

Chasqui

Revista Latinoamericana
de Comunicación

No. 53 - MARZO 1996

Director

Asdrúbal de la Torre

Editor

Fernando Checa Montúfar

Consejo Editorial

Jorge Mantilla Jarrín

Edgar Jaramillo

Nelson Dávila

**Consejo de Administración de
CIESPAL**

Presidente, Tiberio Jurado, Rector de la
Universidad Central del Ecuador.

Roberto Passailague,

Ministro de Educación.

Byron Morejón,

Min. Relaciones Exteriores.

Héctor Espín, UNP.

Fausto Moscoso, UNESCO.

Louis Hanna Musse, AER.

León Roldós, Universidad Estatal de
Guayaquil.

Edgar Jaramillo S.,

FENAPE.

Asistente de Edición

Martha Rodríguez

Portada

Marcelo Aguirre

Impreso

Editorial QUIPUS - CIESPAL

Chasqui es una publicación de CIESPAL.

Apartado 17-01-584. Quito, Ecuador

Telf. 506 149 544-624. Telex: 22474

CIESPAL ED. Fax (593-2) 502-487

E-mail: chasqui@ciespal.org.ec.

Registro M.I.T., S.P.I.027

Los artículos firmados no expresan
necesariamente la opinión de CIESPAL o
de la redacción de la revista. Se permite su
reproducción, siempre y cuando se cite la
fuente y se envíen dos ejemplares a

Chasqui

Más de 450 **Radioapasionados y televisionarios** del mundo se reunieron en Quito, en noviembre pasado, para participar en el Festival homónimo e inédito que el Grupo de los Ocho, con el apoyo de 13 organismos internacionales, organizó con el propósito de abrir un espacio para la reflexión, el intercambio de experiencias y la formulación de estrategias que le permitan a la comunicación audiovisual democrática enfrentar de mejor manera la avasallante "aldea global" que vivimos. En el módulo respectivo, esta edición presenta algunos documentos que sirvieron de base teórica para este encuentro, artículos que algunos de los participantes quieren socializar y otros textos que alimentan el debate en torno al sugerente y atractivo espacio audiovisual latinoamericano.

"En las aguas del mercado -apunta Eduardo Galeano- la mayoría de los navegantes está condenada al naufragio; pero la deuda externa paga, por cuenta de todos, los pasajes de la minoría que viaja en primera clase". En un mundo cada vez más globalizado, donde 358 personas tienen un capital equivalente al que comparten 2.400 millones de pobres, no es sorprendente que la violencia atraviese las sociedades, y nos rompa el cuerpo y el alma, especialmente en Nuestra América llena de naufragos. En este contexto, los colaboradores de **Medios, sociedad y violencia** nos proponen textos heterogéneos. Para algunos de ellos, los medios -especialmente la TV- son los autores intelectuales de la violencia y constituyen una escuela del crimen (hecho no sorprendente si consideramos que E.U., país con una de las más altas tasas de criminalidad en el mundo, es uno de los mayores exportadores y expositores, gracias a la complicidad impune de sus aliados nacionales, de los contenidos violentos en los medios). Para otros, y complementario al enfoque anterior, los medios ejercen una violencia sutil, pero no menos deletérea, a través de la *Crónica Roja* donde la intimidad y la honorabilidad está reservada a los sectores con poder económico, en tanto que la de los sectores "peligrosos" se convierte en una "intimidación de masas". Pero, también hay aquellos que consideran un reduccionismo el relacionar la violencia real con la televisada y que, en buena medida, los medios lo que hacen es reflejar, no provocar, la agresividad humana generada por las condiciones de vida, materiales y espirituales, de la sociedad. El lector encontrará en estos textos elementos que, aunados a su experiencia cotidiana, le permitirán sacar conclusiones que le susciten y fortalezcan, eso esperamos, actitudes críticas para enfrentar los medios.

En la radio y televisión brasileñas, *BBC* de Londres, *Radio Nederland* de Holanda, CIESPAL y otras entidades de América y Europa; los casi 50 años de actividad profesional de Walter Ouro Alves dejaron una obra inolvidable. Por eso y por todo lo que significó su aporte honesto y enriquecedor para la comunicación democrática, quienes hacemos *Chasqui* queremos rendirle tributo al dedicar esta edición a su memoria viva.

RADIOAPASIONADOS Y TELEVISIONARIOS

La avasallante "aldea global", tecnologizada y concentradora que vivimos, plantea nuevos y complejos retos para los comunicadores democráticos del espacio audiovisual. El debate amplio sobre el problema es el primer paso para enfrentarlo.



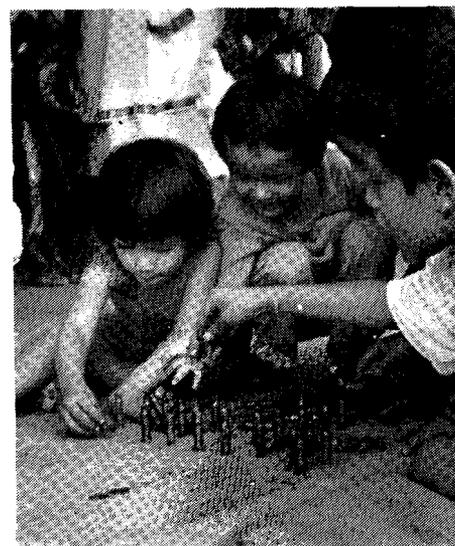
- 4 Festival de Radioapasionados y Televisiónarios
- 6 Declaración de los Radioapasionados y Televisiónarios
- 8 La radio popular y educativa en América Latina
Luis Ramiro Beltrán

- 12 Comunicación ¿para cuál desarrollo?
Antonio Pasquali
- 16 La imagen, nuevamente visitada
Carmen González Mont
- 20 Aportes a la radiopasión
Ernesto Lamas
- 23 Buenas ondas de la sociedad civil
José Ignacio López V.
- 27 FM a bajo costo
Ricardo Quiñones
- 31 La radio en el ciberespacio
Ricardo Horvath
- 35 Video, TV y democratización
Martha Rodríguez
- 38 De la oralidad a la telenovela
José Rojas Bez
- 42 Walter Ouro Alves

MEDIOS, SOCIEDAD Y VIOLENCIA

En el caldo de cultivo de sociedades cada vez más injustas, la violencia nos atraviesa literal y metafóricamente. En este contexto, los medios, especialmente la TV, tienen una relación directa y una responsabilidad inexcusable. Veamos algunos enfoques que, esperamos, contribuyan a una percepción crítica.

- 43 Violencia urbana, nuevos escenarios
Fernando Carrión
- 47 La TV acusada de asesinato
Jorge Enrique Adoum
- 51 Violencia y TV infantil
Valerio Fuenzalida
- 55 La escuela del crimen
Eduardo Galeano



- 57 ¿Los medios provocan o reflejan la violencia?
Cecilia Peñaherrera
- 60 Las trampas de la desgracia
Alexander Jiménez
- 64 Los juegos de la crónica roja
Kintto Lucas

ENSAYOS

Ensayos, intentos, aproximaciones a diferentes temas ofrecemos en esta sección para suscitar la reflexión y el debate.



- 65 Michael Jackson, antes del caos
Juan Luciano Nieves
- 68 Comunicación y subjetividad
Enrique Guinsberg

- 71 Crisis global, valores y fin de siglo
Javier Esteinou Madrid
- 75 La vigencia de José Martí
Alejandro Querejeta

NUEVAS TECNOLOGIAS



- 79 ¿Superautopista informativa?
Carlos Eduardo Colina
- 82 La elaboración de las inforrutas nacionales
Pierre C. Bélanger, Réjean Lafrance

- 87 Cuba y la era de la informática (Entrevista)
Julio García Luis
- 90 En el Internet
- 91 IDIOMA Y ESTILO
El Diccionario entre el fetichismo y el prejuicio
Hernán Rodríguez Castelo
- 95 ACTIVIDADES DE CIESPAL
- 98 RESEÑAS



NUESTRA PORTADA

El transeúnte. Acrílico sobre lona, 2.80 x 3.00, de MARCELO AGUIRRE. Premio Marco, Museo de Arte de Monterrey, México

El autor es ecuatoriano y su obra ha sido expuesta a nivel nacional e internacional.

DISEÑO PORTADA Y
CONTRAPORTADA

ARTURO CASTAÑEDA V.



NUESTRO NUEVO
E-MAIL

CIESPAL:
ciespal@ciespal.org.ec

CHASQUI:
chasqui@ciespal.org.ec

PIERRE C. BÉLANGER
RÉJEAN LAFRANCE

La elaboración de las inforrutas nacionales

¿Cómo harán los países importadores de técnicas y de productos culturales extranjeros para preservar su soberanía cultural mientras favorecen, a bajos costos, el acceso universal de sus pobladores a estas? La experiencia canadiense al respecto puede ser instructiva para estos países pues permite descubrir ciertas estrategias de acción para enfrentar el reto planteado por el desarrollo de las inforrutas.



World Watch Vol. 9, No. 2

Lo encuentro del G7 (Alemania, Canadá, E.U., Francia, Gran Bretaña, Italia y Japón), en Bruselas, en febrero de 1995, confirmó el alcance del megaproyecto político-industrial que re-

presenta la autopista de la información. El balance de este encuentro deja presagiar una brecha entre los países "informatizados" y los países "no informatizados", es decir aquellos que poseen las tecnologías de información actual y los que no las poseen.

El paradigma "sociedad de la información"

Más allá de las consideraciones económicas actuales sobre el estado gene-

PIERRE C. BÉLANGER, canadiense. Ph.D., profesor en el Departamento de Comunicación de la Universidad de Ottawa. **RÉJEAN LAFRANCE**, canadiense, profesor de la misma institución.

ral de las "infoestructuras" (redes y sistemas de información), el surgimiento del paradigma "sociedad de la información" conlleva implicaciones socio-culturales innegables, sobre todo para los países en desarrollo que están llamados no solo a integrarse, sino también a adaptarse a las innovaciones tecnológicas, con el fin de sacar provecho de la globalización de los mercados.

El conjunto de las resoluciones adoptadas en la Cumbre de Bruselas confirma la voluntad común de los países participantes, para establecer una superestructura donde circularán unos *bytes* de información que han llegado a ser una de las riquezas más codiciadas (Negroponte, 1995). La edificación de una inforruta global se hace a base del principio de interconectividad con la adopción de estándares comunes. Para muchos, esto se traduce en una modernización y expansión onerosas de las infraestructuras ya establecidas.

En los trabajos de Bruselas, el paradigma "sociedad de la información" se actualiza según un cierto número de principios rectores entre los cuales encontramos: la flexibilidad del cuadro reglamentario nacional, la accesibilidad y universalidad de los servicios, la diversidad cultural y lingüística de los contenidos y un contexto económico competitivo que estimule la participación financiera del sector privado.

En el Canadá, el sector de la radiodifusión y de las telecomunicaciones, el cual se caracteriza por ser uno de los llamados "campos protegidos" -por un cuadro reglamentario riguroso y un financiamiento tradicionalmente provisto por el Estado-, está actualmente en un proceso de profundo cuestionamiento ante la voluntad estatal de reducir los subsidios otorgados a las diversas industrias de producción y difusión de productos culturales nacionales. Se comprende mejor la frustración de los organismos encargados de promover la cultura canadiense cuando se constata que, mientras los presupuestos de los que disponen no dejan de ser reducidos, las obligaciones vinculadas con la misión cultural local siguen siendo imponentes.

En este aspecto, muchos países de América Latina se encuentran en una posición comparable a la del Canadá. ¿Cómo reaccionará el Canadá con res-

pecto a las inforrutas? ¿A partir de cuáles modalidades define su participación y cuáles son las condiciones de su especificidad cultural-económica? Tantas preguntas a partir de las cuales los países latinoamericanos pueden aprender de la experiencia canadiense.

La soberanía canadiense

Desde el comienzo de la radiodifusión y de las telecomunicaciones en el Canadá, el Estado siempre ha mantenido una política que enfatizaba la elaboración de mecanismos para realzar la soberanía cultural del país; hoy en día, una noción problemática debido al surgimiento del nacionalismo quebequense y el de los aborígenes. Un análisis reciente del sistema canadiense de radiodifusión concluyó que, lejos de ser un accidente del mercado, la arquitectura del sistema actual es más bien un acto de voluntad (CRTC, 1995). Confrontados con un vecino de ambiciones mercantilistas que se perciben a menudo como culturalmente aniquilantes, los canadienses han sabido salvaguardar su identidad con una serie de instituciones y de medidas que controlan el volumen de productos culturales extranjeros difundidos por las ondas. También, se han establecido límites a la participación de intereses extranjeros en la propiedad tanto de cadenas canadienses de radiodifusión y de empresas de telecomunicaciones.

En cuanto al contenido, el Estado ha estimulado la producción nacional al establecer medidas de financiamiento para la producción cinematográfica y televisiva, y para el sostén de los creadores. A pesar de estas instituciones, la presencia estadounidense permanece todavía muy remarcada en el Canadá, con la excepción de los medios francófonos, donde no solamente el idioma sino también la brecha de referencias culturales parecen servir de barrera natural. La mayor preferencia por parte de la población francófona por los contenidos locales es una señal muy esperanzadora de la sobrevivencia de este pueblo en América del Norte.

En lo internacional, el Canadá ha orientado sus acciones para promover su soberanía cultural. Así, los canadienses han logrado que su socio y vecino aceptase la necesidad de excluir las industrias culturales del *Accord de libre-*

échange canado-américain (Tratado de Libre Comercio entre el Canadá y los E.U.). Esta cláusula fue mantenida dentro del acuerdo pero solo de manera bilateral entre estos dos países. México logró, con cláusulas de reserva no oficiales al final del Tratado, que se le reconociera la pertinencia de otorgar ciertas licencias de radiodifusión y de telecomunicación a empresas locales. Por fin, el gobierno de E.U. expresó su intención de no reabrir, en el marco de las negociaciones entre Chile y los países miembros del TLC, la cláusula de exclusión de las industrias culturales.

Sin embargo, los observadores han subrayado el alcance limitado y ambiguo de dicha cláusula, pues deja entrever la posibilidad de un recurso "por el cual las medidas [proteccionistas] tomadas en el sector cultural traerán represalias, por ejemplo, en el sector del acero" (Saúl, 1994). Aunque hasta ahora ninguna de las partes ha invocado esta cláusula, los Estados Unidos no han dejado de denunciar al proteccionismo cultural cana-



diense, como un freno a la libre circulación de la totalidad de los productos culturales en el conjunto de los territorios en cuestión.

No fue sorprendente, en la Cumbre de Bruselas, ver al gobierno canadiense erigirse en el gran defensor del principio de sostén a las industrias culturales nacionales. El Canadá apuesta principalmente a unas medidas que pueden y deben "sostener la elaboración y la distribución de un contenido y de servicios locales (...) para cumplir con las necesidades nacionales y contribuir a la sociedad de la información, a escala mundial" (Canadá, 1995). En lo sucesivo, el Canadá insistirá en el sostén a las industrias culturales, después de constatar que las nuevas técnicas de información y comunicación, notablemente *Internet* y la teledistribución por satélite, han hecho de los controles algo anticuado. El presidente del CRTC, Keith Spicer, ha señalado la imposibilidad de erigir una cortina electrónica que detendría la entrada de elementos perturbadores al mercado canadiense de radiodifusión. Por esto preconiza, en vez de medidas coercitivas, medidas proactivas para estimular la producción local, con respecto a la presencia de producciones extranjeras en las ondas canadienses.

Canadá y América Latina

Igual que Canadá, América Latina vive actualmente un movimiento de liberalización y de flexibilización de sus políticas proteccionistas en materia cultural (Mignot-Lefebvre, 1994). Sin embargo, aunque el contenido de las producciones televisivas sea esencialmente de color local, el estilo sigue siendo francamente estadounidense. No hay más que mirar las célebres telenovelas brasileñas para percatarse del fuerte ascendente americano. Esta situación se refleja, también, en las técnicas de difusión. Según el *World Radio TV Handbook*, de 49 países recensados en las Américas, 39 (80%) han adoptado la tecnología americana NTSC, mientras 6 y 4 países han adoptado respectivamente las tecnologías europeas SECAM y PAL. Sin embargo, a escala mundial, la dominación de la norma de E. U. se esfuma, ya que de 183 países recensados (incluyendo las Américas), 83 han escogido el PAL (45%), 55 el NTSC (30%) y 45 el SECAM (25%).

Si el Canadá puede jactarse de ser uno de los países mejor "enchufados" del mundo, con más del 99% de los hogares conectados a una línea telefónica, el 78% al cable y el 99% por vía herciana a los servicios de radiodifusión (ACTC, 1994-1995), su baja población (28 millones) relativa a la extensión de su territorio (10 millones de km²), hacen que constituya un mercado relativamente pequeño para las empresas canadienses de radiodifusión (CCAI, 1995). En los países latinoamericanos lo problemático para la propagación de los productos de las industrias locales, no es tanto el tamaño reducido de los mercados locales, cuanto el bajo nivel de penetración de las tecnologías de comunicación. Estadísticas de 20 países latinoamericanos indican que el número de televisores por cada mil habitantes varía de 52 en Guatemala, a 265 en Puerto Rico, mientras que en Canadá es de 640 y de 815 en E.U. (UNESCO, 1994). En telefonía, tecnología inevitable en la estructuración de las inforrutas, la brecha es aún más marcada. Uruguay, el país latinoamericano más "enchufado", tenía en 1987, 11 líneas telefónicas por cada cien habitantes, mientras E.U. tenía 41 y Canadá 51 (*Nations Unies*, 1991). Además, en un buen número de países latinoamericanos una parte significativa de las infraestructuras telefónicas locales se consideran caducas y por lo tanto incompatibles con los estándares actuales utilizados para la instalación de las redes mundiales (Delaunay Maculan, 1994).

En este contexto, no es sorprendente ver a algunos organismos internacionales, tales como el Banco Mundial, ejercer fuertes presiones para promover en estos países la modernización de sus infoestructuras, con el objetivo de hacerlas económicamente competitivas y conformes a las nuevas normas internacionales (Mignot-Lefebvre, 1994). Sin embargo, a diferencia del Canadá, donde los costos de la modernización de las infoestructuras es asumido principalmente por la empresa privada, la mayoría de los estados latinoamericanos siguen siendo los accionistas mayoritarios de los sistemas nacionales de telecomunicaciones, viéndose obligados a costear la mayor parte de la modernización exigida para participar en las infraestructuras mundiales (Sinha, 1994). Ahora bien, el nivel de endeudamiento actual es tal

que coloca a los gobiernos ante una disyuntiva difícil: privatizar las infoestructuras dejando al sector privado (léase: intereses extranjeros) cargar con lo esencial de la promoción de la identidad cultural, esperando que esta estrategia acelere la integración a los nuevos imperativos "informacionales" mundiales; o conservar el control sobre ellas para dar prioridad a la soberanía cultural, con el riesgo de disminuir la amplitud de la participación en el proyecto de la inforruta global. Está claro que las presiones internacionales para establecer una red intercontinental de banda larga aumentan y obligan a los países pequeños a revisar rápidamente sus prioridades de desarrollo.

El surgimiento en E.U. de superconglomerados multimedia, formados por alianzas tales como Disney y ABC o Ti-

No es por casualidad si los telespectadores del Medio Oriente comparten con sus homólogos mexicanos y canadienses, la pasión por la serie *Dallas*, por ejemplo. Tampoco es por azar que el juicio de O.J. Simpson cautivara al planeta entero desde junio de 1994 hasta octubre de 1995. Esta irresistible lluvia cultural ha favorecido inmensamente la dominación de las industrias culturales de E.U.

me-Warner y Turner Broadcasting System, preocupa en cuanto a la hegemonía cultural ya demasiado asociada a la autopista global de la información. Las recientes asociaciones en el campo de la radiodifusión y las telecomunicaciones establecen la necesidad de que las empresas canadienses refuercen su posición en un ambiente económico mundial más y más competitivo. El miedo a una nivelación cultural, presentado no solamente por los países en desarrollo, sino también por los países industrializados, entre ellos muchos países europeos y Canadá (*Le Monde*, 1995) y combinado con un movimiento de liberalización de la economía mundial, crea la necesidad de estrategias innovadoras para retener esta nivelación cultural ya tan visible.

La omnipresencia cultural de E.U., ya sea por medio de la literatura, del cine, de la televisión o de la música, ha conformado una cultura mundial con numerosos denominadores comunes de origen estadounidense. No es por casualidad si los telespectadores del Medio Oriente comparten con sus homólogos mexicanos y canadienses, la pasión por la serie *Dallas*, por ejemplo. Tampoco es por azar que el juicio de O.J. Simpson cautivara al planeta entero desde junio de 1994 hasta octubre de 1995. Esta irresistible lluvia cultural ha favorecido inmensamente la dominación de las industrias culturales de E.U., desplazando a su paso, hacia la vía de servicio, a un buen número de culturas "locales". Desgraciadamente hay que admitir que, si no son los productos culturales estadounidenses los que se infiltran en las pantallas chicas del mundo, son las maneras estadounidenses de hacer las cosas las que vienen a modificar, más insidiosamente, la fibra íntima de las naciones importadoras. La entrada masiva, acelerada y plurivalente, de información de todo origen, por medio de las inforrutas, amplifica inevitablemente el desequilibrio entre los países proveedores y los importadores.

En Canadá, esta búsqueda de equilibrio se ha traducido en la creación, en 1994, del *Comité consultatif sur l'auto-route canadienne de l'information*, cuyo mandato consiste en aconsejar al gobierno en la elaboración de una nueva política nacional en la materia. El informe que le presentó al comité, en octubre 1995, refleja el doble constreñimiento si-



guiente: crear un ambiente de reglamentos favorable a las inversiones del sector privado, mientras se edifica una política cultural fundamentada en la preponderancia de los contenidos canadienses.

La orquestación de las inforrutas

Por cierto, la euforia alrededor del establecimiento del proyecto de infoestructura global presenta promesas animadoras, en materia de desarrollo económico, tanto para los países industrializados como para los en desarrollo. Las políticas de austeridad económica de la mayoría de los estados les obliga a actuar como maestros de obra en vez de financieros. Pasó a ser el sector privado, de donde se espera el financiamiento de estas nuevas redes.

En tal contexto de liberalización de las condiciones de desarrollo tecnológico, ¿cómo puede el Estado continuar con su rol de guardián de la soberanía cultural?, ¿se puede concebir que el Estado le pida a la empresa privada pagar la cuenta por la instalación de las infoestructuras, al mismo tiempo que le impone cuotas en materia del contenido cultural local?

Canadá da signos manifiestos de su voluntad de orientar la política nacional de comunicación y de telecomunicación, orquestando las reglas de base, a partir de las cuales se elaborarán los diversos proyectos. Por tanto, este enfoque director, tan liberalizante como pueda ser, conlleva, sin embargo, ciertos riesgos ya que la apertura a los mercados de la in-

NUEVAS TECNOLOGÍAS

formación y de las comunicaciones vendrá a aumentar sustancialmente la oferta a la que está expuesto el consumidor medio. Al legislar sobre el punto de las cuotas, la promoción de productos culturales nacionales y los diversos incentivos fiscales, vinculados al empleo técnico y a las producciones canadienses, nunca se deberá perder de vista; sin embargo, desde el momento en que los productos culturales de información, de comunicación y de diversión circulan libre y abundantemente en una sola plataforma técnica planetaria, un Estado democrático estará impotente para regir el comportamiento de escucha y la preferencia de los usuarios de estas nuevas tecnologías.

¿Llegará a ser la autopista global de la información axiomática de una hegemonía estadounidense de la cultura y la información renovada? El reto del Canadá, como el de los demás países, consiste en hallar una vía de compromiso entre la participación en los desarrollos tecnológicos del momento y la preservación y promoción de especificidades na-

cionales; ya que más allá de los esfuerzos para entrelazar las múltiples redes de comunicación y de información de las cuatro esquinas del mundo en una misma y única constelación técnica, parece legítimo preguntarse sobre la eventualidad de una aculturación global sistemática. ●

BIBLIOGRAFÍA

Association canadienne de télévision par câble, 1994-1995.

Canada, *Contribution du Canada au document thématique*, document présenté dans le cadre de la Conférence ministérielle du G7 sur la société de l'information, Bruxelles, 24-26 febrero, 1995.

Comité consultatif sur l'autoroute de l'information (CCAI), *Le défi de l'autoroute de l'information: Rapport final*, Approvisionnement et Services Canada, Ottawa, Canada, 1995.

Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, *Concurrence et culture sur l'autoroute canadienne de l'information: Gestion des réalités de transition*, Hull, Canada, 19 mayo, 1995.

Delaunay Maculan, Anne-Marie, "Processus de privatisation et modernisation des télécom-

munications au Brésil", *Revue Tiers Monde*, t. XXXV, no. 138, abril-junio, 1994, p.p. 279-296.

Le Monde, Canonnière culturelle, Paris, No. 15758, 24-25 septiembre, 1995.

Mignot-Lefebvre, Yvonne, "Technologies de communication et d'information - Une nouvelle donne internationale?", *Revue Tiers Monde*, t. XXXV, no. 138, abril-junio, 1994, p.p. 245-277.

Negroponte, Nicholas, *Being Digital*, Alfred A. Knopf, New York, 1995.

Saul, John Ralston, "La culture et la politique étrangère", *Politique étrangère du Canada: principes et priorités pour l'avenir - Essais*, document du Comité mixte du Sénat et de la Chambre des communes chargés de l'examen de la politique étrangère du Canada, Ottawa, 1994, p.p. 93-132.

Sinha, Nikhil, "Les technologies de l'information et la perspective du chômage technologique dans les pays en développement", *Revue Tiers Monde*, t. XXXV, no. 138, abril-junio, 1994, p.p. 411-424.

Nations Unies, *Recueil de statistiques et d'indicateurs sociaux - 1988*, préparé par le Département des affaires économiques et sociales internationales - Bureau de statistique, New York, 1991.

UNESCO, *Annuaire statistique 1994*, Paris.

World radio TV handbook, Billboard Publications, London, 1991, v. 37, 45.

PERFILES LIBERALES



*La Revista Política
para toda América Latina.*

Dirija sus pedidos al Apartado 102 330 Bogotá, Colombia • Tels: (571) 215 5780, 215 5840, 236 6783
Fax: (571) 215 5801 • E-Mail: 73050.1240@compuserve.com •