

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.

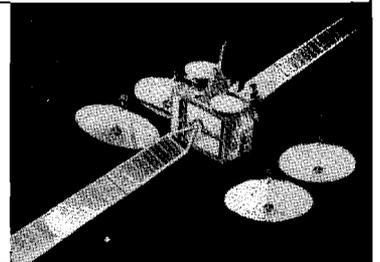
Doug Newson, CHASQUI, Pablo Portales

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.

Proceso de negociación

LA COMUNICACION EN PRIMERA LINEA

"En su definición más simple, la Comunicación es el arte de transmitir información, ideas y sentimientos de una persona a otra", señala Edwin Emery.

Esta y otras conceptualizaciones, que definen a la comunicación como un acto **vertical**, han sufrido los embates del análisis y de la crítica que, a través del tiempo, han aplicado otros autores. Por ejemplo, Luis Ramiro Beltrán, en su ensayo "Un Adios a Aristóteles: La Comunicación Horizontal", destaca que: "la crítica a estos modelos puede resumirse de la siguiente manera:

— Las definiciones y modelos tradicionales son unilineales, y proponen la noción mecánica de la comunicación como la transmisión de información de fuentes activas a receptores pasivos.

— Esos modelos se basan además en la noción errónea de que la comunicación es un acto, un fenómeno estático en el cual la fuente es la privilegiada.

— Los modelos, finalmente, inducen a confusión entre la información que puede transferirse por un acto unilateral (*one-way*) y la Comunicación, que es diferente y más amplia que la información, ya que su naturaleza bilateral (*two-way*) implica necesariamente interacción que busca comunidad de significados o conciencia".

Interesa entonces destacar, que el sistema comunicacional empleado en cada renegociación llevada a efecto hasta ahora, corresponde más bien al primer modelo, es decir lineal y vertical; ya sea que consideremos el que se produce entre acreedores y deudores; así como el que cada Gobierno emplea con sus pueblos.

Los organismos acreedores **imponen**, los representantes simplemente deben aceptar. Los gobiernos **informan**, los pueblos simplemente deben saber. Pero, si consideramos la necesidad que los Gobiernos tienen de un apoyo y sustento popular para variar su actitud frente a los acreedores y lograr mejores condiciones para su desarrollo, enton-

ces se debe aplicar el segundo modelo, es decir el de comunicación horizontal.

En Tanzania, en 1986, precisamente se aplicó este modelo, cuando su presidente convocó a las bases populares, gremios profesionales, sindicatos, etc., etc., para que cada segmento de la población dejara oír su voz en torno al tema de la deuda externa y planteara sus soluciones. El resultado fue que las autoridades adoptaron las políticas respaldadas por el pueblo.

Para aplicar este modelo de comunicación horizontal es conveniente considerar, además, las siguientes variables.

IDENTIFICACION DEL INTERLOCUTOR

Este es el primer paso. En toda confrontación, es imprescindible identificar al adversario para conocer sus virtudes y sus defectos; detectar cuáles son sus intereses prioritarios, sus carencias, sus relaciones. En definitiva, hay que elaborar un perfil de quién o quiénes son los que se hallan del otro lado.

Pero el adversario no es solamente aquel que desembozadamente intenta imponer condiciones, sino que es también aquel que a pesar de haber nacido en medio de nuestros pueblos, por su afán de lucro, lucha junto al primero (los acreedores).

Nuestra historia está llena de ejemplos. En el Ecuador, en el siglo pasado, existió un ex-Presidente, Jerónimo Carrión, que no vaciló en prestar la bandera de su patria, para que otro país, supuestamente neutral, pueda vender un barco a una potencia extranjera. El intermediario era un norteamericano, Charles Flint, quién a la sazón era Agregado Comercial de la Embajada de Estados Unidos en Santiago de Chile. La historia señala que este "patriota" ecuatoriano debía recibir 2.500,00 pesos de comisión.

CAPACITACION DE LOS NEGOCIADORES

En la década de los setenta, los países productores de petróleo —la OPEP— lograron imponer una revisión de precios en el mercado. En pocos años, el barril del petróleo subió de 4

dólares hasta colocarse a más de 30 dólares. Los países industrializados debieron aceptar las nuevas reglas impuestas por los exportadores. Pero al mismo tiempo empezaron a preparar sus estrategias a mediano y largo plazo para revertir esa situación.

Comisiones multidisciplinarias empezaron a laborar en ello, el problema fue analizado y tratado como una guerra, con todas sus características y posibilidades. Por ejemplo, las Universidades norteamericanas incluyeron en sus programas de estudio, cátedras dedicadas a enseñar "cómo dialogar y negociar con los países petroleros". De esa manera, lograron formar cuadros humanos capaces de entender y responder a los negociadores árabes.

En nuestros países, eso no ha sucedido. Ninguna Universidad latinoamericana ha considerado siquiera esta posibilidad, y si se estudia a la deuda externa es más bien como un ejemplo, antes que como una cátedra que merezca una atención permanente y sistemática.

BANCO DE DATOS

El éxito en una ronda de negociaciones, depende de lo bien informada que pueda estar la autoridad encargada de tomar decisiones. En los Estados Unidos existen decenas de organizaciones, públicas y privadas, que se encargan de recabar, acopiar y difundir información sobre este tema. A ellos se puede recurrir para conocer desde detalles triviales, como los perfiles de quienes participan en las negociaciones, hasta las condiciones aceptadas por los Organismos Internacionales de Crédito, los Bancos y los Gobiernos Deudores, en cada ronda de negociación en cualquier lugar.

En cambio, en América Latina, los datos que se pueden obtener son solo aquellos que las autoridades están interesadas en dar a conocer. En Argentina, hasta 1976, se publicaba en el diario oficial, todo el contenido de los contratos de la deuda externa, monto de los préstamos, plazos e intereses, condiciones, etc.; pero desde ese año solo se publica el Decreto Ejecutivo por el que se aprueba y exime de impuestos al contrato de préstamo. ■