

La comunicación y el modelo transnacional de desarrollo

Somavia, Juan

Juan Somavia: Chileno. Director Ejecutivo del Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales (ILET).

Es un hecho ampliamente demostrado que las empresas transnacionales no sólo venden productos sino también cultura: o sea, un modo de vida, un estilo de consumo, determinadas aspiraciones sociales, una cierta percepción de sí mismo y del mundo, e implícitamente determinados parámetros para la organización política de la sociedad. La cultura transnacional la encontramos al mismo tiempo en Venezuela, Singapur, Nigeria, Filipinas, Francia y Estados Unidos.

Las principales empresas transnacionales que operan en el mundo cubren prácticamente todo el espectro de la actividad humana, desde la explotación de recursos naturales y la producción de bienes y servicios, hasta la enseñanza, la información y la comunicación, pasando por la publicidad, el entretenimiento, el deporte, el turismo y el uso del tiempo libre.

Las 24 horas típicas de un consumidor transnacional contienen la presión sistemática y permanente de los valores de un modelo de vida transnacional, extranjerizante y elitista. Esta situación se asemeja cada vez más al 1984 de Orwell, en donde la manipulación del individuo, la presión subliminal, la socialización inconsciente y la oferta de una especie de El Dorado Transnacional, se transforman en los elementos claves de la implantación de un modelo de desarrollo orientado por las minorías nacionales del Tercer Mundo en su propio beneficio y del sistema transnacional del cual son parte integrante.

Pero, ¿cuál es el modelo que se nos ofrece? Básicamente un modelo de desarrollo mimético. Se nos propone para el Tercer Mundo como apto, necesario y conveniente que imitemos el modelo de desarrollo de los países capitalistas industrializados, convenientemente "adaptado y adecuado", para que se conforme a las características locales. Lo que no se puede cambiar, sin embargo, es su lógica interna, su racionalidad integradora, la ideología central que lo sustenta: el principio de que la economía y las relaciones sociales se organizan y despliegan sobre la base del mercado y de las llamadas "leyes" de su funcionamiento. En este marco, por principio, el capital es más importante que el trabajo en el proceso

productivo; la empresa privada es más eficiente que el sector público para administrar la economía; hay que crecer primero y distribuir después; el gasto privado es más productivo que el gasto público y otras afirmaciones semejantes. Todo ello envuelto en la mitología fundamental de que el capitalismo transnacional libera al individuo y le permite ser dueño de su propio destino. Se termina, así, por radicar el concepto de libertad en la capacidad de consumir, en una cuasi exhortación bíblica de que "el consumo os hará libres".

De esta manera, en verdad se busca concentrar en unas pocas y míticas manos la acumulación de capital y la capacidad de producción a nivel mundial, para que en el futuro de ellas salga el paternal desarrollo que asegurará el bienestar de todos. Los pueblos que viven esta experiencia han podido observar cómo también el ingreso se concentra cada vez más en poder de los menos en un proceso creciente presentado a la gente como la condición "natural" del desarrollo. Sin embargo, no se trata de un mero disfraz lógico: este proceso de acumulación de capital ha requerido en el pasado, requiere en el presente la garantía de una simultánea concentración del poder político, traducido en regímenes tan excluyentes de las mayorías como la economía transnacionalizada. Podemos dar este asunto por sabido, pero todavía no hemos hecho suficiente hincapié en la red de meditaciones ideológicas que ocultan la evidencia de la falacia del desarrollo transnacional como alternativa del Tercer Mundo.

En el tejido de esta red, los medios de comunicación transnacionales tienen una función determinante. Así, se hace necesario comprender la evolución que ha tenido el impacto social de la información desde los debates de la Segunda Post-Guerra Mundial hasta nuestros días, y su actual forma de organización internacional.

A diario nos encontramos con informaciones distorsionadas (si las calificamos con un lenguaje académico) o simplemente "chuecas" (si usamos un lenguaje más cotidiano). Ello es particularmente relevante en la relación entre el Tercer Mundo y el mundo industrializado. Con razón el informe RIO, que fue coordinado por el eminente Premio Nobel de Economía, Jan Tinbergen, dice al respecto:

"La opinión pública en los países industrializados no accederá en forma genuina a una información completa respecto al Tercer Mundo, a sus demandas, aspiraciones y necesidades, hasta que las normas de la información y de la comunicación sean liberadas del sensacionalismo mercantil y de la presentación de las noticias que las caracterizan, y se desembaracen de los prejuicios etnocentristas. La liberación de la

capacidad de la información debe concebirse como un elemento clave en los esfuerzos tendentes a instaurar un nuevo orden internacional. Es necesario considerar también como las peores características del sistema vigente a las prácticas discriminatorias y monopolística, inherentes a la manera en la cual se difunden en la actualidad las noticias internacionales..."

Es evidente, afirma el informe RIO. "que es necesaria una reforma".

LA EVOLUCIÓN DEL SIGNIFICADO SOCIAL DE LA INFORMACIÓN

Cuando el tema de la información se discutió internacionalmente en el curso de la década de los 40, se actuó bajo el peso de la experiencia en la manipulación informativa creada por el nazifascismo. Fue con la inmediatez de tales antecedentes que los países miembros de Naciones Unidas en aquella época definieron el alcance de la libertad de expresión y opinión. El ámbito socio-político de hoy es sustancialmente distinto cuando se ponen en debate los principios relacionados con la comunicación, el flujo informativo y la libertad de expresión. El testimonio de los nuevos países del Tercer Mundo sobre las formas de neocolonialismo, la dimensión alcanzada por los medios de comunicación en distintos marcos sociales y la expansión de sus tecnologías, obligan al análisis del problema desde una perspectiva más amplia. Los medios de comunicación han pasado a ser "agentes de influencia" cultural y social. Su presencia engloba y atraviesa todas las estructuras sociales, para adquirir una omnipresencia permanente y activa en la vida individual y colectiva de las sociedades. Como señala Rafael Roncagliolo ¹, han pasado a ser un instrumento de socialización casi más importante que la escuela, la familia o las iglesias. El motor principal de esta transformación ha sido el desarrollo extremadamente intenso de la tecnología de las comunicaciones. La generalización de la radiodifusión, el surgimiento avasallador de la televisión. La capacidad de transmisión directa vía satélite, y el perfeccionamiento de la transmisión telegráfica, a lo cual se agregan los importantes avances en el campo de las comunicaciones físicas y la capacidad organizativa y multiplicadora aportada por la tecnología de computación y de informática, han cambiado radicalmente el significado y el impacto social de las comunicaciones en la sociedad contemporánea. Aun cuando seguimos usando las palabras: "información", y "comunicación", éstas se aplican hoy a fenómenos sociales radicalmente diferentes de aquellos que se describían con estos mismos

¹Roncagliolo, Rafael. "COMUNICACION: Cambio Social y Necesidades de un Nuevo Marco Conceptual". México, D.F. Septiembre de 1977. Presentado en el seminario **La Comunicación Internacional y la Participación del Tercer Mundo: un marco conceptual y práctico**. Amsterdam, 5-8 de septiembre de 1977.

términos en la década del 40. Estamos encasillados - de hecho - dentro de un lenguaje que es incapaz de reflejar su significado global y total actual. Basta pensar, que tanto la paloma de Reuters como el último satélite de comunicaciones, se llaman igualmente "información", pero sus efectos sociales son sustancialmente distintos. La transformación de las comunicaciones en un **agente de influencia social** fundamental dentro de las sociedades y en la relación entre los pueblos plantea, en consecuencia, un sinnúmero de interrogantes vitales y justifica la necesidad de definir con claridad el marco conceptual dentro del cual se deben situar estos nuevos fenómenos.

La influencia de los cambios mencionados se ha visto reforzada por la forma concreta de organización que fue adquiriendo el proceso de comunicación internacional. La selección, procesamiento y transmisión de información pasó a ser una industria en continua expansión, adquiriendo la estructura organizativa de una empresa transnacional y aplicando la racionalidad mercantil en sus decisiones empresariales. Por esta vía, la comunicación internacional - vista desde el Tercer Mundo - pasó a ser un componente más de la estructura transnacional de poder. A los instrumentos de dominación política y económica, se agregó el potencial transnacional de comunicaciones. El sistema transnacional de comunicaciones es un todo: incluyendo agencias de noticias, empresas de publicidad y bancos de datos; y también el suministro de servicios de recuperación de información, programas de radio y televisión, películas, radiofotos, revistas, libros e historietas y **comics** de circulación internacional. Sus distintos componentes, que tienen mayoritariamente su origen en, los países industrializados, se refuerzan los unos a los otros, estimulando en su conjunto las aspiraciones del consumidor a alcanzar formas de organización sociales y estilos de vida imitativos de los países de mercado industrializados, que la experiencia ha demostrado que sólo se pueden reproducir en los países del Tercer Mundo sobre la base de una alta y creciente concentración de ingresos en pocas manos y de inaceptables desigualdades sociales. Al mismo tiempo, la "presión informativa", procedente de tantos diversos orígenes, aparentemente sin relación entre ellos, pero sustantivamente coherentes, va eliminando la capacidad de juicio crítico. El proceso de comunicación, entonces, se transforma para la gente en algo así como un teatro que se observa, pero en el cual no se participa. En esas condiciones el público se va convenciendo de que el modelo transnacional de consumo y desarrollo es históricamente inevitable. Por ello, el sistema de comunicaciones transnacional tiene una preponderante influencia cultural.

Así, la confluencia entre el desarrollo tecnológico de las comunicaciones y su organización transnacional dio a estas empresas una particular y extraordinaria característica: el ser entes extranjeros en los países donde operan y a la vez constituirse en agentes de influencia social fundamental al interior de esas sociedades a las cuales son ajenas. No hay que buscar motivaciones maquiavélicas ni conspiraciones contra el libre flujo de la información para comprender que, inevitablemente, esta situación conduciría a los serios conflictos que hoy presenciamos. Se ha dicho y reiterado: lo necesario es promover un **verdadero libre flujo** multidireccional y multidimensional. Pero el problema de fondo es mucho más profundo y vital: es el problema de la identidad cultural de las sociedades. El nudo de la cuestión radica en ser capaces de encontrar en el Tercer Mundo el equilibrio adecuado entre el desarrollo y reforzamiento cultural endógeno de cada sociedad resaltando sus valores, tradiciones y capacidades; y la interacción cultural con otras sociedades que sin duda tienen - en un mundo interdependiente - elementos y aspectos positivos que aportar. Frente a la búsqueda del nivel óptimo de esa tensión creativa, que no busca la autarquía y que no acepta el vasallaje cultural, surgen nuevamente las transnacionales de la comunicación con su tremendo poderío e influencia; y el diálogo se hace difícil. Las transnacionales de la información y el entretenimiento se envuelven con el principio del libre flujo y ofrecen la última tecnología. Los mejores y más modernos programas, la información transmitida más rápidamente, la publicidad **ready-made** y todas las ventajas del sistema transnacional de comunicación. Así, bajo la protección del libre flujo se instala la industria cultural transnacional: fuerte, poderosa y eficiente. Y comienza a influir sobre la realidad social local: desde misión imposible hasta el hombre biónico; desde Kissinger hasta la princesa Carolina de Mónaco. Al relevar y destacar sistemáticamente los valores, la visión y los personajes de la cultura transnacional, se instrumenta la función de agente de influencia social fundamental que ha adquirido la comunicación internacional contemporánea. Cuando se trata de reaccionar ocurre que a estas alturas los intereses comerciales que promueven la venta de programas y servicios informativos se han confundido - en una simbiosis extraordinaria semejante a las piruetas de Houdini - con el intocable principio del libre flujo. Así, no aceptar el total del paquete comercial que ofrecen las transnacionales de la comunicación, es casi equivalente a violar la libertad de expresión.

Por todo esto, es indispensable abordar el análisis de la comunicación internacional dentro del marco transnacional y de los intereses económicos en juego, porque la confusión entre la defensa de los principios y los objetivos mercantiles es evidente.

La industrialización transnacional de la cultura y las comunicaciones ha traído consigo una verdadera mutación biológica en el orden jurídico. La mayoría de las constituciones del mundo, como asimismo las resoluciones internacionales, colocan en primer lugar - y lo resaltan como el derecho fundamental en materia de libertad de expresión e información -, el derecho del ciudadano a tener libre acceso a transmitir o recibir información. Los demás derechos se derivan de éste y se deben ejercer en el marco de un derecho derivado. La práctica y la evolución de los hechos ha transformado este derecho individual - y social, cuando es ejercido por grupos sociales organizados - en un derecho comercial o mercantil cuyo titular son las empresas de información. Así las empresas transnacionales en la persecución de sus intereses mercantiles se apropian, para su beneficio, del derecho constitucional a la libre información prevista para el público receptor actuando individual o colectivamente. Esta sustancial modificación, resultado de la práctica informativa, ha trastocado la prioridad de derechos establecida en las constituciones, leyes y reglamentos, relegando los derechos individuales y colectivos, para dar preeminencia a los intereses comerciales de las empresas industrializadoras de la información.

Más aún, siguiendo la misma línea de razonamiento se ha planteado que el Estado no debe tener participación alguna en las comunicaciones. A este respecto cabe citar al Secretario de Gobernación de México, Lic. Jesús Reyes Heróles, quien en respuesta a este propósito ha indicado lo siguiente:

"Los requerimientos de las sociedades modernas y dinámicas hacen que la libertad de expresión, como derecho del individuo frente al Estado, sea insuficiente para satisfacer las necesidades de las colectividades que las integran y, por lo tanto, se hace necesario e imprescindible enriquecer las garantías, no sólo del individuo frente al Estado, sino de la sociedad frente a todo ser humano, y a la inversa, del hombre frente a la sociedad. En nuestros días no es posible confundir la libertad de expresión con el derecho a la información. La primera implica abstención por parte del Estado, en tanto que el segundo lleva implícita la obligación por parte del Estado y de la sociedad de desarrollar las acciones necesarias para satisfacer los requerimientos del individuo".

La triple evolución antes descrita - tecnológica, transnacional y jurídica -, ha modificado sustancialmente el significado social de la información, como indicamos anteriormente, y ha consolidado una estructura de información internacional basada en el mundo industrializado con significativo impacto al interior del Tercer Mundo. En efecto, estas tres vertientes tienen su origen en los países industriali-

zados y terminan por constituir un todo integrado que ofrece la tecnología de punta. La capacidad de presencia mundial que resulta de la organización transnacional y la protección jurídica necesaria para las actividades comerciales de las empresas informativas. Este desarrollo se inicia en los años 40 y pasa a consolidarse en la época contemporánea.

Paralelamente, en el seno de la mayoría de los países del Tercer Mundo las burguesías internas, vinculadas política y económicamente con los intereses transnacionales, colaboran con este proceso. Se desarrolla así una acción conjunta que estimula la homogeneización cultural. Esta alianza queda particularmente en evidencia cuando regímenes progresistas que tratan de controlar el poder de las burguesías internas se ven fuertemente atacados por los medios de comunicación transnacional.

En esta campaña de homogeneización cultural, surge la presencia de un instrumento central, que a pesar de su impacto negativo, generalmente reconocido, no ha recibido la atención conceptual y política que requiere: la publicidad ². Los siguientes aspectos merecen particular relevancia:

a) Alto nivel de gasto superfluo. En 1976 se desembolsaron en el mundo más de 60 billones de dólares. Indudablemente que es posible concebir usos alternativos de mayor relevancia social.

b) La penetración del modelo transnacional. La publicidad imperante en la mayoría del Tercer Mundo promueve y consolida modelos de desarrollo culturalmente ajenos a las realidades locales y económicamente discriminatorios contra las mayorías nacionales. Ello termina por generar condiciones políticamente inestables por las formas de acumulación y concentración de ingresos que requiere.

c) La modificación en la función de los medios. El alto volumen de publicidad contratada deforma la función social de los medios de comunicación, particularmente los periódicos; los ha transformado progresivamente en proveedores de consumidores al sistema transnacional y de información transnacional al público local ³. Pasan así, a ser meros intermediarios de los intereses transnacionales.

²Roncagliolo, Rafael y Janus, Noreene. "Publicidad y medios masivos en América Latina". Documento ILET en preparación. Esta materia está ampliamente desarrollada.

³80% de las noticias publicadas en los periódicos de América Latina proviene de AP, UPI, Reuter y France Press. Ver Fernando Reyes Matta, "La Información en el nuevo orden internacional", ediciones ILET 1977.

d) La dependencia económica de los medios a la publicidad. En América Latina, el estudio de Roncagliolo y Janus demuestra que de 22 periódicos de alta influencia analizados, 11 dependen en más del 50% para su subsistencia económica de la publicidad. No es difícil pensar que tal dependencia en lo puramente económico pueda trasladarse, y hay ejemplos al respecto, al terreno de la línea política e ideológica del periódico.

El análisis del papel contemporáneo de las comunicaciones internacionales se sitúa además en un contexto más amplio, cual es la búsqueda de un Nuevo Orden Económico Internacional. Ello es indicativo de que los cuestionamientos del Tercer Mundo a la actual estructura transnacional de comunicación, no es sino reflejo de un cuestionamiento más general y profundo a las estructuras económicas imperantes. Los países del Tercer Mundo reclaman - no sólo en las comunicaciones - sino en todas las demás áreas de las relaciones internacionales una igualdad de oportunidad que las actuales estructuras les niegan.

El conjunto de elementos mencionados precedentemente llevan a concebir un proceso de comunicación internacional más rico y creativo para todas las sociedades. Se trata de avanzar de una estructura unidireccional a otra que sea multidireccional; de una visión etnocéntrica a otra que sea culturalmente pluralista; de la pasividad del receptor a su participación activa; de la influencia transnacional preponderante a un equilibrio multinacional; todo ello sobre la base de estructuras que presentan un verdadero acceso y participación social generalizados.

POSIBLES LÍNEAS DE ACCIÓN

Las líneas de acción que a continuación se señalan tienen por objeto someter a discusión ciertas medidas concretas destinadas a modificar algunos aspectos de la dependencia comunicacional y tratar de crear condiciones para una circulación equilibrada de la información. Estamos conscientes de que su eventual aplicación no modificará - por sí sola - la esencia o la racionalidad de la actual estructura transnacional de comunicaciones, pero creemos que son decisiones posibles que permitirán que las actuales discusiones sobre estas materias generen algunos resultados iniciales positivos y aún en la mayor cantidad de personas, instituciones y países, tras el convencimiento de que la actual situación no puede mantenerse estática.

ACUERDO INTERNACIONAL SOBRE DERECHO A RÉPLICA Y RECTIFICACIÓN

Los países del Tercer Mundo se sienten hoy indefensos frente a la desinformación o a las tergiversaciones que pueden transmitir los medios de comunicación internacional. El acuerdo de 1952, negociado en Naciones Unidas sobre rectificación internacional, no opera en la práctica. Si un país se siente afectado por un determinado despacho o artículo, sólo puede usar armas externas, como prohibir la circulación de un determinado medio, ejercer censura preventiva y/o amonestar o expulsar al periodista responsable. Ninguno de estos mecanismos es aconsejable, pues en definitiva crean mayores problemas que los que trata de resolver, no elimina los efectos negativos fuera del país en cuestión y vulnera los principios de libertad de información. Se hace necesario establecer mecanismos regulares y estables que aseguren la posibilidad de ejercer el derecho a réplica y rectificación frente a las informaciones que lo requieran. La puesta en ejecución práctica de esta idea no es fácil. Hay una serie de definiciones previas que se requieren. Por ejemplo, quién es el depositario del derecho a réplica y rectificación: ¿el gobierno, la sociedad, los individuos y grupos sociales afectados, o una combinación de estos elementos? ¿Cuándo y bajo qué circunstancias opera este derecho y quién decide sobre su procedencia? ¿Qué obligaciones de transmisión y publicación de la réplica y rectificación son posibles en la práctica? La sola enumeración de estas interrogantes indica la dificultad del tema. No obstante, el poder avanzar en su ejecución sería demostrativo de buena fe por parte de los medios internacionales y permitiría ir allanando algunas de las cuestiones más irritantes para los países del Tercer Mundo.

DEFINICIÓN DE DERECHOS Y RESPONSABILIDADES DE LAS AGENCIAS TRANSNACIONALES DE NOTICIAS

Uno de los puntos centrales del conflicto en materia de comunicaciones internacionales, desde el punto de vista de los países industrializados, es la experiencia de medios internacionales que han sentido que determinados gobiernos del Tercer Mundo han vulnerado su actividad informativa. A la inversa, los gobiernos del Tercer Mundo tienen una amplia experiencia con informaciones que ellos consideran irresponsables o sesgadas. Pareciera útil para ambas partes que se estableciera un marco de responsabilidad social que definiera claramente los derechos de las agencias y los medios jurídicos para defenderlos, junto con sus obligaciones y los instrumentos para hacerlas efectivas. Una clara definición de derechos y obligaciones sólo puede ir en beneficio de ambas partes. Para las agencias representaría el reconocimiento internacional de derechos que ellas pretenden, pero que a veces les son negados, y para las sociedades en que operan,

significaría tener la seguridad de que las agencias han reconocido determinadas responsabilidades en el ejercicio de sus funciones. Sin duda, esto no eliminará las acciones externas: ni las desviaciones de la burocracia que quiera limitar la actividad crítica de las agencias, ni las de las agencias que por motivos políticos, comerciales u otros quieran transmitir información distorsionada. No obstante, significa un avance importante para crear un marco de seguridad de la información, que permita resolver los conflictos que de buena fe puedan surgir entre agencias y sociedades donde operan. Formalmente la definición de derechos y obligaciones de las agencias podría ser o formar parte de una declaración de la Conferencia General de la UNESCO. El proceso inicial podría incluir la preparación de diversos documentos técnicos sobre la materia que reflejaran los distintos puntos de vista e intereses en juego. Entre ellos, las principales agencias de noticias, actuando individual o conjuntamente; los colegios profesionales de periodistas; las asociaciones de editores; determinadas organizaciones sociales; los centros académicos y los gobiernos tanto del Tercer Mundo como del mundo industrializado. Sobre la base de este material se podrían definir las áreas de convergencia y desacuerdo y juzgar si, en definitiva, hay posibilidades de generar una declaración consensual.

COOPERACIÓN TÉCNICA PARA FORTALECER LA PRESENCIA Y PARTICIPACIÓN DEL TERCER MUNDO EN LAS COMUNICACIONES INTERNACIONALES

Al discutir las posibilidades de cooperación técnica hay un número de aspectos previos que es menester aclarar. Entre ellos los siguientes:

- a) La experiencia del Tercer Mundo con las formas de asistencia técnica tradicional ha sido - en muchas ocasiones negativa. Al respecto cabe citar la Declaración de Kuwait, resultado de una reunión organizada por el PNUD sobre esta materia: "Debe reconocerse que la asistencia técnica tradicional, ha reforzado, generalmente, las primitivas formas de dependencia nacional de los países en desarrollo. También ha conducido a la incorporación de los países en desarrollo dentro del sistema científico, técnico y económico dominado por el mundo altamente industrializado. Dicha experiencia ha hecho evidente que la capacidad de auto-dependencia nacional que responde a los, objetivos y necesidades nacionales, es un requisito fundamental para un desarrollo viable".
- b) Los objetivos y contenidos de la cooperación técnica en materia de comunicaciones internacionales debieran ser claramente especificados por los propios países del Tercer Mundo. Deben permitir efectivamente una mejora en la

presencia en la participación del Tercer Mundo en los flujos informativos y cambios en las actuales estructuras de la información internacional. Deberán considerarse quienes serán los receptores de la cooperación, definiéndolos de la manera más amplia. En este marco será necesario prever - igualmente - flujos de cooperación que vayan del Sur al Norte, porque uno de los objetivos básicos de la cooperación técnica debiera ser la reducción y eliminación del etnocentrismo cultural para seleccionar y valorar la información.

c) La cooperación técnica también debe organizarse en forma horizontal entre los países del Tercer Mundo. Como señala la Declaración de Kuwait: "Existen áreas y temas en los cuales la cooperación técnica apropiada solamente puede surgir desde otros países en desarrollo. Los problemas implicados no existen en los países industrializados, y tampoco poseen dichos países los instrumentos técnicos para atacarlos".

Si los aspectos mencionados se toman adecuadamente en consideración, no hay duda de que existe un amplio campo en donde políticas de cooperación técnica bien concebidas y que reconozcan la diversidad cultural y el pluralismo ideológico, pueden tener un impacto positivo. Para iniciar la puesta en ejecución de este proceso se podría desarrollar una acción conjunta entre el PNUD y la UNESCO para definir los objetivos, determinar la demanda existente e identificar las diversas fuentes de cooperación disponibles. Una de las decisiones principales que podría adoptar la Conferencia General de la UNESCO sería un amplio programa de cooperación técnica, cuyo contenido estuviera definido por los propios países del Tercer Mundo en función de los problemas que ellos perciben y del tipo de soluciones que ellos desean perseguir. Este último aspecto es fundamental por cuanto todo el potencial existente se deformaría si la cooperación técnica se concibe como un mero traspaso mimético de la experiencia ya existente en el mundo industrializado, traspaso que en otras áreas del desarrollo ha demostrado ser inadecuado e incluso perjudicial.

GENERACIÓN POR EL TERCER MUNDO DE CANALES DE INFORMACIÓN ALTERNATIVOS Y COMPLEMENTARIOS

Uno de los cambios de estructura más necesario y urgente es la creación, por parte de los países del Tercer Mundo, actuando individual y conjuntamente, de canales de información alternativos y complementarios de los ya existentes. Alternativos, porque se trataría de ofrecer "otra información", desprovista de las limitaciones que el Tercer Mundo percibe en la actual estructura; y complementarios, porque no se

trataría de eliminar los canales existentes, sino de ofrecer - además de lo existente - una visión originada en la percepción que en el Tercer Mundo se tiene sobre los hechos nacionales e internacionales. Es este quizás el desafío más serio y dificultoso que se deberá enfrentar. Hasta hoy, la información originada en el Tercer Mundo ha sido descalificada, ya sea porque se la considera "profesionalmente ineficiente" al no responder a la demanda del mercado informativo del mundo industrializado, ya sea porque se origina en instrumentos o mecanismos vinculados a los gobiernos y se estima que no tienen la debida "credibilidad" e independencia.

Cualquiera sea el origen cultural o los intereses detrás de estas críticas, o la valoración que merezcan a quienes en el Tercer Mundo están tratando de generar información propia, es necesario tomarlas seriamente en consideración, por cuanto representan una situación de hecho real. Con razón o sin ella esta es - en la práctica - la manera en que se juzga la información proveniente de fuentes propias del Tercer Mundo. Esta reacción se observa incluso en muchos medios de comunicación de los países en desarrollo. La barrera que se ha de franquear es - en consecuencia - formidable. Nada sería posible en esta materia sino sobre la base de un trabajo serio y responsable. Es indispensable demostrar que el Tercer Mundo puede desarrollar una labor organizativa y técnica capaz de penetrar la enorme resistencia cultural, profesional y política que hoy existe. Habrá que hacer uso de gran imaginación demostrando - en los hechos - que si otros países desean realmente estar bien informados sobre lo que ocurre en el Tercer Mundo deberán disponer también de la información alternativa y complementaria. Esto es válido tanto respecto a los hechos que ocurren en los países en desarrollo, como también frente a la percepción y opinión que profesionales del Tercer Mundo tengan sobre eventos de importancia que ocurren en el mundo industrializado. Esta será una de las formas prácticas para generar un verdadero libre flujo equilibrado, basado en una visión multinacional de los hechos y una estructura multidireccional de las comunicaciones. Cabe señalar que ya existen, particularmente en cuanto a revistas informativas, numerosos esfuerzos en esta dirección.

Las acciones que se pueden desarrollar en este terreno son múltiples y constituyen en sí mismas un análisis que requiere un documento aparte. Aquí creo necesario resaltar dos aspectos que me parecen fundamentales:

a) Es necesario continuar la consolidación y perfeccionamiento del **pool** de agencias de noticias de los Países No Alineados. Los avances que se han efectuado desde su creación informal, en enero de 1975, son significativos, pero sin duda es

posible mejorar el servicio. En una primera instancia, parece necesario desarrollar una activa política con los medios de comunicación del propio Tercer Mundo para que utilicen con mayor regularidad el material del **pool**. Su base de sustentación inicial debe ser la aceptación que tenga en el Tercer Mundo. Esto supone efectuar un análisis de la demanda, desarrollar una labor de concientización con los **gate-keepers** locales y asegurarse que el material transmitido sea útil, interesante y relevante.

b) Se deben organizar servicios de **features** y material editorial especialmente preparado para - y dirigido hacia los medios de comunicación de los países industrializados, con una estructura autónoma y con la capacidad en el mediano plazo de ser autofinanciado para asegurar su continuidad. El objetivo principal sería el de concentrarse en hechos relevantes del Tercer Mundo y canalizar opiniones editoriales a las cuales los medios de los países industrializados hoy no tienen acceso. Se trataría de una operación esencialmente profesional en la que deberían participar periodistas de Asia., Africa, América Latina y el Oriente Medio. Creo que habría sido relevante y necesario que, por ejemplo, el significado y las perspectivas de la reunión de los principales Jefes de Estado y de Gobierno del mundo industrializado, celebrada en Bonn este año, hubieran sido analizados a partir de la perspectiva del Tercer Mundo, y que dichos comentarios se publicaran en los propios medios de los países industrializados. Igualmente, que eventos de magnitud como la reunión de, Jefes de Estado de los Países No Alineados, en Colombo, en agosto de 1976, sean conocidos por medio de los ojos y visión de profesionales del Tercer Mundo. Ya que el Tercer Mundo no es monolítico ni homogéneo en todos los temas, y existen visiones nacionales y regionales particulares, sería necesario que el servicio propuesto tuviera un amplio grado de diversidad y pluralismo, que permita reflejar las corrientes centrales que actúan en el mundo en desarrollo. El ILET tiene avanzado el análisis de las posibilidades y requerimientos organizativos y técnicos para ejecutar estas ideas.

CONTROL NACIONAL E INTERNACIONAL DE LA PUBLICIDAD

EL actual desenfreno publicitario no puede continuar. Su función educacional y cultural y su influencia deformadora sobre los estilos de consumo y modelos de desarrollo están generando una fuerte reacción social, tanto en el mundo industrializado como en el Tercer Mundo. A pesar de su importancia y los cuestionamientos que han surgido desde diversos círculos, poco o nada se ha hecho en la materia. Más aún, es un tema que no ha sido planteado internacionalmente y al cual las organizaciones mundiales y regionales han otorgado muy poca

atención. En este marco puede ser oportuno plantear ante Naciones Unidas la necesidad de convocar, a una conferencia de todos sus miembros sobre la publicidad. Allí se podría analizar **in extenso** las consideraciones culturales, económicas, políticas y sociales envueltas en la actual estructura transnacional de publicidad. Sabemos que las conferencias por si solas no son capaces de resolver problemas de esta envergadura, pero puede ser el punto de partida para las inevitables decisiones nacionales que deben adoptarse en esta materia.

COMENTARIO FINAL

Las consideraciones precedentes nos llevan a plantear un aspecto final. Si la estructura transnacional de comunicaciones tiene la importancia que le atribuimos, parece indispensable entonces que la discusión de la próxima estrategia internacional por el desarrollo en Naciones Unidas considere y proponga acciones concretas para enfrentar los problemas existentes.

Es necesario que las comunicaciones se incorporen a la Estrategia Internacional por el Desarrollo, no solamente como un instrumento de información o de apoyo a las relaciones públicas, sino que como un sector específico de atención prioritaria. La dimensión económica del modelo industrial-mercantil de comunicación, la expansión transnacional del fenómeno de las comunicaciones tanto ideológica como económica - las derivaciones sociales que las comunicaciones causan sobre la conducta, deben formar parte substancial de las decisiones de la próxima Estrategia Internacional para el Desarrollo.

Al mismo tiempo este es un debate que debe llevarse al seno del pueblo y de los grupos sociales organizados, para que desde las bases de la sociedad surja la capacidad de resistencia y de propuestas alternativas al modelo transnacional de desarrollo y a su expresión comunicacional.

Referencias

*Roncagliolo, Rafael, MEM. SEMINARIO LA COMUNICACION INTERNACIONAL Y LA PARTICIPACION DEL TERCER MUNDO: UN MARCO CONCEPTUAL Y PRACTICO. Septiembre 5-8 - Amsterdam. 1977; Comunicación: Cambio social y necesidades de un nuevo marco conceptual.

*Roncagliolo, Rafael; Janus, Noreene, DOCUMENTO ILET. - Ediciones ILET. 1977; Publicidad y medios masivos en América Latina.

*Reyes-Matta, Fernando, LA INFORMACION EN EL NUEVO ORDEN INTERNACIONAL. -

Este artículo es copia fiel del publicado en la revista Nueva Sociedad N° 38, Septiembre-Octubre, 1978, ISSN: 0251-3552, <www.nuso.org>.