

OCTUBRE-DICIEMBRE 1988

Chasqui

Revista Latinoamericana de Comunicación

ESTA EDICION DE CHASQUI
CIRCULO EN MAYO DE 1989

COMUNICACION Y DEUDA EXTERNA

6

Los comunicadores, periodistas y científicos sociales, tienen que entender que la Deuda Externa, es más devastadora que 100 hiroshimas. Deben tomar partido y salir en defensa de los pueblos del Tercer Mundo.

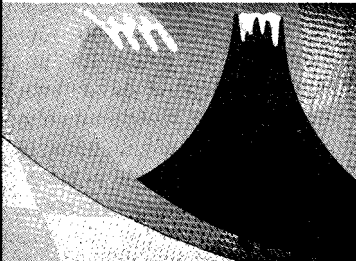
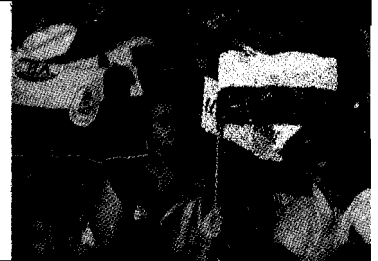
Eric Calcagno, UNICEF, Fernando Reyes Matta, Fausto Jaramillo, Gino Lofredo

PERIODISMO Y ESTABILIDAD DEMOCRATICA

38

Los periodistas, dueños de medios de comunicación, el Estado y el pueblo, deben defender "sus" frágiles democracias, debilitadas por la Deuda Externa. Democracia y libertad de prensa son uno y lo mismo —no deben claudicar—.

Luis Maira, Roberto Savio, Emilio Filippi, Enriqueta Cabrera, Luis E. Proaño



COMUNICACION, CRISIS Y DESASTRES NATURALES

54

Esta es una área inexplorada para los comunicadores y periodistas, a pesar de que centenares de cataclismos de todo tipo barren el planeta año tras año. La información preventiva, y la movilización, son campos de la comunicación social.

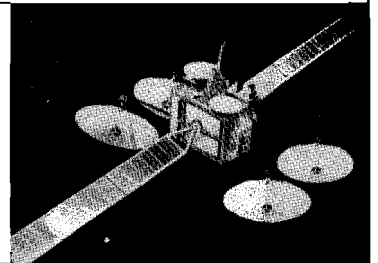
Doug Newson, CHASQUI, Pablo Portales

LOS SATELITES EN LA COMUNICACION

68

La era de los satélites es hoy. Y no tenemos políticas adecuadas para aprovechar esta nueva avalancha tecnológica que nos ha tomado de sorpresa. Ponernos al día no debe ser una utopía, sino una necesidad.

Daniel Cohen, Leonardo Ferreira y Bella Mody, John Mayo, Carlos Bianchi



ENTREVISTA A ROBERTO SAVIO *Juan Braun* 35
CARRERAS DE COMUNICACION *Eduardo Vizer* 84

NOTICIAS 2
ACTIVIDADES DE CIESPAL 4
LIBROS 91

Carta del editor

Deuda Externa y Comunicación es uno de los temas más difíciles de investigar, porque ha sido ignorado, no existe. Los comunicadores sociales, los periodistas y las organizaciones tercermundistas, no se han "enganchado" en lo que el Padre Vives, venezolano, llama la "Guerra de la Deuda Externa". Una guerra que ya hemos perdido. Durante una década, las transnacionales del Norte, ayudadas "desde adentro", han vaciado impunemente a nuestros países. Como consecuencia, día a día tenemos más pobres-pobres y nuestras democracias muestran síntomas alarmantes de agotamiento.

La intención de CHASQUI es lograr que los colegas pongan "pied a terre", reflexionen y vuelquen sus ener-

gías al estudio y la difusión de un tema que nos ha robado el presente, y la mitad de nuestro futuro.

Estamos en la "era de los satélites" y del "Global Village" de McLuhan. Los países de la región deben desarrollar sus políticas y sus satélites, para no perder su soberanía y su independencia.

El 16 de marzo de 1989, el Dr. Luis E. Proaño, Director de CIESPAL, y el Canciller del Ecuador, Dr. Diego Cordovez, firmaron un importante acuerdo de cooperación técnica, en reconocimiento a la tarea que cumple CIESPAL en América Latina.

Bien. Muy bien. Y un aplauso.

Juan Braun

DIRECTOR: Luis E. Proaño. **EDITOR:** Juan Braun. **DIRECTOR DE PUBLICACIONES:** Jorge Mantilla Jarrín. **ASISTENTE DE EDICION:** Wilman Sánchez. **COMPOSICION:** Martha Rodríguez. **DISEÑO:** Fernando Rivadeneira. **PORTADA:** Edwin Rivadeneira. **IMPRESO:** Editorial QUIPUS. **COMITE EDITORIAL EJECUTIVO:** Asdrúbal de la Torre, Peter Schenkel, Edgar Jaramillo, Fausto Jaramillo, Gloria Dávila, Andrés León. **CONSEJO ASESOR INTERNACIONAL:** Luis

Beltrán (Bolivia); Gian Calvi (Brasil); Reinhard Keune (Alemania Federal); Humberto López López (Colombia); Francisco Prieto (México); Daniel Prieto (Argentina); Máximo Simpson (Argentina); Diego Echeverría (Chile). **Chasqui** es una publicación de CIESPAL que se edita con la colaboración de la Fundación Friedrich Ebert de Alemania Federal. Apartado 584, Quito-Ecuador. Teléfonos: 540-881. Telex: 22474 CIESPAL ED. - FAX (593-2) 524-177.

Fernando Reyes Matta

Plan de medios y mensajes

Los medios convencionales de comunicación se han movido, desde el siglo pasado bajo la expansión del "capitalismo salvaje", con principio de competencia determinada por el mercado, con un seguimiento de la actualidad entendida como un escenario donde solo cabe andar persiguiendo hechos, con una aproximación encandilada con la coyuntura sin explicar la inserción de los hechos en procesos mayores.

PLANIFICACION INFORMATIVA

En ese contexto la planificación informativa emerge como un principio cuestionador para el sistema informativo convencional, o lo que más ilustrativamente se autodenomina la "western press". Sin embargo, en manos de los sectores populares y políticos la concepción estratégica se convierte en alternativa posible y necesaria.

El caso de la deuda externa y las dimensiones de la crisis lo ilustran.

Estratégicamente es posible identificar cuatro ejes de acción:

— Eje **Unidad Nacional**. En él se debe buscar la interacción de los temas deuda, crisis, soberanía nacional afectada y desarrollo social para constituir el discurso común que respalda las negociaciones de no pago y de un Nuevo Orden Económico Internacional que se producirán a nivel multilateral.

— Eje **Unidad Regional**. Se trata aquí de romper la visión exclusivamente nacional sobre la deuda y la crisis, para inscribir el proceso nacional en un ámbito regional que fortalezca las posiciones de la acción colectiva y la cooperación política de América Latina.

— Eje **Norte / Sur**. En él se debe buscar crear los vínculos con los sectores de los países desarrollados, espe-

cialmente en el ámbito capitalista, de los problemas que representa para el Tercer Mundo la deuda y la crisis; identificar aliados, difundir el discurso en todos los sectores y medios; argumentar en la semántica y estilo que las sociedades del Norte entienden con mayor fluidez.

— Eje **Situación actual / Situación alternativa**. Se definen aquí aquellos enfoques sobre los diagnósticos de la crisis y sus impactos económico-sociales, unido a la dimensión del gasto armamentista y las alternativas que plantearían para el desarrollo social y la paz, los nuevos usos de los recursos y la revisión de la estructura financiera internacional heredada a partir de la Segunda Guerra Mundial.

En el plano de los **mecanismos de acción informativa y generación de referentes**, pueden considerarse los siguientes:

Uso de la matriz noticiosa dominante (formas de producción periodística, conceptos de noticia, etc.) para inscribir en ella la realidad impactante de la crisis en sus diferentes etapas; recuperar los conceptos de confrontación y

competencia de los medios de comunicación dominantes en la región latinoamericana y el mundo occidental, para entregar —desde una perspectiva "profesional y periodística"— todos los elementos que hagan visible para los receptores de esos medios el discurso crítico del Tercer Mundo y América Latina.

La recuperación histórica con dimensión de actualidad (todo el proceso que viene desde hace treinta o cuarenta años) para ilustrar, especialmente al mundo joven, de los orígenes de la crisis; recuperar fechas y testimonios aún vivos que den una dimensión noticiosa y de actualidad a aquellos factores del pasado en los que se explica la crisis del presente. Esta acción se inscribe en un concepto fundamental al periodismo de dimensiones alternativas: el **derecho a la memoria**.

La creación de redes (tanto a nivel de los medios comprometidos con los sectores populares como a nivel de los actores sociales); ello implica poner en marcha formas de intercambio y alimentación informativa que recuperen los escenarios articulados, tanto a nivel nacional como regional.



Los comunicadores deben planificar sus acciones

Fernando Reyes Matta, chileno. Investigador del Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales (ILET).

El Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales (ILET) con sede en Chile, realizó en 1985 el primer análisis de contenido sobre deuda externa que se tenga conocimiento. Lamentablemente este esfuerzo no fue continuado y otras instituciones de la región tampoco se dedicaron a estudiar el tema.

Los investigadores del ILET tomaron cinco días al azar del mes de octubre de 1985, y analizaron la cobertura de la deuda externa de 22 periódicos ubicados en 10 países de la región. Las conclusiones fueron que de un total de 58 notas publicadas sobre deuda externa en esos 5 días, 37 tienen como origen geográfico a América Latina, 7 provienen de Estados Unidos y 4 de Europa Occidental. El acontecimiento más publicitado corresponde a la reunión del grupo de los ocho en Punta del Este, cuyo objetivo fue la de encontrar una solución política al problema de la deuda externa latinoamericana.

A manera de ejemplo, se incluye la tabla 1 que reúne todos los datos, e incluye la fuente de la noticia, centímetros publicados y cantidad de notas.

**TABLA No. 1
ANÁLISIS DE CONTENIDO**

FUENTE	cm ²	CANTIDAD NOTAS
UPI	1.913	12
AP	866	4
AFP	1.397	6
REUTER	1.227	8
EFE	1.718	10
ANSA	92	1
DPA	0	—
COR.	1.084	4
OTRAS	1.270	13
TOTAL	9.567	58

La colocación de agenda (de un orden del día) que supere la actual situación de simples reacciones a la agenda de otros (en particular de los centros de poder); el ejemplo de los diversos encuentros cubanos sobre la deuda externa son ilustrativos al respecto, pero los esfuerzos por mantener la agenda "de este lado" reclaman imaginación e interacción creciente.

Por cierto, pueden crearse otros ámbitos, pero siempre en el propósito esencial de una planificación informativa que va determinando secuencias.

MEDIOS Y ESTRATEGIAS

En tanto el tema es político y la crisis de la deuda va demostrando la necesidad de convertirse en el catalizador de las aspiraciones de las masas populares por una transformación profunda, se constata la dimensión comunicativa del proceso que se vive.

Se dice que es necesario crear conciencia, formar opinión pública, promover consensos, ganar aliados, movilizar las masas. Todo eso es comunicación.

Este proceso de comunicación tiene consensos y disensos. Ellos, además de las razones históricas, se explican por tres aproximaciones diversas al tema y tres lenguajes derivados de ello:

— Aproximación **global**: el lenguaje es predominantemente técnico, alimentado por datos financieros y referencias fácticas macro económicas.

— Aproximación **social**: el lenguaje da cuenta de los impactos de la crisis a nivel de la vida diaria y de las consecuencias que ello acarrea para los sectores postergados.

— Aproximación **política**: el lenguaje plantea las evidencias de los cambios estructurales a alcanzar, las etapas de lucha y las articulaciones políticas que vayan emergiendo como consecuencia de la conmoción que la deuda crea en el sistema mundial.

A partir de la identificación de estas aproximaciones es posible presumir ciertas conductas en el escenario concreto de los medios de comunicación. Los grandes medios convencionales tomarán, preferentemente, lo global, eludiendo las aproximaciones de tipo social y político.

Los medios comprometidos con los partidos políticos, las iglesias, los sindicatos, los movimientos y organizaciones sociales serán inevitablemente portadores de las aproximaciones sociales y políticas.

Ello determina **dos estrategias informativas** que tienen un momento de coincidencia, para encontrarse luego en el escenario de los enfoques diversos. La cuestión, en última instancia no es nueva. Tiene el perfil concreto de las lealtades y deserciones que un proceso despierta cuando pasa de una fase de reformas a la fase de las transformaciones profundas.

Si la tesis es que la deuda externa y la crisis tienen dimensiones tan fuertes como la de 1810 que determinó la independencia latinoamericana, o la crisis económica de 1930, inevitablemente se recorrerán las fases de las transformaciones desde una etapa de reformas a las dimensiones más profundas.

CONCLUSIONES

La información y la capacidad de expresión de que dispongan los sectores populares y la presión derivada de ello es determinante para la actitud que asuman los representantes gubernamentales, hasta ahora carentes de una práctica verdadera de acción conjunta. La mayor o menor unidad latinoamericana para abordar el problema de la deuda y la crisis económica mundial tiene un recurso básico ineludible: la **comunicación**.

En ello reaparecen las propuestas de 1975, pero revitalizadas por la realidad y los nuevos momentos históricos. El Nuevo Orden Económico Internacional, además de una propuesta, es una urgencia. Así como se dijo en la década pasada, al NOEI corresponde necesariamente un Nuevo Orden Informativo Internacional, NOII. Pero ésta ya no se ubica en el espacio abstracto comunicológico o de un debate internacional ajeno a las masas. **Hoy el nuevo orden para la información está definido por las urgencias de las tareas que la deuda y la crisis plantea.** Y así como en el escenario de lo económico y lo político una integración verdadera aparece como necesidad y esperanza, en el escenario comunicativo se define con claridad un objetivo de renovación: **la integración informativa latinoamericana.**

Esta meta puede darse en ciertos segmentos de los medios convencionales. Pero se dará, esencialmente, por la acción y multiplicación de todos los medios, de diverso alcance, creados como alternativa al orden que "otros" hasta ahora han impuesto al Tercer Mundo. ■