

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.

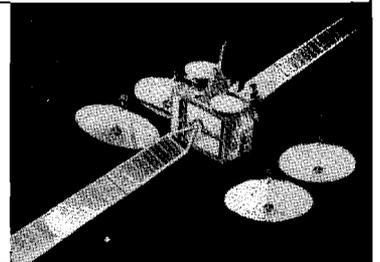
Doug Newson, CHASQUI, Pablo Portales

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.

Roberto Savio

IPS y el Tercer Mundo

Roberto Savio nació y vive como periodista. Le gusta decir que es Italo-Argentino. Ex-consejero del Primer Ministro Aldo Moro. Director de Comunicación de la Sociedad Internacional de Desarrollo. Miembro consejero de la Comisión MacBride. Y ante todo, Director Fundador de Inter Press Service (IPS), su "enfant terrible".

Nos conocimos en Kenia, tierra de Masai y Mau-Mau, en la hacienda del periodista Bert Demmers, al pie de las románticas Ngong Hills que inspiraron a Karen Blixen para escribir "Out of Africa". Recuerdo que también estaba el afamado palentólogo-antropólogo Richard Leakey, quien no pudo aguantarse y exclamó con una sonrisa, "¡que desastre, dos argentinos juntos en África!"

Roberto Savio demostró su transparencia. En un aparte a la hora de los cigarrillos y los licores, de un pequeño "attaché" plagado de papeles, saco uno. Un memo de una página. Era de un alto funcionario del Departamento de Estado que se refería muy negativamente a la IPS. "Juan, fijate contra lo que tengo que luchar. Nada es fácil si eres del Tercer Mundo". Un aviso, una lección para aquellos que están en la trincherita. Roberto Savio habla con CHASQUI sobre sociedades de información y comunicación, ALASEI, ASIN, y por supuesto IPS.



Dr. Roberto Savio, Director de IPS

JUAN BRAUN: Usted asevera que en América Latina no hay sociedades de comunicación, sino solo de información. ¿Puede decirnos por qué, y en qué se diferencian?

ROBERTO SAVIO: Considero que existe una notable diferencia entre sociedad de información y sociedad de comunicación. Hay una falta de conciencia de las diferencias entre una y otra; y esto se da tanto en las escuelas de periodismo y comunicación, como entre los científicos sociales.

La información es, por definición, una estructura vertical; por tanto, los datos transmitidos hacia determinado destino tienen características unilaterales;

y este esquema predomina en América Latina. Los medios en general, son sistemas informativos, donde pocas personas distribuyen una gran cantidad de datos a un gran número de usuarios, cuya capacidad, interactiva es prácticamente inexistente; y esto caracteriza a una sociedad informacional.

Por el contrario, se concibe a una sociedad comunicacional, cuando en ella existe un proceso de comunicación horizontal, participatoria y de retorno. Esto es posible únicamente cuando se utilizan las nuevas tecnologías electrónicas, a las cuales nuestros países aún no tienen pleno acceso.

J. B. ¿Dr. Savio, puede darnos un ejemplo de sociedad comunicacional?

R. S. Sí. Corea del Sur. En ese país existe todo un sistema de medios electrónicos que permite una expresión popular más amplia; el cambio político actual se debe justamente a que todos los organismos de base que estaban conectados entre sí por boletines, radios rurales y una serie de mecanismos más, lograron crear una alternativa.

J. B. ¿Cómo se puede "hacer" una sociedad comunicacional en América Latina?

R. S. Hay que crear redes nacionales de grupos homogéneos, redes de mujeres, campesinos, universidades, empresarios, redes en todos los niveles de la sociedad; porque, finalmente, este es un problema general que afecta por igual a empresarios y campesinos. Habrá que definir una política tarifaria a través de las secretarías de comunicaciones, que permita que la estructura tecnológica de cada país, pueda ser puesta al servicio del proceso de comunicación horizontal. El presupuesto nacional debe incluir, por lo menos, el uno por ciento para fortalecer la estructura for-

mal y los procesos de comunicación de base.

J. B. ¿Cuál es la diferencia entre comunicación alternativa y popular?

R. S. Para mí, esto es muy claro. Yo digo, **alternativo**, pero respecto a qué? Por ejemplo, si hay un sistema comunicacional formal podemos decir que todo lo que se desarrolla fuera de ese sistema es alternativo. Este es un término que lo encuentro conceptualmente clasista y peligroso.

La definición de **comunicación popular** me parece más clara; es la que está hecha por el pueblo, y no tiene nada que ver con el sistema de información. Por ejemplo, una comunidad empieza a organizarse a través de un sistema de comunicación. Esto no es comunicación alternativa, sino popular.

J. B. ¿Cómo se puede romper el esquema para evitar que los países latinoamericanos sean noticia solo cuando ocurren desastres naturales, o crisis políticas?

R. S. Este no es un problema impuesto por las transnacionales de la información. Más bien es un asunto de buena o mala fe, de buena o mala voluntad de las agencias, supongamos, norteamericanas, que representan cierto tipo de sociedad y valores que son parte de su mercado.

Cuando hubo la Conferencia de Tlatelolco de los Cancilleres de América Latina en la que participó Henry Kissinger, un estudio sobre el flujo informativo de ese encuentro indicó que Kissinger ocupó el 83 por ciento del espacio periodístico. Esto que era ¿una maniobra política de AP o de UP para dar más peso a Kissinger que a los demás? No. Esto fue así simplemente porque la AP vende solo el 1 por ciento de su servicio, y un periodista norteamericano, con mucha razón, le dará más importancia a Kissinger que a los demás Cancilleres, porque así lo exige su mercado.

J. B. ¿Qué podemos hacer para ampliar el mercado de lectores, es decir que más noticias latinoamericanas aparezcan en más medios?

R. S. Solo el 8 por ciento de la población lee diarios en la región, y este por-

centaje pertenece a un cierto mundo, el cual compra el diario porque quiere acceder a un cierto tipo de producto. Un medio como "La Opinión" de Buenos Aires, tiene o tuvo una vida difícil, porque parte del supuesto que un sector de los lectores quiere cambiar su lectura. Pero yo insisto en que también hay que ampliar el perfil social del lector, para que este pueda tener una visión más amplia del mundo.

J. B. ¿Qué opina de ASIN y ALASEI?

R. S. ASIN (Acción de Sistemas Informativos Nacionales) y ALASEI (Agencia Latinoamericana de Servicios Especiales de Información), son organismos que viven en la medida en que los gobiernos se sienten responsables de ellos. Pero en concreto, ALASEI es débil. En cuatro años de vida, con un costo anual de quinientos mil dólares, tiene más de un millón ochocientos mil dólares de cuota no pagada por los ocho países que lo suscribieron. ASIM, a la que apoyan veinte estados y

que distribuye información mucho más neutra que ALASEI, en diez años recibió contribuciones de un solo Estado de los veinte. Esto afecta el debate de si los medios deben ser públicos o privados. El Estado, en realidad, no tiene una política coherente, no la ha tenido y tampoco la tendrá a corto plazo. Y este vacío no puede ser llenado por el sector privado, porque tiene otra vocación.

J. B. La agencia noticiosa IPS es su "enfant terrible". ¿Qué tal? ¿Progresó?

R. S. IPS está bien. Después de un período inicial en que fue vista como una agencia alternativa que estaba en contra del sistema existente, la gente entendió que nuestra intención era conformar un sistema de información complementario, en el que dábamos voces y temas que no estaban presentes en el flujo informativo internacional.

J. B. ¿IPS gana dinero?

R. S. No No gana. Pero es estable. Tenemos varias empresas y proyectos cuyas ganancias subsidian a IPS, pero atención, la EFE, ANSA y AFP tampoco ganan. Son financiadas por los respectivos estados.

J. B. ¿Y cuáles son sus "otras" empresas?

R. S. Una es la "Empresa de Proyectos de Comunicación" que ejecuta cuarenta proyectos en el Tercer Mundo, por un valor de unos 6 millones de dólares. La otra empresa es la "Agencia de Telecomunicaciones" que asiste a varias agencias nacionales. Recien computarizamos a una entidad mexicana; y esto lo haremos con otras veinte más. También estamos coordinando un proyecto de 25 millones de dólares para la agencia Panafricana y el CEE. Y tenemos el TIPS del PNUD.

J. B. ¿Y qué es el TIPS?

R. S. TIPS significa "Sistema Piloto de Información Tecnológica". Es un servicio de enlace entre fuentes y usuarios

de tecnología y de información comercial para los países en vías de desarrollo. Cubre desde biotecnología hasta maquinaria agrícola.



Dr. Roberto Savio y Dr. Juan Braun



Roberto Savio: "IPS ya vive más tranquila"

Ecuador sociedad de información

Eccuador es un país desarticulado dividido entre costa, sierra y oriente, con distintos grupos culturales, étnicos y hasta de propia vivencia en relación con la tierra y con la naturaleza. Todo esto representa seguramente una riqueza; pero en realidad implica pobreza. ¿Por qué? Hay pobreza porque no existe un proceso de integración nacional en los 10 millones y medio de habitantes, fuera de los días en que Ecuador juega al fútbol y entonces toda la gente se siente identificada con el equipo nacional. El sistema informativo estatal del Ecuador es vertical por definición. Está hecho por un gobierno a nivel nacional, con poca participación local. Las alcaldías responden a una expresión de poder popular pero están muy politizadas y vinculadas a un esquema nacional. Es decir que estamos ante una sociedad de información y no de comunicación.

Ecuador necesita claramente una política comunicacional. Tiene la tecnología para hacerlo. Existe un sistema telegráfico que cubre su territorio nacional. Por ejemplo, se puede poner una computadora central en Quito, que tenga la capacidad de coger distintos códigos electrónicos y decidir, que el código MU corresponda a los grupos de mujeres del país, y que el que quiera puede ir al telégrafo y enviar a esta computadora todo tipo de información. La computadora almacena todo este material y lo devuelve una vez por semana, mes, o año. Los grupos femeninos, a través de este mecanismo electrónico, pueden intercambiar sus experiencias y vivencias. Esto es tecnológicamente factible. Si no se hace es por dos razones. Primero, porque no existe tradición cultural. A los grupos de mujeres nunca se les ocurriría hacer esto de por sí. Segundo, porque el Estado no tiene ningún interés en este tipo de política. El gran debate del Estado es cómo fortalecer su estructura vertical. Y esto pasa tanto en un gobierno de signo dictatorial como uno democrático. No existen sistemas de comunicación en Ecuador; en realidad solo hay sistemas de información. Por ejemplo, la agencia nacional de noticias ecuatoriana, ¿tiene corresponsalías en el interior y en el exterior? No. Lo que tiene es gente que informa de lo que ocurre en la vida oficial, pero no tiene ningún sistema de obtener conocimiento sobre la vida cotidiana del país.

Observemos el sistema de radio y televisión ecuatoriana. ¿Cuáles son los personajes que aparecen en los noticiosos, en la economía o política? Son siempre los mismos y además, muy pocos. La TV ¿tiene capacidad de producción en el interior? No. Hay muy pocos equipos; eso sí, hay algunos en estudios centrales. La capacidad de filmar exteriores no está desarrollada. Por último, esta situación existe tanto en el Ecuador, como en otros países de la región.

J. B. Dr. Roberto Savio, aquí va una difícil. ¿Es cierto que grupos de intereses norteamericanos, el Departamento de Estado, trataron de "quebrar" a IPS?

R. S. Sí. Le voy a explicar. IPS certifica su balance presupuestario con una auditoría internacional, que este año la hace Price Waterhouse, que también certifica los rubros de la AP. Con esa auditoría eliminamos una campaña de desprestigio que se hizo en contra de IPS, por países muy importantes en 1982 y 1983.

J. B. ¿Podría ser más concreto?

R. S. Sí, claro. El General Haig y la señora Kirpatrick lanzaron oficialmente una campaña a través de sus embajadas, para que varios países cortaran relaciones y convenios con IPS. Como consecuencia de esto, perdimos en un período de tres meses, más del 60 por ciento de nuestro presupuesto.

J. B. ¿Qué países cortaron con IPS?

R. S. México fue uno de ellos. Teníamos un convenio muy importante de telecomunicaciones y de distribución a la embajada; y esto fue cortado de un día para el otro. De esa campaña de desprestigio salimos gracias a una investigación exhaustiva sobre la labor de IPS que nosotros mismos solicitamos y, además, pedimos que Estados Unidos nombrara al investigador.

J. B. ¿Cuál fue la acusación concreta?

R. S. Se acusaba a IPS de ser una agencia portavoz de gobiernos como Libia; que estaba financiada por los sectores más radicales del Tercer Mundo y comprometida con el Nuevo Orden Informativo más allá de lo normal; y por lo tanto no era una agencia bonafide. La investigación la cumplió el norteamericano Giffer que, en realidad, era un investigador blanco sudafricano, que estaba próximo a ser ciudadano norteamericano. La investigación ejecutada por la Universidad de Washington resultó muy positiva para IPS. Demostró que los rumores y la campaña coordinados por el Departamento de Estado sobre IPS eran falsos.

J. B. ¿Entonces IPS ya vive tranquila?

R. S. Sí. Ahora vivimos en una situación más tranquila, a pesar de que en nombre de la competencia —por decirlo así— siguen rumores y campañas falsas en contra nuestro. ■