

**COMUNICACION Y PERESTROIKA****10**

El vertigo de la perestroika y la glásnost cambiaron a la Unión Soviética, al mundo. Y por supuesto a los medios de comunicación. Bien. Muy bien. Pero parte de las donaciones e inversiones internacionales previstas para América Latina se trasladan hacia la URSS.

*Rudolf Prevrátil, Máximo Simpson, Leonid Ionin, Robert Ball, Jan Steiner, Serguei Zalyquin, Tito Drago, José Insulza, Attilio Hartmann, Gino Lofredo, Asdrúbal de la Torre, Juan Braun.*

**PRENSA Y ESTADO****64**

Todo Estado realiza esfuerzos para manejar la imagen del país. Para eso se vale de las relaciones públicas, publicidad, prensa y propaganda. Están los especialistas. Se destacan los norteamericanos.

*Michael Kuncksik, Ramón Zorilla, Daniel Raffo, Alejandro Alfonso, Luis E. Proaño, Fausto Jarrín, Andrés León.*

**4 DIALOGOS SOBRE PERESTROIKA**

Heinrich Bischof (húngaro-alemán), <i>Juan Braun</i> .....	54
Vitali Vitaliev (ruso), <i>Adam Feinstein</i> .....	56
Eduardo Galeano (uruguayo), <i>Kintto Lucas y Rosa Rodríguez</i> .....	59
Juan Hernández (cubano), <i>Kintto Lucas y Rosa Rodríguez</i> .....	61

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

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

**Carta del editor**

**C**hasqui no podía ignorar los tremendos y acelerados cambios que se suceden en la Unión Soviética, Europa y el mundo como consecuencia de la perestroika y glásnost. La apertura ha tocado a todos los sectores pero, en particular, a los medios de comunicación. Los medios se privatizan. Se aprueban nuevas leyes de prensa. La crítica retoma su lugar. La censura se acaba. ¡Libertad y transparencia!

Pero Rusia y los países del Este abandonan el Nuevo Orden de la Información y de las Comunicaciones. Y disminuyen sus relaciones con el Tercer Mundo. Ojalá no entremos en la era Este contra Sur.

Los Estados y compañías especializadas en imagen, han desarrollado métodos sutiles para ganarse la opinión pública. Las Secretarías de Prensa son, a veces, simples aparatos de propaganda, relaciones públicas y publicidad. Las tecnologías de comunicación, facilitan el trabajo de los modernos Machiavelos. ¡Cuidado con los príncipes... y el Estado!

La tapa de CHASQUI, Mijail Gorbachov, un gran comunicador; porque supo escuchar e interpretar a su pueblo y a los pueblos del mundo. Pedían democracia, pluripartidismo, privatización, mejor estilo de vida, una prensa libre y crítica. Y Gorbachov les dio perestroika y glásnost. Tuvo coraje. El mundo es otro.

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:** Luigi Stornaiolo y Jaime 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); Diego Echeverría (Chile). 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 584. Quito-Ecuador. Teléfono: 544-624. Telex: 22474 CIESPL ED. FAX: (593-2)502-487

Alejandro Alfonso

# Plan de desarrollo y comunicación

**Un Plan Nacional de Desarrollo debe contar con un componente de comunicación. Así lo entendió el Gobierno del Ecuador. Este artículo recoge una de las iniciativas más interesantes de la región, aprobada por Decreto Presidencial, para integrar el desarrollo con la comunicación a través de diez proyectos de acción concreta. Un buen comienzo.**

**C**omo una de las consecuencias del debate en la década de los setenta sobre las políticas de comunicación y la necesidad de su aplicación como coadyuvante eficaz al desarrollo integral de las naciones del Tercer Mundo, muchos países de América Latina intentaron formular planes específicos en el área comunicacional. Los estados que más lejos llegaron en esa tarea fueron Perú (1973/75) y Venezuela. Este último incluso llegó a incorporar de manera consecutiva en su Plan Nacional de Desarrollo<sup>1</sup> (períodos de gobierno 1974/1983), programas de comunicación e información.<sup>2</sup>

Otros países de la región como México<sup>3</sup>, Costa Rica y Brasil<sup>4</sup> han hecho también aportes importantes —independientemente del grado de aplicación y realización que los programas hayan obtenido— en aspectos concernientes a la metodología de elaboración, manejo jurídico y apertura de la discusión pluralista, de los Programas y Propuestas sobre políticas de comunicación. Especial mención hay que hacer al proceso que se viene cumpliendo en Colombia básicamente desde 1989.<sup>5</sup>

En Ecuador, por iniciativa del actual gobierno del presidente Borja, se tomó la decisión de incorporar al Plan Nacional de Desarrollo Económico y Social (1989-1992) un Programa específico enfocado a enfrentar y dar solu-

ciones a los problemas y necesidades que en el área de la Información y Comunicación Social padece la sociedad ecuatoriana. Este Programa, en líneas generales, se caracteriza por: a) reconocer a la comunicación como un sector y actividad importante de la sociedad; b) vincular tal actividad al desarrollo nacional integral; c) advertir la desvinculación del actual sistema de comunicación social con las exigencias y necesidades de la población ecuatoriana; d) proponer la formulación y ejecución de una **política de comunicación "en función de los requerimientos del desarrollo nacional"**; e) reivindicar el papel primordial del Estado democrático en la elaboración de tal política sectorial; y f) darle a la comunicación un tratamiento global y multisectorial al no limitarla y conceptualizarla como una actividad solo definida y justificada dentro del reducido ámbito de los medios masivos de información.

## EL PLAN NACIONAL DE DESARROLLO

El Plan Nacional de Desarrollo Económico y Social es un mandato establecido en el artículo 98 de la Constitución Política del Estado Ecuatoriano. En efecto, allí se señala que corresponde al Consejo Nacional de Desarrollo (CONADE) fijar "las políticas generales, económicas y sociales del Estado" y elaborar "los correspondientes planes de desarrollo que son aprobados por el Presidente de la República, para su ejecución".

Los lineamientos estratégicos y los proyectos de acción del Plan fueron elaborados en armonía con los conteni-

dos del Programa de Gobierno del partido Izquierda Democrática, triunfador de las elecciones de 1988 y con el mensaje del Presidente Borja al asumir el poder en agosto de ese año.

El Plan se presenta en resumen, bajo el siguiente esquema:

— **Apreciación de la realidad económico-social del país**, en la que se analizan los problemas estructurales y coyunturales. Se hace también una expresa alusión al agotamiento del modelo de desarrollo vigente.

— **Planteamiento de los escenarios previsibles acerca del comportamiento futuro de la economía y de la política ecuatoriana.**



Alejandro Alfonso, venezolano. Comunicador, Catedrático Universitario y Consultor Internacional.

— Análisis de los principales problemas nacionales, cuya superación se busca con la aplicación del Plan.

— Programa de inversiones para 1989.

— Programa de proyectos integrados de desarrollo para enfrentar la pobreza crítica de ciertos sectores de la población.

Por otra parte, se denuncia en el plan un conjunto de **problemas** a analizar y solucionar. Estos se dividieron en dos categorías: Los **grandes problemas nacionales** y los denominados **problemas críticos**. Los primeros, acorde con el CONADE, "influyen en todo el espacio nacional y en ellos están involucrados todos los actores de la sociedad ecuatoriana. Por lo tanto, su amplitud abarca las dimensiones de la economía, política, cultura, organización social y de la comunicación.

En cuanto a los **problemas críticos**, se identifican como tales: Contener el proceso inflacionario, deuda externa, crisis fiscal, pérdida del dinamismo de la economía nacional y pago de la deuda social.<sup>6</sup> Es en este último rubro donde el Plan requerirá del mayor número de programas de comunicación como soporte y apoyo.<sup>7</sup>

Cada uno de estos problemas y las soluciones propuestas están presentados dentro del Plan, de acuerdo al esquema siguiente:

— Análisis de la situación y problemas

críticos del sector.

— Objetivo general y lineamientos estratégicos.

— Principales proyectos de acción a ejecutar.

— Principales proyectos de acción a concertar.

— Plan de inversiones y presupuesto.

#### LAS POLITICAS DE COMUNICACION: RECORDANDO HECHOS

Se debe a la UNESCO, de manera innegable, la sistematización en la discusión sobre el tema de políticas de comunicación. Ya desde inicios de los años sesenta se advierte la preocupación del organismo internacional por comprometerse con el tema al abordar los asuntos concernientes a la educación para el desarrollo.<sup>8</sup> En 1969, la UNESCO auspicia una "tabla redonda" sobre cultura y "mass media". En 1970, la XVI Reunión de la Conferencia General de la institución, autorizó al Director General a "ayudar a los Estados Miembros a formular sus políticas relativas a los grandes medios de información". Le siguen el encuentro de expertos sobre "Políticas y Planeamiento de la Comunicación" (París, julio de 1972) y la reunión sobre "Planificación y las Políticas de Comunicación en América Latina" (Bogotá, julio de 1974). Esta última culmina con un documento que servirá de base a la convocatoria de la reunión de Ministros de la región

en 1976. En él se concluye en la necesidad de una política de comunicación nacional y de planificación de la comunicación para el desarrollo. Asimismo "si bien se exigía la participación de todos los sectores sociales —incluyendo a los representantes del sector privado de la difusión masiva— se asignaba la responsabilidad de la formulación y ejecución de una política de comunicación, con carácter exclusivo, al Estado".<sup>9</sup>

**L**ega finalmente la **Conferencia Intergubernamental sobre Políticas de Comunicación en América Latina y el Caribe**, celebrada en San José, Costa Rica, de 1976. En uno de los documentos de trabajo elaborados por la Secretaría de la UNESCO se definía a la política nacional de comunicación como "un conjunto deliberado de principios y normas que deben regir el funcionamiento y la utilización de los grandes medios de comunicación y de información al servicio de los objetivos democráticamente elegidos por las comunidades nacionales y según criterios propios de cada país".<sup>10</sup>

Dentro de este marco de referencia, los estados miembros presentes en esta reunión, se recomendaron a sí mismos, entre otras, tomar las siguientes acciones:<sup>11</sup>

— Que los gobiernos formulen —con participación de todos los sectores interesados— sus propias políticas nacionales de comunicación e información o actualicen las vigentes, para garantizar el básico derecho humano de la libertad de expresión, el libre flujo de comunicaciones y la responsabilidad jurídica y social de los comunicadores.

— Reconocer que tanto la formulación de las políticas como la elaboración de los planes en materia de comunicación, debe realizarse a través de mecanismos integrados ubicados al más alto nivel político y administrativo del sector público.

— Reconocer que en la planificación del sector de la comunicación social se debe tomar en cuenta lo siguiente:

La responsabilidad y el derecho que tienen los países de fortalecer y desarrollar medios de comunicación social propiedad del Estado a fin de asegurar la eficacia de los planes en la materia;



Un programa nacional de comunicación exige tecnología sofisticada

La necesidad de los estados de establecer en el sector de la comunicación social una inversión acorde con las prioridades y responsabilidades del sector dentro de la planificación global del desarrollo.

### LA COMUNICACION PARA EL DESARROLLO

La comunicación para el desarrollo, como ha sido afirmado por muchos autores, procura compartir conocimientos y alcanzar consenso para la acción que tome en cuenta los intereses, necesidades y capacidades de todas las personas involucradas, constituyendo así un proceso social<sup>12</sup>. Profundizando más en la idea, la comunicación para el desarrollo deviene en "un proceso social diseñado para buscar el entendimiento común o consenso entre todos los participantes de una iniciativa de desarrollo, creando así una base para la acción concertada"<sup>13</sup>.

Como bien lo ha señalado Luis Ramiro Beltrán<sup>14</sup> la percepción de que la comunicación es instrumento de primer orden para el desarrollo, se originó en el ambiente académico de Estados Unidos al promediar la década de los años cincuenta. Brillantes estudiosos del MIT y de Stanford desarrollaron las bases de esa teoría tras observaciones sistemáticas en varios países del mundo. El credo cobró seguidores en sociedades del "Tercer Mundo" por la influencia de AID, entre otras instituciones.

**P**ero el modelo no funcionó y al cabo del tiempo se derrumbó. Lo primero que se obtuvo fue la certeza de que los medios de comunicación social no llegan en nuestros países a las masas. Por el contrario, están confinados a las minorías urbanas de índices relativamente altos de educación, ingresos y posición social. Inspirados por consideraciones comerciales, tienen por público casi exclusivamente a quienes están en el mercado o sea, la comunicación masiva moderna viene a ser un privilegio de los menos.

Ni la empresa privada, ni los organismos públicos llenan los roles de la comunicación en favor del desarrollo que deberían cumplir según la visión optimista de Lerner, Schramm y Pool. Además, sus contenidos no suelen ser, afirman muchos investigadores, los más deseables para el desarrollo.<sup>15</sup>

### CONTENIDO DEL PROGRAMA DE COMUNICACION EN EL PLAN NACIONAL DE DESARROLLO DEL ECUADOR

**El Análisis de situación.** El programa se inicia con un Análisis que advierte "la falta de una política de información y comunicación social en función de los requerimientos del desarrollo nacional". En efecto, para el Plan Nacional "resulta socialmente perjudicial que el Ecuador no cuente con una política explícita de comunicación e información que proporcione principios y directrices que orienten el desarrollo del sistema de comunicación en general y, particularmente, los vinculados con el sector estatal". En este punto el documento diferencia dos modalidades de uso de tal sistema de información:



#### Comunicación, privilegio de los menos

a) Como recurso básico que necesita ser desarrollado, al igual que cualquier otro, en tanto es posible conservarlos, planificarlos y distribuirlos con arreglo a los objetivos de la planificación global del Ecuador; y

b) Como instrumento a través del cual se viabiliza la consecución de los objetivos nacionales del desarrollo de la sociedad, dado que la comunicación contribuye directamente en el proceso de toma de conciencia sobre los problemas nacionales y la responsabilidad que frente a ellos deben asumir los diferentes grupos sociales.

En un segundo aspecto del Análisis, se hace una valoración de la comunicación por el papel que ella juega dentro de toda sociedad. Se la conceptualiza en un sentido utilitario y no auto-consumatorio. De allí que se señale por ejemplo que "del volumen y calidad de la información que un país maneje, depende el grado de conciencia que tiene sobre su realidad y los objetivos hacia los que avanza".

**E**l documento indica que en Ecuador "no todos los ciudadanos y conglomerados sociales se encuentran en la misma situación frente a la producción, acceso y manejo de la información necesaria para construir una sociedad que crezca económicamente y que al mismo tiempo busque grados mayores de equidad y de bienestar material y espiritual".

Para complementar esta visión en el Análisis se hace una descripción de la situación en la cual se encuentra la comunicación social en el país. Los aspectos más críticos de tal diagnóstico incluido en el Plan Nacional, se resumen a continuación:

— Alta concentración geográfica de los medios masivos, principalmente localizados en las ciudades de Quito y Guayaquil.

— Existen decenas de miles de ecuatorianos, que ya por sus bajos salarios como por sus mínimos grados de instrucción, incluidos los analfabetos, desarrollan sus vidas y actividades sin incorporar entre sus referentes la información que se emite en los medios impresos.

— Falta de sintonía del mensaje escrito de los diarios y revistas con las necesidades reales del país.<sup>16</sup>

— Los altos costos de los libros hacen a éstos inalcanzables para la población.

— La radiodifusión ecuatoriana se caracteriza por el elevado número de emisoras,<sup>17</sup> por la reducida potencia de transmisión y por la repetitiva y poco creativa programación. Solo contadas radiodifusoras rompen esta característica por su alcance y variedad.

La totalidad de las emisoras están en manos privadas, con la sola excepción de Radio Nacional que alcanza apenas el 40 por ciento y cubre el 30 por ciento del territorio nacional. Existe, por otra parte, un reducido número de radioemisoras cuyos concesionarios son instituciones sociales o cultu-

rales sin fines de lucro. La programación de las radiodifusoras no favorece la constitución de una demanda suficiente para alentar la producción nacional de programas radiofónicos, que coadyuven al desarrollo.

— La televisión nacional, que aún no cumple 30 años y que se ha desarrollado tecnológicamente en la última década, es de propiedad privada. Para 1988 sumaban 11 sistemas televisivos y cerca de 130 repetidoras. Su cobertura es principalmente urbana y su programación es mayoritariamente de procedencia extranjera (70 por ciento o más). Ello convierte a la televisión en un medio eficaz de penetración cultural, en cuyos mensajes predominan la violencia, el consumismo y en general formas de vida ajenas a nuestra idiosincrasia; se postulan valores que no privilegian el desarrollo de una cultura solidaria, ni la revalorización de las diversas manifestaciones culturales del país.

El problema de la televisión se agrava por la escasa producción nacional y exigua difusión de programas que fomenten el conocimiento y aprecio a las manifestaciones de la cultura nacional, tanto al interior como al exterior del país.

— A pesar de que se encuentra en las etapas iniciales de desarrollo, la producción videográfica y cinematográfica ha tenido avances importantes y ha coadyuvado positivamente en el conocimiento de la diversidad cultural e histórica del país.

**P**roblemas críticos del sector. Del Análisis que se realiza dentro del Plan Nacional sobre el sector comunicación en general, se señalaron los siguientes Problemas y cuya exposición constituye la segunda parte del Programa:

— Las unidades técnico administrativas del Estado vinculadas a las tareas de la comunicación "priorizan más su función de 'oficinas de prensa' antes que las de centros de información y comunicación".

— Falta de reglamentación de la Ley que propicie la participación de los medios masivos de comunicación social en la producción y difusión de programas orientados a promover los objetivos nacionales de identidad cultural y desarrollo nacional.

— Inexistencia de un sistema de in-

formación y comunicación estatal para la planificación y ejecución de los programas de desarrollo nacional, así como para la toma de decisiones.

— Escasa producción y difusión de programas de comunicación e información con contenidos que contribuyan al cumplimiento de los objetivos del desarrollo.

— Escasa capacidad del país para generar y difundir flujos de información y alto nivel de dependencia del sistema internacional de información.

— Bajo grado de accesibilidad y participación de la población en los medios de comunicación social.

— Insuficiente investigación relacionada con el proceso de información, de comunicación social y de sus efectos.

— Desconocimiento y desvalorización de las formas tradicionales de comunicación e información provenientes

de los pueblos indígenas y de los sectores populares.

— El desarrollo de técnicas de medios alternativos de comunicación, constituyen un esfuerzo a cargo, principalmente, de organizaciones de base de la población que requieren espacios favorables que permitan la presencia de estos sectores en la generación y uso de la información.

— El recurso humano involucrado en la administración y operación de los medios masivos de información y comunicación social carecen de la calificación o especialización adecuada. Esta situación se evidencia en mayor medida en el campo de la radiodifusión.

— El flujo informativo nacional continúa privilegiando como fuentes, a las agencias de países desarrollados y subutiliza redes alternativas desarrolladas en el Tercer Mundo.

## Televisión municipal

**L**a Alcaldesa de la ciudad de San Pablo, Brasil, Luiza Erundina, está dispuesta a invertir más de 15 millones de dólares para iniciar las transmisiones del primer canal de televisión propiedad de un municipio en ese país.

Aparte del gobierno federal que administra la Red Brasil de Televisión Educativas, solo el Estado de San Pablo, que controla TV Cultura, posee canales propios de televisión. Desde la dictadura militar que gobernó el país de 1964 a 1985, prevaleció el principio de que una gestión de este tipo debe estar en manos privadas.

Pero la Alcaldesa está dispuesta a echar por tierra esos conceptos y argumenta que el nuevo canal "es una buena oportunidad para hacer una televisión inclinada hacia los sectores de menor poder adquisitivo".

Luiza Erundina es miembro del Partido de los Trabajadores (P.T.) y sus posiciones de izquierda le impidieron disfrutar, hasta ahora, de las simpatías de las cuatro grandes redes de televisión brasileñas: Globo, Manchete, SBT y Bandeirantes.

Como era de prever, su proyecto generó una gran polémica en todo el país. El dinero municipal se debe gastar en obras públicas y no en instrumentos de promoción de la Alcaldesa, argumentan sus adversarios políticos.

Cálculos iniciales indican que aparte de los 15 millones de dólares necesarios para inmueble y equipos del nuevo canal, se requerirán otros 400 mil dólares mensuales para mantener sus emisiones.

Los colaboradores del P.T., en su mayoría formados y ligados hasta ahora a las grandes redes televisivas brasileñas, trabajaron para el partido sin cobrar honorarios. Esa simpatía de los técnicos de televisión por el P.T., tal vez sea la razón por la que productores como Daniel Filho, Director de Programación de la Red Globo, hizo comentarios elogiosos sobre el proyecto de la Alcaldesa.

En cambio, Roberto Marinho, quien controla el mayor complejo de comunicación del país, el Sistema Globo de radios, periódicos, revistas y televisión, mandó escribir en su diario O'Globo ácidos comentarios contra la idea de la Alcaldesa Erundina, apoyado en la tesis de que la autoridad pública no debe gastar dinero en aquellos proyectos en que la empresa privada es competente para realizarlos.

— Alta dependencia de los medios de información y de comunicación de la tecnología, programación televisiva, películas, música e insumos producidos en el exterior.

**O**bjetivo general y lineamientos estratégicos. El gran objetivo general del Plan Nacional es establecer una política de Información y Comunicación que coadyuve al desarrollo nacional. Para el logro de tal objetivo "propenderán los distintos proyectos de acción, que se sujetarán a los siguientes lineamientos estratégicos":

— Respeto y promoción de la libre expresión del pensamiento, como derecho a la información y al acceso sin condicionamiento a los sistemas de comunicación que el ciudadano juzgue convenientes.

— Valoración de la comunicación e información como factor social para la promoción del desarrollo y mejoramiento de la calidad de vida del pueblo ecuatoriano.

— Valoración de la comunicación e información como factor de interacción social y cultural y de promoción de los valores de nuestra sociedad, nacionalidad y soberanía.

— Valoración de la comunicación e información como elementos fundamentales para lograr la mayor participación de la población en la búsqueda de la superación hacia el logro de la

justicia social, el desarrollo y su realización plena.

— Consideración de la comunicación e información como vehículo altamente efectivo para la integración de nuestros pueblos latinoamericanos y, por lo tanto, su uso debe ser en función de una mayor cooperación, entendimiento y para la paz.

— Fortalecer mecanismos que favorezcan un mejor conocimiento del país en la comunidad internacional.

**Proyectos de Acción.** En concreto, se han elaborado los siguientes proyectos:

— Centro de Computación para dar apoyo administrativo a las Empresas del Estado.

— Sistema Informático Electoral.

— Centro Nacional de Referencia de Información Científica y Tecnológica.

— Programa Nacional de Catastro y Titulación Rural.

— Estructuración y Equipamiento de la Radio Nacional.

— Sistema Nacional de Comunicación para el Desarrollo (SINACOD).

— Creación de una Unidad de Videografía para la Secretaría Nacional de Comunicación (SENAC).

— Creación de un Centro de Comunicación Educativa y Cultural (CECOMEC).

— Estructuración del Sistema Nacional de Difusión y Recuperación de la Identidad Cultural Ecuatoriana.

— Creación y organización de Centros Nacionales de Información.<sup>18</sup>

Además, se señalan como programas la activa participación del Estado Ecuatoriano en proyectos de carácter subregional y regional, vinculados a actividades de las telecomunicaciones, producción para la televisión, formación e investigación.

El total de la inversión económica para la realización de los programas del plan sectorial de comunicación, fue estimada por el CONADE en aproximadamente 1 millón 700 mil dólares.

## REFLEXION FINAL

La comunicación para el desarrollo en América Latina, luego de un profundo proceso de revisión y ante el fracaso del "difusionismo", siguió teniendo un tratamiento de "pieza clave" para el desarrollo, pero con un sentido de mayor participación y más democrático del actor pueblo. Se incorporaron conceptos de gran elaboración teórica y de allí surgen la comunicación alternativa, las políticas nacionales de comunicación, la incorporación de la información, la informática y las telecomunicaciones dentro de tal política, la consideración de la comunicación e información a los planes nacionales de desarrollo y los acuerdos intergubernamentales e interinstitucionales, para trabajar la información en beneficio de la integración regionales y subregionales, como parte de los postulados para un Nuevo Orden Mundial de la Comunicación.<sup>19</sup>

Sin embargo, fuerzas nacionales y transnacionales surgieron en medio del nuevo proceso. Estas se opusieron y conspiraron contra las iniciativas y políticas de los estados de la región<sup>20</sup> para promover y hacer un mayor y mejor uso de la comunicación, romper la dependencia cultural y de la tecnología de la información, impuesta por los países industrializados.

**H**ay que reconocer que estos movimientos de reacción han tenido éxito, al menos parcial y de allí que se advierte en algunos gobiernos latinoamericanos una desestimación por los asuntos de la comunicación y éstos virtualmente han sido sacados de la agenda de muchos organismos multilaterales. En efecto, el tema es ahora minimizado y también perseguido. Los factores de poder que le ejercen oposición lo hacen mediante presiones políticas, usan-



Los medios de comunicación no deben ignorar a los indígenas

do la deuda externa y los condicionamientos que los acreedores establecen y facilitando —y es este el punto clave— la arremetida de las transnacionales del sector servicios para imponer la **globalización** en la expansión, dominio y buen trato comercial (fuera barreras y reservas) de la información, la telecomunicación y, en general, los productos de la industria cultural,<sup>21</sup> en los mercados receptores subdesarrollados.

El que surja en medio de tal ambiente la propuesta ecuatoriana, es lo que le da mayor valor y significación a la iniciativa que hemos comentado. Es sin duda una conducta de coraje, consecuencia ideológica y autenticidad política que habla muy bien de sus protagonistas. ■



El campesino debe ser protagonista central en un plan de comunicación

#### REFERENCIAS

1. En Venezuela, el Plan no es ley de la República y por tanto no requiere de la sanción del Congreso. Es de "obligatorio cumplimiento para el sector público" y solo indicativo para el sector privado.
2. En Venezuela, durante el período 1979/1983 se formuló y aplicó el denominado VI Plan de la Nación. Allí se contempló el primer Plan Nacional Sectorial de Comunicación y Cultura.
3. Durante el gobierno del presidente José López Portillo, se diseñó un Plan presentado como "Bases Estratégicas para la Construcción de un Sistema Nacional de Comunicación" muy amplio y ciertamente bien elaborado, pero que por razones de política interna, fue súbitamente abortado antes de ser dado a conocer.
4. Brasil desarrolló toda una política para: a) la expansión de sus telecomunicaciones, b) incentivos de las investigaciones en telecomunicaciones, c) la protección de su actividad cinematográfica, d) la prohibición de la propiedad directa extranjera de periódicos y empresas de radio y televisión, y e) la reserva de mercado en el sector de la informática, para garantizar la expansión de la industria nacional de las micro-computadoras.
5. Colombia inició a finales de 1989 un proceso para la definición y ejecución de políticas de comunicación.
6. Para los redactores del Plan, "el pago de la deuda social es el compromiso que asume la sociedad organizada, en particular, los grupos menos afectados por la crisis para intentar responder a un proceso histórico de acumulación de injusticias sociales, económicas y políticas. (...) Ello ha determinado que en la actualidad más del 50 por ciento de la población viva en condiciones de extrema pobreza y una parte importante de ella sobreviva entre la indigencia y la miseria".
7. Capacitación Popular, capacitación campesina, programas habitacionales mediante autoconstrucción (educación, capacitación y motivación), alfabetización (dentro de la campaña Monseñor Leonidas Proaño) y post-alfabetización, mejoramiento de la calidad de la educación básica, proyectos para disminuir la mortalidad, desnutrición, anemias y bocio endémico en los niños, salud familiar integral, salud rural.
8. En el proyecto de presupuesto de la UNESCO (1973/1974), el Director General René Maheu, apuntaba: "La principal idea nueva que caracteriza el programa de la información es la de una política nacional de comunicación (...).
9. Análisis de Oswaldo Capriles: Elementos para el Análisis Crítico del Nuevo Orden Internacional de la Información o de la Comunicación, UCV. Caracas, junio de 1979. pág. 223.
10. UNESCO. Doc. COM-76/LACCOM/3, p. 7 1976. Posteriormente, la UNESCO adopta la definición propuesta en 1974 por Luis Ramiro Beltrán y ampliamente difundida: "Las políticas de comunicación son series de principios y normas establecidas para orientar el funcionamiento de los sistemas de comunicación. Se configuran a través del tiempo en función del enfoque general que la sociedad adopta frente a la comunicación y sus medios. Dimanan de las ideologías políticas de las condiciones sociales y económicas del país y de los valores en que éstas se basan y procuran armonizar estos factores con las necesidades reales y las posibilidades futuras de la comunicación".
11. Resumen de algunos puntos de las Recomendaciones números 6 y 7. COM/MD/38, octubre 1976.
12. En este sentido la comunicación para el desarrollo integral es definida como: **Aquella por la cual el gobierno se relaciona con el pueblo para llevar a cabo en su favor y con su concurso programas de mejoramiento de la vida de la comunidad o sea, el proceso de intercambio de mensajes orales, visuales y escritos para difundir conocimientos, propiciar actitudes y forjar comportamientos propicios al avance del país en campos como los de la educación, la cultura, la salud, la agricultura, la protección a la infancia y el bienestar en general.** (FAO. Informe para el Desarrollo. Consultas de Expertos. Roma. 1986. p. 1).
13. FAO. Informe para el Desarrollo. Consultas de Expertos. Roma. Op. Cit. p. 2.
14. Luis Ramiro Beltrán en **Comunicación y Desarrollo**. Editado por IPAL. 1987. p. 275/276. (Intervención en el Seminario promovido por la UNESCO, la JUNAC y el IPAL. Lima, Perú. Mayo de 1986).
15. L. R. Beltrán en **Comunicación y Desarrollo**. Op. Cit. p. 276.
16. El Plan hace una referencia a la forma en que la crisis económica del país ha ocasionado el encarecimiento de los insumos importados que utilizan los periódicos.
17. El Plan registra 400 emisoras de radio para 1988. Sin duda una de las cifras más elevadas en América Latina, teniendo en cuenta las dimensiones geográficas y demográficas del Ecuador.
18. Este programa contempla normalizar el procesamiento de la información en las instituciones públicas y privadas del país.
19. Es dentro de este marco que surgen tres grandes programas en América Latina y el Caribe: Acción de Sistemas Informativos Nacionales —ASIN— (1979); la Agencia Latinoamericana de Servicios Especiales de Información —ALASEI— (1983) y la Unión Latinoamericana y Caribeña de Radiodifusión —ULCRA— (1985).
20. Particularmente virulenta y fuerte fue la reacción de los grupos económicos y controladores del circuito de la comunicación en Venezuela, contra el Plan Sectorial de Comunicación inserto en el VI Plan de la Nación.
21. Todas estas actividades se encuentran formando parte del denominado "sector servicios" o "sector terciario" y es en él donde las grandes transnacionales se están empleando a fondo. La producción y comercio de servicios está siendo controlada, cada vez más a través de la aparición de conglomerados transnacionales de servicios.