites colocados en órbitas geoestacionarias, permiten remontar cualquier obstáculo de este género.

La idea no constituye ninguna novedad, es más, a estos futuros satélites se los ha bautizado con los nombres de Simón Rodríguez y Cóndor.

Razones de Estado (léase razones económicas y políticas) son las que seguramente impiden el que hasta ahora dichos satélites no hayan sido lanzados.

Las economías de estos países no crecerán lo suficiente en los próximos años, como para cubrir los altos costos que demanda esta tecnología por lo cual se deben buscar otras alternativas. Una de ellas es el uso de los

satélites actualmente en servicio; muchos de ellos no trabajan a plena capacidad y pueden ponerse al servicio de los países que lo requieran.

Evidentemente, esto también demanda un costo pero, el mismo, puede ser compartido por varios gobiernos y empresas privadas.

Otra de las limitantes que rara vez se menciona parece encontrarse en el insuficiente personal técnico capaz de administrar y sostener un proyecto de esta naturaleza.

Las universidades latinoamericanas no forman profesionales capaces de lidiar con estos problemas y, por ello, los jóvenes que pretenden hacerlo salen al exterior. Allí obtienen su título y al retornar a su patria, no encuentran trabajo, lo que los obliga a emigrar.

En la región, México y Brasil, son los únicos países que ya poseen satélites e inclusive siguen lanzando otros más, porque han experimentado sus beneficios.

México, con los dos satélites "Morelos" y próximamente con el "Solidaridad", cubre toda el área de Centro y Norte América y con cierta dificultad, también hasta el Sur del Perú. Telefonía,

télex, fax, radio y televisión aprovechan sus capacidades y ponen al alcance del ciudadano una cantidad incommensurable de información. Uno de los transponders mexicanos, envía hacia Europa toda una serie de programas de televisión.

Brasil, también cuenta con 2 satélites, con los cuales ha logrado vencer la amplitud de su geografía y extender su influencia hacia Europa.

No es necesario ser un experto para comprender, que a través de esta tecnología, ambos países están ampliando los mercados de sus productos y con ello sus economías.

Se **concluye** entonces que, para alcanzar la Integración, la comunicación vía satélite es imprescindible. Y con ella viene, en forma paralela, la necesidad de proveer una educación técnica acorde con los desafíos del siglo XXI.

El reto está echado. Depende de los latinoamericanos el tomarlo. Si se lo acepta, toda la región se habrá embarcado en el futuro, pero si no se acepta, no se podrá culpar a nadie de que América Latina se pierda en el pasado. ■

**MEDIA
CULTURE
& SOCIETY**

Edited by
John Corner
Professor Nicholas Garnham
Paddy Scannell
Professor Philip Schlesinger
Colin Sparks
Nancy Wood

Media, Culture & Society is the leading international forum for research and discussion across the whole field of cultural practice. The journal focuses primarily on the mass media (television, radio, press) within their political, cultural and historical contexts, but its development has brought additional issues into focus:

- Concepts of the Information Society
- Issues raised by the convergence of the mass media with systems of cultural production
- Diffusion based upon telecommunications and computing
- The social role of various categories of intellectual in the full range of cultural practice
- The relationship of all these to literature, and to more general cultural and artistic practices

Media, Culture & Society is essential reading for anyone concerned with the mass media within their social, political, economic and cultural contexts.

Published in January, April, July & October
ISSN 0163-4437

SUBSCRIPTION RATES, 1990

	Institutional	Individual
One Year	£60 (\$104)	£27 (\$39)
Two Years	£120 (\$208)	£54 (\$78)
Single Issue	£16 (\$27)	£8 (\$12)

SAGE Publications Ltd, 28 Banner Street, London EC1Y 8QE, UK
SAGE Publications Inc, PO Box 5096 Newbury Park, CA 91359, USA