**COMUNICACION EN LA DECADA DEL 90****8**

Establecer la agenda de comunicación hasta el año 2000 no es tarea fácil. Pero es más difícil ejecutarla. ¡Valga el intento!

*Gino Lofredo, Paul Little, Juan Díaz Bordenave, Marco Encalada, Jack Laufer, Attilio Hartmann, Simón Espinosa.*

**RADIO POPULAR****46**

La radio puede ser llamada popular, participativa, libre, pirata, interactiva. Eso sí, este medio se identifica cada vez más con los sectores pobres-pobres.

*Robert White, Tomás Borge, Hernando Bernal, Pedro Sánchez, Eduardo Vizer, David Landesman.*



ENTREVISTA A: FRANCOIS NORDMANN UNESCO - PIDC Juan Braun .....	42
RADIO, MITOS Y LEYENDAS Francisco Ordóñez .....	68

NOTICIAS .....	2
NUEVAS TECNOLOGIAS .....	4
ACTIVIDADES DE CIESPAL .....	6
LIBROS .....	71

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

**Carta del editor**

**L**a década del 80 —la década perdida según muchos científicos sociales— se caracterizó por la dispersión de los comunicadores tercermundistas, la falta de nuevas teorías e investigaciones y la ausencia casi total de financiamiento substancial para los proyectos progresistas, los que producen cambios estructurales, dan resultados y ayudan a los pobres-pobres. Claro, hay un retorno a la Democracia pero dentro del marco de una feroz Deuda Externa. Y aparece el SIDA.

La década del 90 debe ser diferente ¡No más retro-

cesos! Los comunicadores tienen que ayudar atacando los temas centrales que destruyen nuestras culturas: Deuda externa, ecología, narco-droga; apuntalando las frágiles democracias, los derechos humanos; utilizando mucho mejor la comunicación popular y alternativa y las nuevas tecnologías. Hay que establecer una agenda de trabajo. Agruparse. ¡La unión hace la fuerza!

¡Feliz década!

Juan Braun

**DIRECTOR:** Asdrúbal de la Torre. **EDITOR:** Juan Braun. **ASISTENTE DE EDICION:** Wilman Sánchez. **COMPOSICION:** Martha Rodríguez. **DISEÑO:** Fernando Rivadeneira. **PORTADA:** Jaime Pozo. **IMPRESO:** Editorial QUIPUS. **COMITE EDITORIAL EJECUTIVO:** Jorge Mantilla Jarrín, Peter Schenkel, Edgar Jaramillo, Fausto Jaramillo, Gloria Dávila, Lucía Lemos, Jorge Merino. **CONSEJO ASESOR INTERNACIONAL:** Luis Beltrán (Bolivia); Gian Calvi (Brasil);

Reinhard Keune (Alemania Federal); Humberto López López (Colombia); Francisco Prieto (México); Máximo Simpson (Argentina); Diego Echeverría (Chile). Servicios Especiales de IPS. 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) 524-177.

Paul Little

# Medios, estrategias y cambios

Para ayudar a resolver los problemas de la deuda externa, droga y ecología los medios necesitan cambiar sus funciones y estrategias: Primero, deben tomar en cuenta los movimientos sociales; segundo, relatar los procesos; tercero expresar y precisar su función crítica social.

**C**risis ecológica, narcotráfico y deuda externa, son tres problemas que irrumpieron con fuerza en el mundo en la década de los ochenta y, hasta ahora, no se ha podido diseñar una estrategia coherente para solucionarlos.

La crisis ecológica mundial rompe con los tradicionales esquemas que dividen al planeta entre la derecha y la izquierda, capitalistas y socialistas y entre pobres y ricos. Solo la mención de tres desastres recientes —Three Mile Island, Chernobyl, Bhopal— demuestra que la crisis ecológica puede afectar con igual fuerza a los países del primero, segundo y tercer mundo. La desintegración de la capa del ozono tiene graves consecuencias para la atmósfera de la que todos los seres humanos dependen. Y la destrucción de la selva amazónica se ha convertido en un tema de importancia generalizada justamente porque este ecosistema es vital para la sobrevivencia del mundo.

El narcotráfico es un problema que gira alrededor de la cocaína y causa conflictos serios en el seno de los poderes políticos de Occidente y, en especial, de Estados Unidos. El tráfico de la cocaína genera enormes ganancias en dólares y ha adquirido un importante lugar en el funcionamiento de la economía capitalista mundial. El narcotráfico ha tejido una inmensa red económica que incluye banqueros, productores, procesadores, traficantes, vendedores y consumidores y al ser ilegal ha hecho que en esta red entren policías, jueces, aduaneros y políticos.

La deuda externa es un tema con amplias ramificaciones internacionales que guarda especial relevancia para América Latina. A nivel intelectual hay una evolución en el entendimiento de este tema. Ya se ha aceptado que la deuda externa, además de ser un problema económico, es también político y social. Pero a nivel práctico no se ven soluciones a corto plazo. Todo el mundo habla de la deuda externa sin saber (¿o no quieren saber?) qué hacer con ella. Mientras tanto, los países del Tercer Mundo en general y los latinoamericanos en particular siguen desangrándose económicamente.

Esos tres temas llevan consigo con-

secuencias sociales explosivas. La destrucción ambiental está causando daños irreversibles que a su vez pueden provocar un colapso de las bases económicas que sustentan a los países subdesarrollados. El narcotráfico ha iniciado una sangrienta guerra en Colombia que puede extenderse a otros países. La deuda externa acentuó las crisis sociales y fue causa directa del "caracazo" venezolano. A medida que estos problemas se van agudizando aumenta la posibilidad de grandes explosiones sociales en la región.

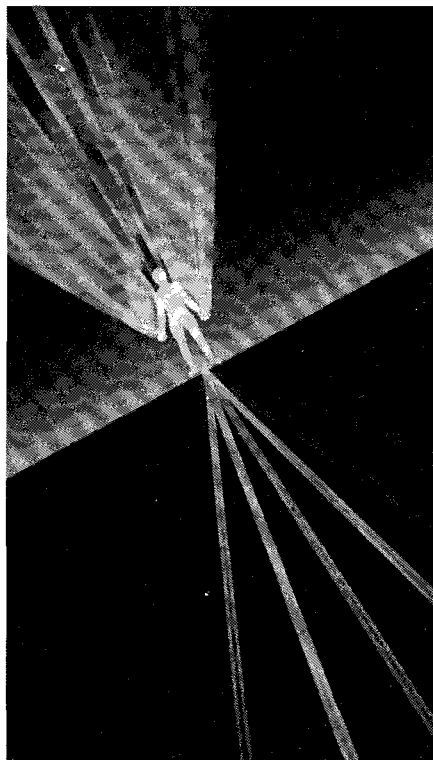
## OBJETIVIDAD Y NEUTRALIDAD

Los medios de comunicación se enfrentan con un gran desafío: Tratar adecuadamente esos temas importantes y peligrosos. Ya no pueden contentarse con informar pasivamente sobre los hechos cotidianos. Su función central en las sociedades modernas les proporciona un rol crucial en la búsqueda de soluciones a esos problemas.

Para cumplir con mejor eficacia y honestidad esa nueva tarea, los medios de comunicación tienen que deshacerse de dos viejas doctrinas ideológicas: **La primera es que son objetivos y la segunda es que son neutros.**

## OBJETIVIDAD

Tradicionalmente, los medios de comunicación han sido concebidos como un ojo objetivo ante el mundo que ve y graba la realidad como es. Hoy en día se sabe que ese concepto es demasiado simplista. Uno de los avances más importantes en las ciencias sociales de las últimas décadas radica en el reconocimiento de que no existe un solo punto de vista objetivo del mundo, sino que cada punto de vista es algo parcial y comprometido a la vez.



---

Paul Little, norteamericano. Antropólogo y educador. Actualmente reside en Ecuador y trabaja en áreas de desarrollo y periodismo.

R... a China's Exports



La agenda del futuro plantea cambios y nuevas estrategias en los medios

Cualquier medio de comunicación da espacio a discursos particulares y al hacerlo, no da espacio a otros. La selección de los discursos es un acto político e ideológico, y como tal está llena de valores. El simple hecho de dar espacios a un discurso convierte al medio de comunicación en un portavoz. Los medios presentan su visión del mundo a través de las voces que apoyan y así la voz del medio se funde con las voces de los discursos que presentan.

#### NEUTRALIDAD

También es necesario deshacerse de la noción que los medios de comunicación son política y económicamente neutros. Eso no es así. Los medios son participantes activos en las sociedades contemporáneas y promueven intereses específicos. Ya no es posible negar la existencia de esos intereses y la única actitud honesta que les queda es explicitarlos y cuestionarlos.

Dentro de este contexto, las funciones de los medios van mucho más allá del mero hecho de informar al público sobre la realidad. En el cumplimiento de su función informativa ayudan a formar la visión del mundo de su audiencia. Esta formación, a su vez, sirve como guía en la toma de las decisiones cotidianas.

#### NUEVAS FUNCIONES Y ESTRATEGIAS

Los roles de **informar, formar** y **guiar** otorgan a los medios de comunicación nuevas y serias responsabilidades. Existe la necesidad de establecer hacia qué fines van informando, for-

mando y guiando su público. Si se acepta que uno de los fines es participar activamente en la resolución de los tres temas antes expuestos, se ve que la práctica de los medios de comunicación tiene que cambiar. A continuación señalamos tres nuevos cambios-estrategias fundamentales que deberían realizarse en la labor periodística.

**PRIMER CAMBIO: Los Movimientos Sociales.** Hay que tomar en cuenta el surgimiento de los movimientos sociales. Estos representan una nueva e importante fuerza social que ha surgido de las bases de la sociedad y que expresa los problemas más sentidos de la población. Se puede decir que son el pulso de la población políticamente activa.

Los movimientos sociales son una parte de la llamada sociedad civil que ejerce un papel cada vez más preponderante en las transformaciones del mundo. Por ejemplo, la **intifada** palestina representa el mayor desafío al poder israelí de los últimos tiempos y no ha estado vinculada con ningún Estado. Más bien, el proceso fue inverso: Después del éxito de este levantamiento popular, la OLP decidió conformar un Estado en exilio.

Los levantamientos estudiantiles en China Popular son otro ejemplo de la importancia de la sociedad civil en la manifestación de los sentimientos populares y la incapacidad del Estado de entender y enfrentar los cambios actuales.

Los medios de comunicación tienen a tratar estos movimientos como asuntos secundarios e informan sobre

ellos cuando no tienen noticias más importantes que poner. Son el **filler** de los diarios y programas de televisión. La práctica periodística sigue basándose en el anticuado postulado que son los políticos los que hacen la noticia o establecen la agenda, como si ellos fueran los principales protagonistas. Es por eso que siempre tienen un espacio privilegiado para la presentación de sus discursos; y la prensa se llena de pronunciamientos oficiales de presidentes, ministros, gobernadores, diputados, alcaldes, etc. Esos enfoques priman, por ejemplo, en la cobertura periodística de una campaña electoral. Los periodistas alaban a los "grandes" políticos y tratan de publicar las mismas fotos, hacer las mismas preguntas y de escribir las mismas noticias cuando, en realidad, nada importante está pasando.

Un corolario del énfasis en las figuras políticas es que el Estado es la fuerza principal de las sociedades modernas. Los Estados cuentan con un cuerpo establecido de periodistas que se entretienen buscando datos sobre las pugnas, intrigas, negociaciones y los secretos del poder estatal. El resultado de esas prácticas es una visión sobredimensionada de ese poder.

**L**a crisis ecológica no puede tratarse bien con el enfoque tradicional de los medios. Los grupos ecologistas están en la vanguardia del movimiento social que va advirtiendo sobre los problemas ambientales y sus consecuencias para la sociedad. Los Estados, en cambio, no han demostrado la capacidad ni el interés de confrontar directamente esta crisis. Si los medios de comunicación siguen dependiendo del Estado y sus políticos para tratar este problema, no solo no van a llegar a la esencia de la crisis ecológica sino que van a desviar su tratamiento hacia intereses ajenos.

Tratar periodísticamente el movimiento social ecologista es mucho más difícil que publicar el pronunciamiento oficial de un político. Los matices son más complejos y menos obvios. Hacer reportajes sobre la crisis ecológica requiere una completa reorientación en el quehacer periodístico tradicional. Tomando el ejemplo de los daños ecológicos en la selva amazónica, un periodista tendría que buscar y entrevistarse

con geólogos, indígenas, trabajadores petroleros, ecologistas, meteorólogos, colonos, y muchas otras personas. Es más, lo que ellos manifiestan puede resultar más importante que los resultados de una reunión presidencial sobre el asunto. Son pocos los dueños de diarios nacionales que están dispuestos a colocar esta información en primera página.

La forma de contar la historia del drama ecológico en forma periodística también tiene dificultades. No existen muchas pautas establecidas para describir los daños ecológicos, armar una campaña internacional en contra de las políticas de los bancos multilaterales; fomentar la opinión pública internacional sobre la ecología o medir la desaparición de una cultura indígena. En síntesis, la novedad y complejidad de la ecología plantea nuevas prácticas que los medios de comunicación deben encarar.

**SEGUNDO CAMBIO: Relatar los procesos.** Los medios deben informar sobre procesos en vez de meros eventos. Los medios de comunicación en la actualidad tienden a informar sobre hechos puntuales sin tomar en cuenta el contexto histórico en que estos ocurren. Esta tendencia se ha ido fortaleciendo con el surgimiento de la televisión como fuente importante de información y su afán de presentar noticias llenas de acción visual.

La historia no marcha de espectáculo en espectáculo a pesar del interés de la televisión para que así sea. Tampoco es una arbitraria colección de eventos. Más bien, la historia es un proceso compuesto por miles de hechos de múltiples movimientos y que se desenvuelve a través de millones de pequeñas acciones. La nueva tarea de los medios de comunicación es encontrar las minúsculas conexiones que los interrelacionan y relatar las múltiples y variadas consecuencias de las acciones humanas. La comprensión de esos procesos se fundamenta en una visión analítica de los acontecimientos, una detallada investigación previa de los mismos y un detenido seguimiento a posteriori.

Todo esto implica una visión histórica de los sucesos del mundo. Pero, como la mayor parte de esas acciones no cuentan con un alto interés visual ni llenan los requisitos de sensacionalismo que exigen los medios de comunicación, entonces quedan fuera — no son noticia.

El caso de El Salvador es revelador. Los cables internacionales mandan reportajes sobre ese pequeño país centroamericano cuando consideran que ha pasado algo "importante". Así, desde el comienzo de la guerra civil en 1979, este tema ha sido tratado como si fuera un artículo de moda. Esto da la impresión que la guerra civil aparece y desaparece. Pero no es así. Ha habido un proceso continuo que merecía profundos y detenidos reportajes y análisis. Pero, en vez de eso, se recibieron notas desarticuladas que respondían no a la realidad salvadoreña, sino a las necesidades de la prensa.

El tema del narcotráfico recibe un tratamiento parecido. Se oye del problema cuando estalla una bomba, se asesina a un líder político o se extradita a un líder narco-mafioso a Estados Unidos. Pero, detrás de esos hechos espectaculares hay miles de historias, vidas y eventos que no parecen ser importantes pero sí representan el nudo del fenómeno del narcotráfico.

Algunas de esas historias que no logran ser tratadas ampliamente por los medios de comunicación incluyen las causas cotidianas del consumo de drogas; la relación entre el uso y abuso de drogas ilegales y las drogas legales;

las consecuencias médicas de la dependencia de la droga; el proceso de descomposición social que sufre actualmente Estados Unidos; los mecanismos específicos del lavado de los narcodólares; los nexos entre la mafia newyorkina, siciliana, turca y tailandesa en el tráfico de drogas. Esas y otras proposiciones son parte significativa del proceso del narcotráfico que los medios ignoran para dar prioridad a sus reportajes sensacionalistas sobre los eventos puntuales, el estallido de una bomba.

La prensa tampoco ha presentado al narcotráfico como fenómeno histórico. Durante un siglo y medio, el tráfico del opio fue un "affair" internacional que involucró a Gran Bretaña, India, Tailandia, Burma y China. Hubo dos guerras del opio entre China y Gran Bretaña. El abuso del opio tuvo graves consecuencias sociales para la población china. Eventualmente, el problema del abuso del opio fue erradicado en ese país. ¿No será relevante saber cómo se desarrolló este tema históricamente y a través de qué mecanismos fue resuelto? ¿Qué medio de comunicación ha ofrecido a su público un análisis profundo de este proceso histórico? Ninguno.



El tráfico de armas, ecología y drogas reciben un tratamiento periodístico superficial y aislado



### Medios y periodistas tendrán que sembrar para cosechar

#### TERCER CAMBIO: Funcion crítica.

Los medios de comunicación deben expresar y precisar su función crítica en la sociedad actual. Se ha visto que los medios obedecen a intereses específicos de las sociedades en que están inmersas. Cuando distintos intereses entran en conflicto, surge la necesidad de definirse ante la disputa en cuestión. También existen casos en que un país "atropella" los intereses nacionales de otro país. La denuncia de esos casos es parte de la función crítica de los medios de comunicación. Es cumplir con sus responsabilidades de formar y guiar al público.

En una forma limitada, la prensa suele denunciar. Por ejemplo, en casos de corrupción política es común revelar los detalles de los despilfarros o los negociados ocultos. Pero, muchas veces, esta denuncia queda en el plano superficial sin llegar al fondo del problema. Tal es el caso de la supuesta denuncia que hizo la prensa norteamericana en el reciente escándalo Irán-Contras. Aunque es cierto que hubo una denuncia del desvío ilegal de dinero de la venta de armas a Irán hacia los contras nicaragüenses, no hubo una crítica de las políticas norteamericanas en sí. La prensa consideró como normal el derecho de su país de intervenir en otro país a través del financiamiento de un ejército creado para derrocar a un gobierno establecido. Solo cuestionó las fuentes de tal financiamiento. Así, su denuncia defendió el "status-quo".

La **deuda externa** ofrece a la labor periodística un amplio espacio para la

denuncia. En los países latinoamericanos la deuda ha provocado consecuencias sociales muy graves. Ha desviado los recursos financieros destinados a los programas de desarrollo social y económico hacia el pago de intereses a los bancos del Norte. En muy pocos casos han tomado los medios de comunicación latinoamericanos una actitud de denuncia.

La prensa latinoamericana está llena de gráficas, tablas y estadísticas respecto del tamaño y alcance de la deuda externa. Cuando los líderes de los gobiernos latinoamericanos empezaron a tratar la deuda a nivel político, los medios de comunicación siguieron la línea y hablaron de los aspectos políticos de la deuda externa. Y cuando las consecuencias sociales de la deuda se hicieron manifiestas, los medios de comunicación empezaron a hablar de las consecuencias sociales. Pero a los medios de comunicación latinoamericanos les ha faltado innovación, coraje y visión.

**S**on varias las maneras que la **deuda externa** puede ser tratada. Se puede informar sobre los mecanismos internos de funcionamiento de los bancos del Norte; investigar las tácticas que los países del Oriente Lejano (Corea del Sur, Taiwan, etc.) utilizan para controlar sus deudas externas; analizar el destino y el uso de los capitales que se fugan de los países latinoamericanos; ofrecer una visión histórica de la deuda. Un análisis sobre el repudio norteamericano de sus obligaciones financieras an-

te el estándar de oro en 1971, por ejemplo, podría ofrecer una visión alternativa sobre el concepto de la "responsabilidad" en el mundo capitalista. Todos esos enfoques constituirán un aporte hacia posibles soluciones al problema de la deuda.

#### CONCLUSIONES

Se ha examinado brevemente el tratamiento que deberían recibir de los medios de comunicación, los tres grandes temas de la próxima década: Ecología, droga y deuda externa. En la década de los noventa existirán otros temas de importancia que van a requerir un tratamiento distinto. Por ejemplo, los medios de comunicación tendrían que enfrentarse con los temas de la lucha por la igualdad femenina, la reestructuración de los países socialistas, la amenaza de una guerra nuclear, el incremento de la desnutrición y del hambre, la nueva hegemonía económica de los países orientales, la sobrepoblación, la crisis de valores en las sociedades occidentales, etc.

Se vive en tiempos nuevos. La historia ha cambiado tan rápidamente y de manera tan novedosa que existe un alto nivel de desubicación de la gente a nivel mundial. Los medios de comunicación, debido a su importancia tienen una gran responsabilidad en todo eso. Existe una excelente oportunidad de aportar con visiones nuevas y alternativas frescas, a la resolución de todos estos temas. Se exigen nuevos roles y nuevas prácticas. ■