

**EDUCACION PARA TODOS LOS POBRES****10**

Más de 270 millones de latinoamericanos son pobres-pobres. Necesitan y quieren educación. Los medios de comunicación —públicos y privados— deben ser responsables y ayudar. ¡Sí saben como hacerlo!

*Francisco Gutiérrez, Sheldon Annis, Paul Little, Hernando Bernal, Federico Mayor, Anne Bernard, Francisco Vio Grosso, R. H. Dave, A. M. Ranaweera, P. J. Sutton, Daniel Raffo, Lucía Lemos, Martha Rodríguez.*

**COMUNICACION E INTEGRACION****66**

América Latina unida, triunfará. Esa es la ley primera. Los medios de comunicación pueden convencer a los incrédulos y formar opinión pública.

¡Sumar, sumar y sumar!

*José Márquez de Melo, María Aquino, Marina Grunauer, Eduardo Martínez, Susana Santini, Juan Cevallos, Alberto Acosta, Peter Schenkel, Gino Lofredo, Jessica Ehlers, Luis E. Proaño, Fausto Jaramillo, Wilman Sánchez.*

**EDUCOMUNICADORES DE LA IGLESIA**

Attilio Hartmann, Juan Braun .....	56
José Joaquín Salcedo, Juan Braun .....	60

NOTICIAS .....	2	AFRICA .....	7
ACTIVIDADES DE CIESPAL .....	4	NUEVAS TECNOLOGIAS .....	8
EUROPA .....	6	LIBROS .....	99

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

**Carta del editor**

**M**iedo. Los latinoamericanos tenemos miedo. Los pobres tienen miedo de quedarse en pobres. Los ricos, de perder su poder y riquezas. La violencia, que resulta de la pobreza, del crimen organizado, la guerrilla y el narcotráfico, nos da mucho miedo.

A muchos políticos les da miedo enfrentarse a los causantes de la deuda externa. A ciertos medios de comunicación les da miedo publicar historias, con nombre y apellido, sobre corrupción y narcolavado.

Pero lo que más miedo da, es que ya "somos" 270 millones de latinoamericanos pobres-pobres. Una fuerza que

en algún momento puede despertar y arrasar con el orden establecido.

Todo este miedo, esta energía que genera, puede ser utilizada para bien. Es un toque de atención psicológico de que las cosas no van. Y que la sociedad, el ser humano, deben cambiar.

¡Basta de decirnos mentiras! Luchemos contra la pobreza y sus causas. Eduquemos a todos. Adoptemos los sueños de Bolívar de integración y unión. Utilicemos a los medios de comunicación para generar la revolución de la esperanza. Pero sin miedo.

Juan Braun

**DIRECTOR:** Asdrúbal de la Torre. **EDITOR:** Juan Braun. **DIRECTOR DE PUBLICACIONES:** Nelson Dávila. **ASISTENTE DE EDICION:** Wilman Sánchez. **COMPOSICION:** Martha Rodríguez. **DISEÑO:** Fernando Rivadeneira. **PORTADA:** Eduardo Kingman Jaime Pozo. **IMPRESO:** Editorial QUIPUS. **COMITE EDITORIAL EJECUTIVO:** Jorge Mantilla Jarrín, Peter Schenkel, Edgar Jaramillo, Fausto Jaramillo, Gloria Dávila, Lucía Lemos, Jorge Merino, Francisco Ordóñez. **CONSEJO ASESOR INTERNACIONAL:** Luis Beltrán

(Bolivia); Reinhard Keune (Alemania Federal); Humberto López López (Colombia); Francisco Prieto (México); Máximo Simpson (Argentina); Luis Rivera (Puerto Rico). Servicios Especiales de IPS. OIP, IJI. **Chasqui** es una publicación de CIESPAL que se edita con la colaboración de la Fundación Friedrich Ebert de Alemania Federal. **Apartado 17-01-884.** Quito-Ecuador. Teléfono: 544-624. Telex: 22474 CIESPL ED. FAX (593-2) 502-487.

# Comunicación e integración

**E**xiste un sentir general que si la América Latina no se integra, quedará fuera de las decisiones globales. Es más, que esta es la única forma para poder salir de la tremenda crisis económica y social que le afecta.

Los medios de comunicación deben participar en esta cruzada histórica. Porque la integración latinoamericana solo será posible, en la medida que reciba un decidido apoyo de la opinión pública de cada país ¡Y esta se hace!

Escriben: José Márquez de Melo, María Aquino, Marina Grunauer, Eduardo Martínez, Susana Santini, Juan Cevallos, Alberto Acosta, Peter Schenkel, Gino Lofredo, Jessica Ehlers, Luis E. Proaño, Fausto Jaramillo, Wilman Sánchez.





La TV y el cine difunden imágenes de bienestar y confort inalcanzables para el Tercer Mundo

(Revista News)

José Marques de Melo

## Investigación y cultura

La década de los 60 significó para América Latina el momento histórico en que las expectativas de superación del atraso, de la miseria y del subdesarrollo alcanzaron sus niveles más elevados. Tanto la acción de organismos internacionales como la ONU, UNESCO y FAO como los programas de cooperación norteamericana encabezados por AID, crearon expectativas de que era viable lograr un crecimiento económico y mejorar las condiciones de vida de la población del continente.

Dentro de este contexto, le corresponde un especial papel a la CEPAL, Comisión Económica para América Latina, órgano de las Naciones Unidas con sede en Chile, que realizó un conjunto de estudios y proyectos destinados a sensibilizar a los gobiernos latinoamericanos para adoptar cambios sustanciales en la planificación económica, La CEPAL, en poco tiempo, "se transformaba en símbolo del esfuerzo de la unión de América Latina en su lucha por escapar de las tenazas del subdesa-

**Los líderes nacionales deben convencerse de que la causa de la integración latinoamericana y el enfrentamiento político en contra de las naciones hegemónicas, deben ser conducidos con el apoyo popular de los medios de comunicación y la participación de la sociedad civil.**

rrrollo".<sup>1</sup> Su presencia se hace constante difundiendo la mística del desarrollo y contribuyendo en los esfuerzos nacionales o regionales comprometidos con la adopción de programas de inversiones, entrenamiento de recursos humanos y modernización de estructuras administrativas.

### DESARROLLO DE LAS COMUNICACIONES

En el campo específico de la comunicación, la UNESCO fomenta iniciativas articuladoras y movilizadoras con la finalidad de estimular el crecimiento de las redes nacionales de difusión masiva, renovar o formar equipos profesionales e investigar los fenómenos culturales implícitos en la actuación de los "mass media".

En 1961, durante la reunión de especialistas sobre el desarrollo de los medios de información de América Latina, realizada en Santiago de Chile, trascendió la convicción de que el arranque desarrollista tendría un punto

de sustentación importante en los sistemas de comunicación de masas.

Esa confianza en la potencialidad transformadora de los medios de comunicación fue acogida y difundida por CIESPAL, Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, con sede en Quito, Ecuador, a quien se le encomendó en particular, el capacitar a profesionales de empresas y agencias de comunicación para las tareas de desarrollo.

La imagen que se crea y difunde del fenómeno del desarrollo en los diferentes países, es que los cambios sociales se producirían con una cierta rapidez, apoyados por la "ayuda externa" y la "asistencia técnica". Además, las poblaciones urbanas, tentadas con los patrones de vida de las naciones económicamente avanzadas, por la vía del cine y de la televisión, comienzan a desear situaciones de confort y bienestar distintas a las de la región y a presionar a los gobiernos nacionales para su satisfacción.

José Marques de Melo, brasileño, Decano de la Escuela de Comunicación y Artes de la Universidad de Sao Paulo y Presidente de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación, ALAIC.

## EXPANSION TECNOLÓGICA

Convencidos de que la expansión de las redes de comunicación de masas podrían acelerar el desarrollo, los estados latinoamericanos crearon mecanismos para facilitar la importación de tecnología moderna que los colocara en la etapa de la "aldea global": Telecomunicaciones, transistores, TV a color, etc.

Al inicio de la década de los años 60, América Latina ya se encontraba en una situación relativamente favorable en cuanto a la disponibilidad de canales de comunicación: Con un promedio aproximado de 8 ejemplares de periódicos diarios, 10 receptores de radio, 4 asientos en los cines y 2 receptores de TV por cada 100 habitantes.<sup>2</sup> Al final de esa década y según la UNESCO, el continente ya no figuraba como área subdesarrollada en comunicación. Existían entonces 11 periódicos diarios, 17 receptores de radio, 3 cupos en los cines y 5 televisores, por cada 100 habitantes.<sup>3</sup> Y en la década de los 70 el crecimiento continuó.

**E**ste aparente avance comunicacional se contraponía con el estado de desarrollo socio-económico de regresión, cuando no de estancamiento, experimentado en muchos países. Furtado, en 1973, presentaba el siguiente diagnóstico: "En el cuadro altamente dinámico de la economía mundial, en las últimas dos décadas, América Latina surge como un caso especial de relativo estancamiento. Exceptuando los casos especiales, las economías de la región fueron seriamente afectadas aún cuando en grados diversos, por el descenso relativo del comercio internacional de productos primarios. En razón de la insuficiencia estructural de la capacidad importadora creada por esa tendencia básica, las economías procuraron diversificar sus estructuras productivas instalando industrias "sustitutivas de las importaciones. La industrialización latinoamericana tendió a asumir la forma de internalización de las actividades productivas ligadas al comercio interno, lo que vendría a marcar el desarrollo de la región en su fase actual".<sup>4</sup>

Se concluye inmediatamente que la expansión de los medios de comunicación en América Latina no afectó de modo directo la transformación de las estructuras sociales y económicas, en el sentido de crear el clima de productivi-

dad responsable por la generación de iniciativas capaces de asegurar mejores condiciones de vida a su población. Al contrario, el crecimiento y modernización del sistema de comunicación, ocurrieron paralelamente a un proceso de empobrecimiento de las masas urbanas, como resultado del modelo de desarrollo dependiente que aquí se instauró. Por otro lado, Prebisch ya había alertado en la reunión de Santiago de Chile sobre el papel relativo de la información de masas en el contexto desarrollista, sugiriendo que la utilización de las "técnicas modernas de difusión de ideas y de informaciones" era solamente una variable de un proceso más amplio: "La asimilación y adaptación de la técnica contemporánea a las condiciones de América Latina".

## TRABAJO PIONERO DE CIESPAL

La investigación pionera sobre el contenido de los periódicos de prestigio de los principales países de la región, realizada por el CIESPAL en 1967, ya apuntaba hacia una tendencia anti-desarrollista, más a tono con el refuerzo de las situaciones de evasión o escapismo de las grandes masas y poco comprometida con los esfuerzos de promoción del crecimiento económico.<sup>5</sup> Ese patrón persistiría y se ampliaría para los canales electrónicos y audiovisuales que, combinando imagen y movimiento, fascinan y seducen a sus audiencias, diseminando comportamientos frívolos y triviales, lo opuesto a la movilización popular para sostener y hacer avanzar las iniciativas de los equipos gubernamentales dirigidos al desarrollo económico.

En este sentido Beltrán denuncia la postura de los medios contraria al desarrollo: "Los medios de comunicación de masas en América Latina son en su mayoría, indiferentes o contrarios a los fines del desarrollo nacional en mucho mayor grado de lo que pudiera favorecerlo".<sup>6</sup>

**C**onsecuentemente, se frustró toda una esperanza alimentada por comunicadores y planificadores que confiaban en las posibilidades de multiplicar las expectativas de participación popular en los destinos nacionales y en la conducción de los gobernantes al tomar decisiones consecuentes con las metas de acumulación de capital y redistribución de renta en conformidad con las directrices emanadas de la CEPAL.

## LAS ELITES

Esta situación se explica, por una parte, por la coyuntura política dominante en la mayoría de los países donde los intereses de las élites dirigentes se orientan más hacia la realización de cambios en la fachada de la edificación social, consustanciando aquello que Riberro denomina "modernización refleja".

El proceso de industrialización no ocurre de manera autónoma y se da en asociación con empresas multinacionales que pasan a producir allí los bienes de consumo antes importados. Por otro lado, se debe a la circunstancia de que los



medios de comunicación ya existentes y aquellos que van surgiendo después, constituyen propiedad de esta misma élite económica. Luego, su manejo informativo no obedece a aquellas directrices idealizadas por los planificadores estatales o vinculados a las agencias internacionales de desarrollo, sino que se orienta hacia el estímulo al consumo de los bienes fabricados por sus industrias y a brindar sustentación política a los gobiernos que garantizan sus beneficios clasistas.

Furtado llega a la triste constatación de que: "La experiencia de las últimas dos décadas en América Latina sirvió para demostrar de forma cabal que el desarrollo es menos un problema de inversiones que de creación de un sistema económico articulado y capacita-

do para auto-dirigirse. La hegemonía que ejercen los EE.UU. en América Latina, al reforzar sobremedida las estructuras anacrónicas de poder, constituye un serio obstáculo al desarrollo de la mayoría de los países de la región"<sup>7</sup>

#### ESTRATEGIA FALLIDA

Conviene, a estas alturas, retomar la esencia de las tesis de Lerner y Schramm que sirvieron de base al esfuerzo de la UNESCO para justificar el desarrollo de las comunicaciones como promotor del clima para el desarrollo so-

En las economías concentradoras de renta vigentes en América Latina, se constata que los sistemas de comunicación de masas difunden patrones de comodidad y bienestar que no son accesibles a la mayoría de la población, sino tan solo a su segmento privilegiado. Y naturalmente los programadores de los contenidos divulgados estratégicamente disimulan su alcance, estimulando la evasión y provocando la catarsis. Sin embargo, eso no ha bastado para bloquear el deseo de las grandes masas poblacionales de beneficiarse de las con-

resultantes de la insatisfacción de las masas que permanecían al margen del progreso, pero informadas y conscientes de su realidad. "El radio transistor dio origen a una revolución en el sentido de la toma de conciencia. Millones de personas que vivían aisladas por la ignorancia y por la distancia entre sí saben ahora que existen otras formas de vida que algunos privilegiados están disfrutando. Estas personas ya no se satisfacen con aceptar como inevitables los patrones del pasado. Ellas quieren participar de los privilegios del progreso; quieren un mundo mejor para sus hijos; además han escuchado las promesas incumplidas. Sus frustraciones se están transformando en un creciente sentido de injusticia y desilusión".<sup>8</sup>

Desde entonces se tornaba evidente el agotamiento del modelo desarrollista patrocinado por las agencias internacionales. Tanto es así que Furtado lo calificaría de "mito" históricamente irrealizable.<sup>9</sup>

**C**reció, inevitablemente, en los niveles de liderazgo progresista de las sociedades latinoamericanas, la conciencia de que los cambios ocurridos en la región condujeron a un modelo de "desarrollo dependiente", marcado por la modernización de los estilos de vida de las minorías privilegiadas y por la formación de los cinturones de miseria de las grandes ciudades.

Se confirma, por tanto, la advertencia hecha por Raúl Prebisch argumentando que los medios de difusión, podrían agudizar la exposición de las poblaciones latinoamericanas a patrones de bienestar que las sociedades nacionales no estaban en condiciones de propiciar colectivamente. De ahí su llamado para comprometer las nuevas estructuras de comunicación con los programas y proyectos destinados a movilizar los esfuerzos nacionales en la lucha contra el subdesarrollo. Ni los "mass media", a no ser de forma residual, asumieron esa postura, ni los gobiernos nacionales la continuaron. El resultado fue el surgimiento de acciones políticas autoritarias para enfrentar los conflictos sociales pronosticados por Rockefeller y la dependencia de la planificación económica nacional en casi toda la región, de un modelo de desarrollo dependiente, cuyo síntoma más importante fue el creciente endeudamiento externo.



**CIESPAL impulsó los amplios debates internacionales sobre comunicación en la región.**

cioeconómico. El modelo concebido por los investigadores norteamericanos consistía en reproducir en los países del Tercer Mundo la dinámica modernizadora ocurrida históricamente en Europa Central y más recientemente, en los EE.UU., Japón, Australia, etc.

La estrategia propuesta se iniciaba con el despegue industrial y se completaba con la movilización participativa de los ciudadanos nacionales interviniendo en la decisión democrática referente al rumbo que tomaría el desarrollo.

Varios factores demostraron, con el correr del tiempo, que ese transplante temporal y espacial del modelo de desarrollo occidental (básicamente europeo/norteamericano), no era viable en América Latina.

diciones de vida que aprendieron a ver y a conocer en la televisión, en el cine o en las revistas ilustradas.

Se confirma así la alerta dada por Lerner, sobre la rapidez con que la "revolución" de las expectativas crecientes, desencadenada por la popularización de los canales de mediación simbólica, puede conducir a la "revolución de las frustraciones crecientes", si la expansión de las redes nacionales de comunicación masiva no fueren correspondidas por alteraciones estructurales en la sociedad, que haga más equitativas las oportunidades de acceso de los ciudadanos a los beneficios de la modernización.<sup>7</sup>

En 1969 al visitar América Latina en misión oficial, Rockefeller se mostró sorprendido y alarmado con los efectos

## COOPERACION LATINOAMERICANA EN COMUNICACION Y CULTURA

La toma de conciencia sobre la gravedad de la coyuntura económica latinoamericana, despertó la acción de sus mejores líderes nacionales y comenzó a producir efectos en el plano político. Al admitir que la crisis del "crecimiento sin desarrollo" solo puede ser enfrentada en forma colectiva, los estados latinoamericanos propiciaron el establecimiento del SELA, Sistema Económico Latinoamericano. Algunos gobiernos advirtieron las contradicciones existentes y buscaron soluciones negociadas.

El camino de la **integración regional** y de la creación de vínculos de solidaridad entre los diferentes países, enseña una estrategia viable para subsanar los efectos del "desarrollo dependiente y buscar mecanismos de aceleración de las transformaciones indispensables hacia otro tipo de desarrollo, que potencialice las riquezas regionales y las convierta en factores de satisfacción de las necesidades básicas de sus poblaciones.

El SELA asumió dos compromisos a ser cumplidos por las comunicaciones en el proceso de integración regional:

a) Fomentar la cooperación latinoamericana para la creación, desarrollo, adaptación e intercambio de tecnología e información científica, así como el mejor aprovechamiento de los recursos humanos de educación, ciencia y cultura.

b) Promover el desarrollo y la coordinación del transporte y de las comunicaciones, especialmente en el ámbito intraregional.

**L**a perspectiva del agotamiento de los recursos naturales no renovables y el vertiginoso crecimiento de la deuda externa de los países del Tercer Mundo, constituyen variables de una coyuntura política singular para América Latina y el Caribe. Buena parte de la deuda externa recae sobre países de la región, fuente de varios recursos naturales de los cuales dependen los países centrales. Esta circunstancia puede ser utilizada por los países latinoamericanos, en la negociación conjunta con las potencias industrializadas, especialmente los EE.UU.

Así, la cooperación latinoamericana tiene hoy la nítida proyección de un pacto entre países deudores (respaldados económicamente por las riquezas

naturales codiciadas por la metrópolis), cuyo "diálogo" con sus acreedores internacionales no puede realizarse en el lenguaje bancario convencional, sino que debe utilizar el simbolismo político del intercambio diplomático.

Las iniciativas ya manifestadas en los entendimientos entre jefes de Estado y en las conversaciones mantenidas por los representantes gubernamentales en los distintos foros internacionales y continentales, fueron correspondidas por la cobertura de los medios de comunicación de masas de la región, de manera de armonizarla con la opinión pública de cada país.

Pero, la participación de los "mass media" en esa campaña histórica no llegó a tener una articulación consecuente y consistente, convirtiendo las tímidas reacciones de los signatarios estatales en meros episodios de la aventura periodística cotidiana.

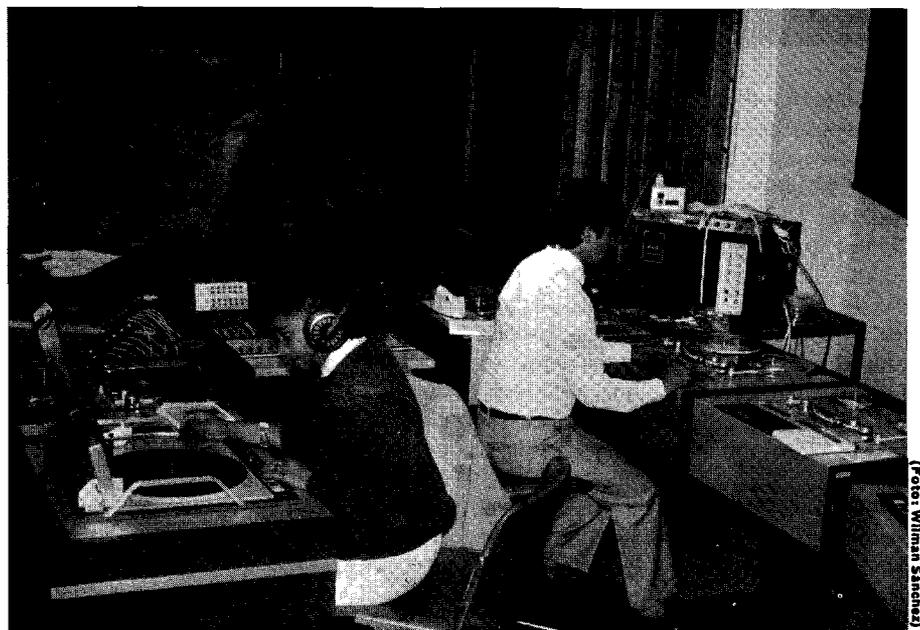
Es comprensible que las etapas de una bien tramada movilización política, deban ser preservadas estratégicamente cuando se traducen en una confrontación sobre los límites de una institución cerrada. Ese es el caso del conflicto de América Latina frente a los países industrializados. Tanto es así que las agencias transnacionales de noticias y las redes públicas de información Norte-Sur, se encargan de dar a las poblaciones versiones e interpretaciones de los hechos, astutamente orientadas a debilitar la acción de los gobiernos y a "enfriar" el entusiasmo patriótico que pudiera eventualmente canalizar las movilizaciones populares.

**A** los líderes nacionales les falta la convicción de que la causa de la integración latinoamericana y el enfrentamiento político de las naciones hegemónicas deben ser conducidos con el apoyo popular de los medios de comunicación y la participación de la sociedad civil. Algunos dignatarios optan por la vía diplomática convencional y buscan canales discretos que amorticen el impacto de las posibles reivindicaciones. Esa es una visión equivocada, porque las evidencias históricas demuestran que las potencias económicas no dudan en recurrir a las armas de la persuasión de masas, para desmoralizar los liderazgos consecuentes del Tercer Mundo y desestabilizar a los gobiernos que amenazan su primacía imperialista.

Por ello, la integración latinoamericana solo será posible en la medida que es respaldada intensamente por la opinión pública de cada país. Se trata no solo de convocar a los ciudadanos latinoamericanos para cerrar filas alrededor de sus líderes gubernamentales, sino de convencerlos democráticamente de que esa causa es justa y necesaria.

## VIGOR COMUNICACIONAL DE LA REGION

El papel a desempeñar por los sistemas nacionales de comunicación, en ese proceso fundamental para construir la unidad de la acción política en América Latina y el Caribe, es decisivo. No hay lugar para la vacilación sobre los pasos a seguir. Es urgente lograr la optimización y coordinación de las



Los sistemas nacionales de comunicación son fundamentales para la integración

[Foto: William Sánchez]

potencialidades existentes en la región y organizarla para tal fin.

El vigor comunicacional de América Latina, concentrado en algunas áreas, necesita ser agilizado. La región dispone hoy de complejos culturales que ofrecen a las respectivas poblaciones nacionales, mensajes e información producidos de acuerdo con los valores de la cultura y tradiciones. Esos productos comienzan a circular residualmente en algunos países, ocupando lugares privilegiados en la preferencia de los consumidores, como es el caso de las telenovelas brasileñas, del cine cubano, los discos venezolanos, libros argentinos y fotonovelas mexicanas. Pero esos productos encuentran resistencia para su expansión en la estructura monolítica controlada por las transnacionales europeas y norteamericanas. De la misma manera, hay artefactos tecnológicos disponibles en el campo de la informática y de la diseminación de datos que pueden satisfacer las necesidades inmediatas de consumo de la Región.

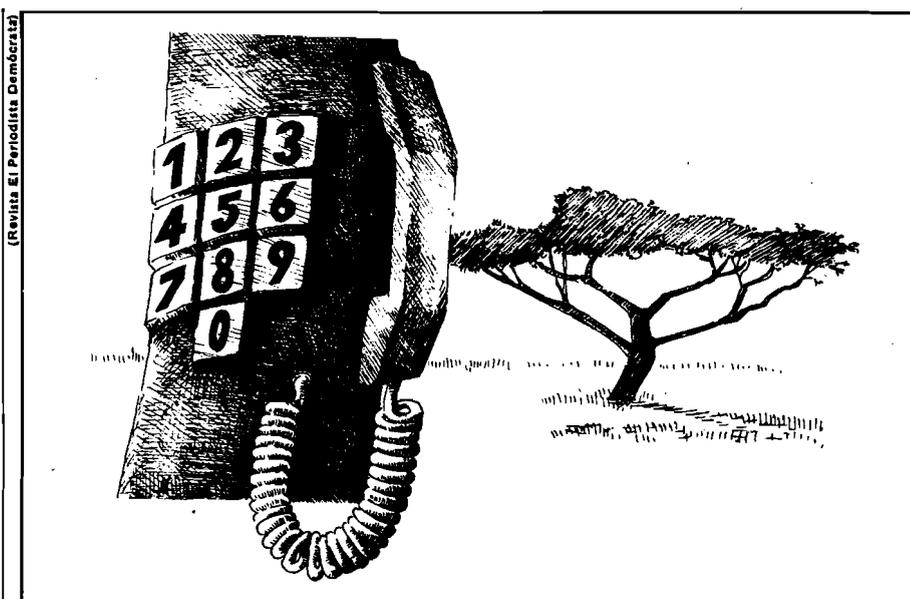
La producción cultural, tecnológica y científica, debe convertirse en una prioridad dentro de la región. Para ello, los estados nacionales necesitan agilizar sus mecanismos fiscales y aduaneros, creando estímulos para los artículos latinoamericanos y haciéndolos competitivos con productos similares norteamericanos y europeos.

El impacto de esa expansión de la industria cultural latinoamericana, neutralizaría la invasión tecnológico-educativa de las industrias cuyas sedes están en los países centrales y que reflejan indudablemente sus propios valores.

La cooperación latinoamericana en los campos de la comunicación, cultura, información y educación, debe volcarse hacia la producción del conocimiento sobre esas realidades y ofrecer subsidios para su evaluación por los gobiernos nacionales.

#### RESULTADOS INCIPIENTES EN INVESTIGACION

Aunque la investigación de la comunicación tiene vigencia en el continente desde hace ya un cuarto de siglo, lamentablemente sus resultados son todavía incipientes, dispersos y no ofrecen indicadores suficientes para elaborar un diagnóstico latinoamericano. Los esfuerzos investigativos de las universidades, institutos de investigación, movimientos sociales y hasta de organismos



estatales, son muy frágiles por la ausencia de una articulación institucional y por el carácter fragmentario que presentan, distantes de generalizaciones o extrapolaciones.

Tampoco existen directrices claras en el sector de tecnologías. Faltan iniciativas destinadas a la fijación de directrices que realicen el ordenamiento y el control indispensable de acuerdo a los intereses nacionales. Si el SELA y otros organismos de coordinación regional no adelantan acciones de esa naturaleza, los desafíos persistirán, las incertidumbres se agravarán y, simultáneamente, aumentarán las señales de impotencia política que atan a América Latina y el Caribe a un tipo de fatalismo inmovilizador y castrense.

Las tareas prioritarias en ese sector no pueden ser postergadas. Hay que impulsar acciones como: Campañas intensas de opinión pública, intensificación y articulación de la investigación sobre el funcionamiento y el impacto de las tecnologías de comunicación. Es necesario aún aclarar que no son proyectos circunstanciales; y que requieren para su realización de continuidad, respaldo financiero y participación de las comunidades científicas y profesionales.

¿A quién le corresponde realizarlas? Naturalmente a los estados latinoamericanos cuya fuerza institucional tiene capacidad para movilizar universidades, empresas privadas, instituciones sociales y partidos políticos, en un esfuerzo combinado de cooperación y fortalecimiento de los lazos de solidaridad continental.

Las comunicaciones siguen jugando un papel decisivo en la conformación de la identidad nacional y en la conducción de las sociedades para protagonizar episodios históricos. Pueden movilizar sentimientos y emociones para impedir el progreso o pueden despertar motivaciones para acelerar el desarrollo de las naciones. La clave está en saber quién controla y orienta los mecanismos de decisión.

#### PERSPECTIVAS

Crece la conciencia de que el enfrentamiento de la situación actual de recesión económica conduce, inevitablemente, a la integración de los países latinoamericanos. Los parámetros establecidos por la Comunidad Europea y las proyecciones de un mercado norteamericano (Estados Unidos, Canadá y México) inducen a los gobiernos de América Latina a la formulación de estrategias integracionistas.

Ejemplo de eso es el proceso de articulación política y cooperación económica gestado a partir de 1986, por Brasil, Argentina y Uruguay. Se trata de una iniciativa destinada no solo a la superación de las barreras comerciales que todavía persisten entre los tres países, pero también decisiones para el fortalecimiento de sus experiencias democráticas.

El acuerdo firmado por Sarney y Alfonsín, revitalizando la Declaración de Iguazú de noviembre de 1985, tiene cuatro motivaciones:

- Impulsar el crecimiento económico;
- Consolidar el proceso democrático;
- Avanzar hacia la modernización;
- Contribuir para la integración regional.

Históricamente, se trata de impulsar las iniciativas anteriores de integración regional, cuyo primer instrumento fue el Tratado de Montevideo de 1960. En aquel momento fue creada la ALALC, Asociación Latinoamericana de Libre Comercio, inspirada por las tesis "cepalinas" que recomendaban la sustitución de importaciones como forma de mantener el crecimiento de la región y, al mismo tiempo, ampliar el parque industrial ya en funcionamiento en varios países.

#### MAS PRACTICA MENOS RETORICA

A pesar de que esos esfuerzos de integración latinoamericana han sido marcados por la frustración de resultados, existe hoy una creencia en las potencialidades coyunturales. Los acuerdos firmados entre Brasil y Argentina demuestran que se sobrepasó la esfera puramente comercial. Habrá que evitar la utilización de una retórica triunfalista,

casi siempre creadora de expectativas de falsos resultados inmediatos. Las estrategias persuasivas usadas en el pasado para fortalecer la idea de la integración latinoamericana fueron ineficaces, creando la sensación de que ese tipo de proyecto pertenece apenas a los discursos oficiales, siendo irrealizables en la práctica.

Los actuales esfuerzos de integración de los países de América Latina, no pueden equivocarse sobre las variables comunicacionales, tanto aquellas relativas a la infraestructura operacional, hoy bajo el impacto de las nuevas tecnologías, como a las otras de naturaleza socio-política. Estas comprenden flujos de difusión masiva que modelan la opinión pública e influyen decisivamente en el comportamiento colectivo, factor imprescindible para accionar los cambios en la economía y en la cultura.

En ese sentido, un importante primer paso fue dado en agosto de 1989, cuando los Ministros de Cultura de los países latinoamericanos tuvieron un encuentro en Brasilia para acelerar la creación de un mercado latinoamericano de productos culturales. Hoy el continente tiene un mercado compuesto

por mil millones de consumidores culturales. Lo que se debe intentar es que empiecen a consumir, preferentemente los productos culturales de la región. ■

#### REFERENCIAS

1. Furtado, Celso, *A fantasia organizada*, Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1985.
2. UNESCO, *Los medios de información en América Latina: Factor de desarrollo económico y social*, París, 1961.
3. Frey, Frederick W., *Communication and Development*, in: *Sola Pool y Schramm*. Eds. *Handbook of Communication*, Chicago, Rand McNally, p. 337-442.
4. Furtado, Celso, *A Hegemonia dos Estados Unidos e o Subdesenvolvimento da América Latina*, Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1973.
5. CIESPAL, *Dos Semanas en la Prensa de América Latina*, Quito, 1967.
6. Beltrán, Luis Ramiro, *Anotações para um diagnóstico de Comunicação Social na América Latina*, Brasilia, Ministerio de Agricultura, 1971.
7. Lerner, Daniel, *The Passing of Traditional Society - modernizing the Middle East*, New York, The Free Press (Consultada a edicao em brochura, lançada em 1964, contendo novo prefacio do autor).
8. Rockefeller, Nelson, *Relatório Rockefeller*, Rio de Janeiro, Jornal do Brasil, 11/11/1969.



# NUEVA SOCIEDAD

SEPTIEMBRE-OCTUBRE 1990

Nº 109

Director: Alberto Koschützke

Jefe de Redacción: Sergio Chejfec

COYUNTURA: **Rolando Araya Monge**. Costa Rica ante un nuevo reto. **Bruce M. Bagley / Juan G. Tokatlian**. Colombia, el dilema de la droga.

ANÁLISIS: **Roberto Guimarães**. Brasil vuelve al banquillo: la ecopolítica de la destrucción en la Amazonia. **Yves Pedrazzini/Magaly Sánchez**. Nuevas legitimidades sociales y violencia urbana en Caracas. **Jorge Rodríguez Beruff**. La cuestión militar en Puerto Rico, ¿sirve el plebiscito? **Michael Dauderstädt**. 1992 o el abandono europeo del Tercer Mundo.

POSICIONES: Retos y desafíos del sindicalismo para el año 2000. Conclusiones de la Conferencia Internacional CIO/SL/ORIT, CISL, OIT. Comisión Andina de Juristas. Narcotráfico. Realidades y Alternativas.

TEMA CENTRAL: **Elvio Gandolfo**. Montevideo sexual. Una reflexión a pie. **María Ladi Londoño**. Sexualidad femenina como práctica de la libertad. **Carlos Monsiváis**. Control y Condón. La revolución sexual mexicana. **Michel Maffesoli**. La prostitución como forma de socialidad. **Sandra Lidia C.** Sida, empuje conservador e indiferencia. **Néstor Perlongher**. Avatares de los muchachos de la noche. **Marlene Sandoval V.** Prostitución infantil. Inhalación y miedo. **Tamara Carvalho**. Hippie de ayer, Yuppie de hoy. Disciplina sexual y canon corporal. **Mabel Bellucci**. Anarquismo, sexualidad y emancipación femenina. Argentina alrededor del 900.

DOSSIER: Rodeos a la sexualidad.

#### SUSCRIPCIONES

(incluido flete aéreo)

América Latina

Resto del Mundo

Venezuela

ANUAL

(6 núms.)

US\$ 30

US\$ 50

Bs. 500

BIENAL

(12 núms.)

US\$ 50

US\$ 90

Bs. 900

PAGOS: Cheque en dólares a nombre de NUEVA SOCIEDAD. Dirección: Apartado 61.712 - Chacao-Caracas 1060-A. Venezuela. Rogamos no efectuar transferencias bancarias para cancelar suscripciones.