

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.

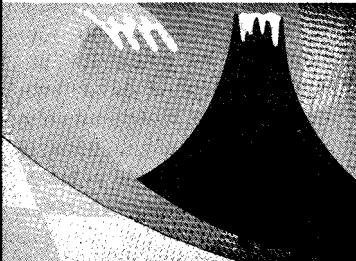
Eric Calcagno, UNICEF, Fernando Reyes Matta, Fausto Jaramillo, Gino Lofredo

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.

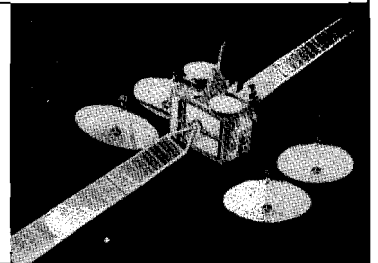
Doug Newson, CHASQUI, Pablo Portales

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.



América Latina necesita más tecnología satelital propia

Foto: Developing World Communications

Los satélites en la comunicación

Estamos en la era de los satélites. Esta nueva industria millonaria, empujada por razones políticas y comerciales por un pequeño grupo de gobiernos y grandes consorcios transnacionales como la Westinghouse, Nagashota y RCA, tiene su lado bueno y malo. El bueno, es que la profecía intelectual de Marshall McLuhan, el "global village", es una realidad. Lo malo, es que aumenta la brecha entre el Norte y el Sur. Es más, los que tienen el control del espacio y de las telecomunicaciones dominan al resto. En el campo de los satélites, los países del Tercer Mundo tienen todas las de perder. No tienen la tecnología ni los capitales. Y además, ningún país latinoamericano tiene un satélite propio. CHASQUI presenta aquí sendos artículos de los especialistas Daniel Cohen, Leonardo Ferreira, Bella Mody y John Mayo. También se incluyen notas puntuales de Max Tello Charún, Carlos Bianchi y José Movsichoff.



Las políticas comunicacionales son fundamentales para el desarrollo social

Daniel Cohen

Políticas de comunicación

En diversos momentos de la reciente historia latinoamericana, mucho se ha hablado respecto de las políticas comunicacionales implementadas en el continente.

¿Qué elementos componen una política nacional de comunicaciones?

La Política Nacional de Comunicaciones puede definirse como el "Conjunto de normas, principios y prácticas sociales relacionadas con la administración, organización y funcionamiento de los recursos humanos y técnicos para orientar el sistema comunicacional de un país".

De modo que la política contempla no sólo las normas jurídicas, sino también los principios del sistema y las prácticas sociales. Es necesario insistir en las dos últimas vertientes por cuanto condicionan a la primera y sirven de sustento para la coherencia de cualquier plan. En la historia reciente de la región se ha sostenido una política en materia de comunicaciones que se sustentaba

casi exclusivamente en normas legales, con el agravante de que muchas de ellas cercenaban las prácticas sociales y contradecían los principios del sistema.

Estas contradicciones actúan como factores contaminantes de cualquier sistema e impiden su desarrollo. Así ha quedado demostrado en la mayoría de los países de América Latina.

RECETAS MAGICAS

Las políticas comunicacionales, globalmente entendidas, están en camino de convertirse en la brújula indicadora del desarrollo social, cultural y educativo de los pueblos. Ante semejante responsabilidad, no caben improvisaciones, recetas mágicas ni importación de experiencias aplicadas con éxito en otros contextos sociales.

La formulación objetiva de una Política Nacional de Comunicaciones debe sustentarse racionalmente en:

- Exposiciones descriptivas de las normas y principios pasados y presentes.
- Investigaciones teóricas sobre los efectos de las mismas.
- Descripciones sistemáticas de las medidas posibles.
- Investigación teórica de los efectos probables de las medidas posibles.
- Análisis de los fines políticos, los medios económicos, los deseos sociales

y las opiniones personales e institucionales.

Si nos ceñimos a un criterio metodológico riguroso, como el citado, es utópico analizar en estas circunstancias una Política Nacional de Comunicaciones en la mayoría de los países latinoamericanos. Solo se pueden criticar algunos aspectos del sistema, señalar vicios y proponer medidas de cambios; pero todo ello se basaría en antecedentes y estudios no sistematizados, en pre-conceptos que se han convertido en una especie de mitología entre quienes conducen los medios o trabajan en ellos y en datos incompletos del sistema.

Pocas naciones en el mundo pueden afirmar que han logrado instituir una verdadera política nacional de comunicaciones, sin embargo casi todas han obtenido un desarrollo importante del sistema a partir de una planificación de los recursos humanos y técnicos.

En la República Argentina sólo hubo políticas sectoriales en materia de comunicación, impuestas por normas jurídicas o técnicas que orientan el desarrollo de áreas o medios determinados. Tradicionalmente, estas políticas sectoriales se han referido a aspectos predominantemente tecnológicos y dentro de

Jorge Daniel Cohen, argentino. Graduado en Ciencias de la Información. Es profesor titular de la cátedra Periodismo III de la Universidad Nacional de Córdoba. (Artículo tomado de "Revista ARGENTINA ante el mundo")

estos, el campo más favorecido fue el de las telecomunicaciones. La ineludible organización internacional de las comunicaciones radioeléctricas explica este predominio.

El accionar de la Unión Internacional de Telecomunicaciones, organismo técnico supranacional que establece políticas, planifica y asesora a los países miembros, condujo a la formulación de políticas sectoriales, a la planificación en la distribución de frecuencias, a la compatibilización de tecnologías y a la fijación de objetivos de desarrollo.

Idénticas necesidades abrieron el camino de la regulación legal y el control de los medios electrónicos de comunicación social, específicamente la radio-difusión y la televisión.

COMUNICACION Y SOCIEDAD

Sin embargo no es este el ámbito al que debe circunscribirse una política comunicacional. Recién en los últimos años, para ser más exactos, en la década de los setenta, comienza a advertirse la importancia de las comunicaciones y su compleja interacción funcional en las sociedades.

El repentino reconocimiento, el despertar del fenómeno comunicacional en las naciones desarrolladas y en los países del tercer mundo, eclosiona por su componente material, por su contenido económico. En la ola de las denominadas "nuevas tecnologías" de la comunicación reflota el viejo problema universal de los desequilibrios: el desequilibrio económico, el desequilibrio tecnológico, el desequilibrio informativo. Comienza la batalla del "nuevo orden".

Los países desarrollados descubren que aquel rubro con el nombre genérico de "comunicaciones", que en sus presupuestos aparecía perdido en el sector servicios, comienza a crecer bruscamente y a desplazar sectores tradicionales de la economía. **En los comienzos de la década de los años ochenta ya se constata que, en los países industrializados, el cincuenta por ciento del esfuerzo laboral de una nación está vinculado a las comunicaciones.**

La mitad del Producto Bruto Interno de esos países está dado por las actividades de telefonía, televisión, transmisión de datos, informática, radiodifusión, teletexto, videotexto, medios impresos, etc. Sólo la televisión, la telefonía y la transmisión de datos representan el veinte por ciento del Producto

Bruto Interno.

Los países del Tercer Mundo, entre tanto, se aferran a las banderas del Nuevo Orden. A través del Nuevo Orden Mundial de la Información y de la Comunicación (NOMIC), intentan combatir el desequilibrio informativo fomentando la cooperación internacional para el desarrollo y las agencias regionales y nacionales de noticias. Sin embargo, los incesantes avances tecnológicos agrandan el abismo y la dependencia. **El desequilibrio es cada vez mayor.**



La tecnología puede adaptarse

Este panorama del mundo actual complica el futuro inmediato de nuestro sistema comunicacional, que se caracteriza por el uso de tecnologías obsoletas, por su incapacidad económica para resistir un desarrollo equilibrado, por el control fuertemente centralizado de la información por los grupos económicos que pujan por monopolizar el sistema, etc.

El entramado económico-tecnológico que subyace en todo sistema, define la inconsistencia de un modelo comunicacional que se mide por sus variables financieras. Cuando en realidad es la función social del sistema la variable que debe orientar al mismo. Es decir su utilidad como vehículo de desarrollo de la sociedad en todas sus vertientes, sin despreciar las educativas y culturales.

No se concibe una política nacional de medios de comunicación que no contemple los principios y los objetivos de la política educativa y de la política cultural. Lo que estas pretendan construir puede resultar dañado o destruido por aquella, si no hay una lógica coherencia entre ellas.

¿Qué sentido tiene, por ejemplo, rescatar en el plano educativo las culturas folklóricas del país, si en las emisoras radiofónicas predominan los programas de difusión de música extranjera y en la televisión las series de violencia o prostitución del género humano, realizadas en contextos culturales muy diferentes al nuestro? En estos casos el mensaje pedagógico termina siendo desplazado por la acción de los medios electrónicos.

Todas las facetas sociales deben contemplarse en la planificación de una política comunicacional, reconociendo que los medios audiovisuales de comunicación conforman la estructura de un servicio público esencial, que tiene al hombre viviendo en sociedad como centro y destinatario de su acción.

LA COLUMNA VERTEBRAL

Los medios de comunicación social, columna vertebral de cualquier sistema, son vehículos esenciales para la participación pública y política de los ciudadanos, para la educación asistemática, para la cooperación con el sistema educativo formal, para la información y la formación de la opinión pública, para la difusión de la cultura. Y fundamentalmente, porque contribuyen para que las libertades, los derechos y la igualdad de los ciudadanos en el sistema democrático sean reales y efectivos.

En un sistema democrático la comunicación social encuentra el ambiente más adecuado para su promoción y desarrollo, porque en él se garantizan todos los derechos esenciales del Hombre, desde la libertad de expresión hasta el derecho a la intimidad. Lo cual exige una participación responsable de los conductores de los medios de comunicación y una adhesión ineludible al sistema, en virtud de las facilidades que poseen para contribuir a la integración social y cultural del país.

La información, en cuanto desempeña la función de integrar socialmente a los miembros de una comunidad, se convierte en un factor público. Los términos latinos "communicare" y "communicatio" subrayan la acción a través de la cual se pone algo en común. Y poner algo en común es traspasarlo a la esfera pública, publicarlo, difundirlo, ponerlo a disposición del público.

El sistema comunicacional es el sistema respiratorio de una sociedad, condiciona su acción, su existencia y su supervivencia. Por lo tanto, ni la sociedad, ni el Estado pueden ser indiferen-

tes acerca del modo en que la actividad se produce, los móviles que la impulsan, los medios que la hacen posible y los fines que se persiguen.

La función pública de informar, ya sea ejercida por medios públicos o privados, antepone a todo derecho individual una serie de obligaciones. Entre ellas:

- Difundir información veraz y objetiva,
- Identificar fuentes informativas.
- Distinguir informaciones de opiniones,
- Respetar los derechos personalísimos,
- Facilitar el mayor pluralismo posible de fuentes y contenidos,
- Respetar la pluralidad ideológica y cultural,
- No admitir discriminaciones políticas, sociales ni religiosas,
- Proteger a la infancia y a la juventud, etc.

Con las ideas expresadas se intenta demostrar que el establecimiento de una política nacional de comunicaciones o un plan —menos ambicioso— de reordenamiento del sistema comunicacional, representa una tarea harto compleja que requiere la voluntad política, la participación responsable de los agentes sociales y demanda un proceso de transformación prolongado.

A la luz de las fracasadas experiencias latinoamericanas es necesario aprender la lección. Una política nacional de comunicaciones no se improvisa, no surge de los buenos deseos de algunos intelectuales, tampoco de las recetas importadas ni mucho menos de las recomendaciones de foros internacionales.

POLITICAS Y SATELITES

Un aspecto de las políticas comunicacionales que adquiere dimensión y trascendencia en la presente década, es el relativo a las tecnologías de telecomunicaciones por satélite; campo en el que comparativamente se han producido los mayores avances técnico-científicos.

El éxito de la tecnología satelital en el campo de las comunicaciones ha superado la fase de experimentación tanto en los sistemas de lanzamiento y puesta en órbita del segmento espacial, como en la operación de las transmisiones.

Los países desarrollados y los del tercer mundo que han accedido a la tecnología espacial de telecomunicaciones, lograron una multiplicación geométrica de sus sistemas tradicionales de transmisión (microondas, coaxil, etc.) y desarrollaron nuevas formas de comunicación (telemedicina, teleconferencia, teleducación, etc.).

El incesante desarrollo técnico-científico torna obsoletas las tecnologías tradicionales y al mismo tiempo las legislaciones vigentes. Aún los países industrializados, en muchos casos, han debido legislar luego de introducida la innovación en la sociedad.

En 1983 la Unión Internacional de Telecomunicaciones, a través de la Conferencia Administrativa Regional de Radiocomunicaciones, aprobó el Plan de Radiodifusión por Satélite para los países de la denominada Región 2 (América) y distribuyó las posiciones orbitales. Desde entonces, sólo Canadá y Estados Unidos pusieron en marcha proyectos de radiodifusión directa por satélites; mientras que ningún país la-

tinoamericano tiene proyectado implementar un sistema de difusión directa.

Analizado desde una perspectiva técnica, el sistema de difusión directa responde al principio de "inversión de complejidad", es decir: satélite potente y de compleja tecnología para llegar a receptores de radio y TV sencillos y económicos. Lógicamente estos satélites son caros y por el momento de escasa utilidad para los países en desarrollo, que necesitan mejorar y ampliar sus sistemas básicos (telefonía, telex, transmisión de datos, etc.) antes de pensar en la difusión directa.

SATELITES LATINOS

En cambio, los países de América Latina (sobre todo los de gran extensión territorial) están ya expuestos a la necesidad de planificar su crecimiento comunicacional básico a partir de sistemas satelitales domésticos (multipropósito).

Brasil y México ya tienen su sistema en funcionamiento y el Grupo Andino acaba de tomar la decisión para desarrollar un sistema compartido, entre los países del Acuerdo de Cartagena.

Como parte integrante de una política comunicacional coherente, la planificación de estos sistemas debe obedecer al contexto en que se va a insertar, respondiendo a un perfil tecnológico y fundamentalmente a las necesidades sociales que surgen del compromiso ético de poner la tecnología al servicio del hombre. Una decisión de tal magnitud requiere un complejo estudio que debe apoyarse en la política comunicacional y en los objetivos educativos, culturales y de desarrollo de cada país. ■

Millón de empleos

Un millón de empleos podrían crearse en los medios de comunicación de Europa Occidental en los próximos tres años. El satélite de comunicación de Europa Occidental no podrá ser lanzado en 1988 debido a dificultades técnicas y, probablemente, no será hasta 1991 o 1992 que se ponga en órbita un nuevo satélite. Pero es imperativo comenzar la producción de programas europeos para este satélite de televisión, lo que significa que se necesitarán

autores, directores, actores, camarógrafos y personal técnico. Se crearán más de un millón de nuevos empleos.

Dieter Klein, Director del Gremio Europeo de la Organización para las Artes, Medios de Comunicación y Espectáculos (EGAKU), llamó la atención sobre esta oportunidad única y añadió que EGAKU ha propuesto la financiación de estos programas a los gobiernos de Europa Occidental. Anotó que en el proceso de concentración, la libre competencia y la variedad de opiniones se han vuelto una broma, ya que algunos magnates de periódicos están adquiriendo poder e influencia política gracias a su capital económico. En su opinión, una ley anti-cartel podría prevenir el surgimiento de monopolios en los medios de comunicación de Europa Occidental.