

propias, para la formulación de nuevos planteamientos sobre la comunicación y su uso en la sociedad.

En muchos países hay también un razonable optimismo, sobre la posibilidad de que se introduzcan políticas sociales trascendentes, que eliminen algunos de los obstáculos que condicionan actualmente el sistema de comunicación social. Esos mismos cambios pueden permitir una mejor acción de las universidades. En definitiva, es posible que ocurran las transformaciones suficientes para que alcancemos las metas que CIESPAL había propuesto para la comunicación social y que, en enunciado simplista, son las siguientes:

- Conseguir que la comunicación sea un instrumento de la sociedad y no solamente un instrumento de diálogo entre los grupos de poder.

- Procurar que la comunicación sea horizontal y no vertical. Que no se vierta desde los grupos elitistas hacia las mayorías nacionales, con el propósito de imponerles sus ideologías y de hacerles mirar el mundo con un enfoque único y distorsionante.

- Tratar de que todos los grupos sociales dispongan de canales de comunicación de la misma eficacia y valor, para que la sociedad nacional pueda obrar con la información necesaria y, por lo mismo, con el juicio crítico suficiente.

- Lograr que se conceda mayor importancia al contenido de los mensajes que a las técnicas utilizadas para difundirlos.

- Convertir la comunicación en una de las principales formas de participación popular.

- Transformar a los medios de comunicación en instrumentos de la educación, pero no solamente en el sentido de que difundan contenidos informativos, sino también aquéllos de alto valor formativo.

- Convertir los medios de comunicación en instrumentos básicos para el desarrollo de las culturas nacionales, y no solamente en aparatos tecnológicos para reforzar la ideología de dominación.

- Procurar la debida formación del comunicador y el periodista, el respeto a su propia ideología y a su pensamiento y, concomitantemente, buscar con afán que se le garantice una vida digna, como corresponde a su condición intelectual y al rol que debe jugar en la sociedad.

- Impulsar la investigación de la comunicación, para que las soluciones que se propongan provengan del análisis científico de la realidad.

- Procurar la unidad de los comunicadores y periodistas de la América Latina y asociarlos para luchar conjuntamente por sus causas comunes, y para que contribuyan a la integración regional, a la unidad de los países del Tercer Mundo, al establecimiento de un nuevo orden internacional y a la paz.

LAS CONDICIONANTES IDEOLÓGICAS Y LA FORMACIÓN PROFESIONAL DE COMUNICADORES EN AMÉRICA LATINA (COMENTARIO)

*José Baldivia Urdininea**

El objetivo de mi intervención era comentar la ponencia de Marco Ordóñez sobre la enseñanza de las ciencias de la comunicación en América Latina, pero el documento del expositor ha llegado a mis manos hace pocas horas y, obviamente, no me ha sido posible estudiarlo en forma suficiente para tratarlo en profundidad. No obstante, trataré de hacer algunas consideraciones sobre los aspectos que me parecen más importantes del tema, para relacionarlas con los puntos tocados por el ponente.

En lo fundamental, Ordóñez ha puesto el dedo en la llaga al remarcar el hecho de que las universidades latinoamericanas, en general, y las escuelas y facultades de ciencias de la comunicación, en particular, no han escapado a la función de agentes transmisores de la ideología dominante y, por tanto, a la de "fábricas" de cuadros profesionales para el sistema; pese a que desde los claustros universitarios suele cuestionarse el orden social vigente.

Más adelante, el ponente afirma que las deficiencias académicas son tales, que el propio sistema rechaza a los egresados de las universidades, quienes durante su formación reciben un desequilibrado cuadro de materias, en el que se confunden los niveles requeridos por los científicos sociales con aquellos que serían adecuados para productores de contenidos o para técnicos. Como solución tentativa, propone que en la enseñanza de las ciencias de la comunicación sean establecidos cinco ni-

* Coordinador del área de Información y Estudios de la Comunicación del Centro de Estudios Económicos y Sociales del Tercer Mundo.

veles que, a su vez, tengan que ver con el ejercicio profesional al que se orientarán los egresados: científicos sociales; estrategias y planificadores de la comunicación; operadores de medios; productores de contenidos, y técnicos.

Son ciertas las deficiencias anotadas por Ordóñez y también es verdad que, en alguna medida, el medio empresarial-periodístico cuestiona la capacidad del egresado para ejercer la profesión, pero, por un lado, deficiencias como las anotadas son una característica del sistema educacional de los países periféricos en general y, por otro, los cuestionamientos empresariales tienen que ver con la dificultad de las universidades para moldear incluso el tipo de profesional que el mercado ocupacional demanda, debido a que en ellas se reflejan inevitablemente las agudas contradicciones de nuestras sociedades y, como dice el ponente, el universitario "no puede empatar fácilmente con las demandas del sistema".

Enseñanza y mercado de trabajo

La polémica sobre la forma en que debe impartirse la enseñanza de las ahora llamadas ciencias de la comunicación es casi tan antigua como la irrupción de los modernos medios masivos; polémica que, por otra parte, se ha proyectado sobre América Latina en la medida que la expansión económica, política y cultural de Estados Unidos se hizo sentir en el continente y éste tuvo un acceso dependiente a nuevos y más modernos medios de comunicación.

En un principio, debido al desarrollo exclusivo de la prensa escrita y a la consecuente aparición del periodista profesional, el debate se centró en la necesidad o futilidad de crear escuelas encargadas de la formación de cuadros de esta especialidad.

La discusión reflejaba el acontecer histórico de la época: desde que en 1883 Benjamin Day fundó el New York Sun, sustituyendo la información bursátil y el alegato político o religioso por las noticias locales y el sensacionalismo,¹ el periodismo había entrado en la dinámica de la difusión masiva y de la asociación mercantil entre los propietarios de medios y los anunciantes. Así, se había dado origen a una peculiar unidad de producción que genera plusvalía, oficia de reproductor ideológico y estimula —por conducto de la publicidad— el proceso de acumulación capitalista en su conjunto.

Una de las primeras iniciativas para promover la enseñanza del periodismo correspondió al general Lee, comandante de las fuerzas del Sur en la Guerra de Secesión, quien patrocinó la inscripción en el Washington College de 50 jóvenes interesados en la materia.

Tras algunos años de dificultades, iniciativas como ésta se impusieron sobre los

¹ Melvin L. de Fleur, "Sociedad y Prensa Masivos", en *Los Medios de comunicación colectiva*, México, UNAM, FCPS, 1976.

criterios tradicionalistas que sostenían que los hombres de prensa eran como los poetas: natos y no fabricados.²

En realidad, este choque de opiniones formaba parte del contradictorio proceso de modernización y avance de las estructuras capitalistas en Estados Unidos, y era obvio que prevalecería la que preconizaba la formación universitaria; es decir, aquella que expresaba la necesidad general del sistema de convertir la universidad en "fábrica" de especialistas para la moderna empresa industrial.

El que la polémica haya perdurado hasta hace poco en América Latina y, de hecho, continúe vigente, no sólo habla de las deficiencias del sistema curricular, como podría desprenderse de la ponencia de Ordóñez; sino que además corrobora el desarrollo desigual, endeble y dependiente de las estructuras capitalistas en la periferia, manifestado en este caso en el carácter de las empresas periodísticas y en la mentalidad de sus propietarios.

El desarrollo precoz y vigoroso del capitalismo en Estados Unidos y la inexistencia de modalidades feudales dominantes asentaron en ese país el poder de una burguesía agresiva y moderna, ligada como clase por vínculos de mercado y con una perspectiva clara de su proyecto histórico. De ese modo, la empresa periodística tuvo que entrar casi de inmediato en la competencia mercantil por colocar sus productos: la noticia y el aviso, y se vio urgida de cuadros técnicamente capaces de hacer rentable la nueva actividad, pero acrílicos del contexto en el que se insertaban.

Asimismo, los centros de estudio superior norteamericanos definieron rápidamente y con claridad su rol de abastecedores de técnicos e intelectuales del sistema, pues debido a la integración de Estados Unidos en el cuadro de potencias imperialistas, los conflictos sociales se atenuaron y la universidad, que normalmente refleja estas contradicciones, se caracterizó por su despolitización.

En América Latina, en cambio, la empresa periodística, aunque constituida en sociedad anónima en la mayoría de los casos, mantuvo durante largo tiempo —lo hace todavía— un carácter familiar, en el que se entrelazan la inversión de capital y pretendidos rangos nobiliarios extraídos del añorado y a veces superviviente señorío semifeudal. De ahí que el empresario busque a "personas de confianza" antes que a profesionales, para el ejercicio de una actividad en la que el menor criterio independiente puede entrar en conflicto con un relativamente estrecho mercado publicitario o con organismos estatales, que en muy poca medida han logrado una autonomía relativa respecto a la clase para la que administran el poder.

La estrechez mercantil aludida y la cercanía del aparato del estado a sectores específicos de la burguesía impulsan a las empresas periodísticas a preferir a dignas personas de la clase media, que ofrecen su voluntad de trabajo y un relativo bajo nivel, antes que a egresados universitarios que exigirían remuneraciones acordes con sus años de estudio y quizás con su extracción social.

² Armando Rivas Torres, *Enseñanza del periodismo y medios de comunicación colectiva*, Quito, CIESPAL, 1965.

Por lo demás, la agudeza de las contradicciones sociales en los países periféricos ha hecho que éstas invadan todas las instituciones y, sobre todo, la universidad; ente donde los jóvenes, por su acceso a la cultura y su desligue momentáneo de sus intereses de clase, suelen servir de portadores de conciencia crítica y de posiciones ideológicas avanzadas.

Por ello no es casual que, cuando la enseñanza del periodismo empezó también a imponerse como necesaria en América Latina, los dueños de medios de comunicación hayan sido partidarios de mantener estos centros alejados de los recintos universitarios politizados, creando academias ligadas a determinadas empresas o a asociaciones profesionales controladas, o promoviendo universidades privadas.

Planes de estudio y noticia-mercancía

Otra de las polémicas, en gran parte superada en los países centrales y supérstite en América Latina, se refiere a los contenidos de los programas de estudio, tema que ha sido una de las principales preocupaciones de CIESPAL desde su fundación, y que hoy trae a la discusión el ponente.

En Estados Unidos, patrón inevitable de comparación por la importación de modelos, el problema tuvo una solución relativamente rápida, debido a la ya mencionada interrelación armónica entre las necesidades del mercado ocupacional y las universidades.

En nuestros días, las más importantes asociaciones de propietarios de medios de comunicación de ese país cooperan con las universidades en el sostenimiento del Consejo Norteamericano de Enseñanza del Periodismo, organismo que cuenta con cerca de 60 escuelas profesionales afiliadas, y que orienta la formación de redactores e incluso la de los populares escritores de ciencia ficción o *creativa writes* que demanda la industria editorial y la de producción de series televisivas.

América Latina heredó las modalidades comunicativas estadounidenses y depende de las tecnologías e incluso de los "enlatados" de ese país; pero, por los factores de orden estructural anotados anteriormente, la interrelación universidades-mercado ocupacional no es armónica. Sorprende por ello que los análisis sobre los problemas de la enseñanza se centren, de hecho, solamente en los aspectos curriculares, aunque formalmente aludan al fenómeno estructural.

Entre otros, los criterios vertidos por CIESPAL durante dos seminarios organizados en 1963 y 1964 a nivel continental fueron:

- Falta de cuerpo docente entrenado y con experiencia en la profesión;
- Exceso de asignaturas teóricas;
- Poca o nula vinculación entre la enseñanza y los medios;
- Falta de vocación en los alumnos;
- Falta de práctica profesional;
- Carencia de equipos.

Lo cual deja entrever que la preocupación fundamental de ese organismo también consistió durante algún tiempo en dotar de profesionales acrílicos a una prensa desarrollada sobre moldes en los que la noticia es una mercancía.

Así, por ejemplo, uno de los participantes en el seminario organizado por CIESPAL en Medellín contraponía las deficiencias de la formación universitaria a las siguientes "virtudes" de la práctica de los medios:

...escribir acuciado por el tiempo, buscar una primicia cuando muchos otros colegas están tras la misma información y hay que ganarles la mano, levantar una noticia porque el día ha estado pobre de acontecimientos, encontrar el ángulo más trascendental del hecho, saber plantear la pregunta realmente penetrante a un hombre público a quien se interroga inesperadamente...³

Oígame bien: "ganarles la mano", "levantar una noticia", "encontrar el ángulo más trascendental"... es decir, fabricar noticias cuando no existen, buscar el lado sensacionalista de los hechos; en fin, la desinformación y el bombardeo de material desordenado y banal sobre el lector para que el periódico se venda y cumpla su función ideológico mercantil.

Con gran valentía y seriedad profesional, Marco Ordóñez, director general de CIESPAL, reconoce en su ponencia "que es menester un vuelco total", y sin falso *mea culpa* enjuicia el papel jugado por ese organismo en el marco de una disciplina comunicacional joven en el continente que, tras el deslumbramiento intelectual de los primeros años por esquemas y metodologías norteamericanos, se va apenas abriendo horizontes más claros y auténticos.

En honor a esa seriedad, no analizaré ahora las propuestas de Ordóñez sobre la categorización de los niveles de la formación profesional en las facultades de ciencias de la comunicación, pues como señalé al inicio, he conocido la ponencia hace pocas horas y ellas no bastan para tratar con profundidad un tema que tiene que ver con las esperanzas y frustraciones de miles de estudiantes de la región. Por otra parte, el Centro de Estudios Económicos y Sociales del Tercer Mundo, conjuntamente con la Federación Latinoamericana de Periodistas, se ha planteado el tratamiento de este problema, en el que podría ser conveniente una conjunción de esfuerzos entre estas instituciones y CIESPAL.

Por las razones anotadas, proseguiré ahora con aspectos complementarios al tema que nos ocupa, poniendo especial énfasis en las generalidades de la ideología y la ciencia.

En términos generales, toda universidad se encamina a crear los cuadros que el desarrollo científico y técnico exige, y esto es una verdad para cualquier formación económico-social que pretenda desarrollar las fuerzas productivas. Pero tal desarrollo no es una abstracción que esté al margen de otra verdad histórica: la sociedad marcha inexorablemente hacia formas superiores de organización, y ello su-

³ Manuel Cisneros Sánchez, *Enseñanza de periodismo y medios de información colectiva*, Quito, CIESPAL, 1965, p. 76.

pone la eliminación del orden actual y al obligación del profesional de estar al servicio de esa tarea.

Entonces, en la enseñanza de la comunicación, no se trata de formar cuadros que al integrarse al ejercicio profesional no hagan sino reforzar el sistema vigente, en el que el periodista no es más que un recolector de hechos aislados, al que le dan lo mismo las contradicciones que dinamizan la historia que los escandalosos sucesos de la vida de los artistas. Pero tampoco se puede desconocer que los periodistas egresados de ciencias de la comunicación no solamente tienen dificultades concretas para integrarse al mundo de la noticia-mercancía; sino también para participar como profesionales críticos y capaces de una *praxis* innovadora.

Esto es consecuencia de una universidad que no logra definir su rol como coadyuvante del cambio estructural requerido, pese a que en muchos casos tal papel es posible. Es decir, de una universidad que no centra su tarea en un correcto equilibrio entre el tratamiento científico de los problemas nacionales (como elemento de cuestionamiento al sistema) y la capacitación en técnicas necesarias que permitan que el profesional pueda insertarse en el sistema, tal cual éste es, para desde dentro contribuir a su transformación, en alianza con los sectores que, por su ubicación en la estructura productiva, están llamados a ser la vanguardia del cambio social.

En unos casos la intervención de dictaduras anula todas estas posibilidades, pues se recortan los programas de estudio y se elimina la confrontación ideológica, con objeto de formar profesionales que participen críticamente en un campo específico y parcial de la ciencia, pero que lo hagan acríticamente en el campo pleno de lo social.

En otros, una politización mal entendida tiende a aislar las universidades del contexto concreto en el que están insertas, como si se pudiera revolucionar una institución sin que previamente se revolucione el marco social que la condiciona.

Vistas así las cosas, resulta evidente que no basta el periodista politizado o ideológicamente comprometido con el cambio, sino que es necesario que sea capaz de compenetrarse del sentir de las masas, de escudriñar en profundidad la información cotidiana y romper el muro de lo estrictamente oficial en la medida que sea posible. Es decir, el periodista debe partir de un conocimiento profundo (científico) de los problemas nacionales, y rematar en el ejercicio técnico dentro del propio sistema, pero para contribuir a su transformación. (En este sentido, parece un tanto esquemática la propuesta de Ordóñez de ubicar a los periodistas en el nivel de productores de contenidos, como simples depositarios de habilidades para la codificación de mensajes.)

Investigación y comunicación

Si la formación de redactores fue la constante casi exclusiva hasta fines de la década de los 50's, a partir de 1960 un nuevo lenguaje empezó a hacerse familiar

en América Latina; sobre todo con el impulso del *boom* publicitario, del auge de la comunicación por medios audiovisuales y de la introducción de elementos teóricos y metodológicos como la sociología de la comunicación, la semiología, etcétera.

Eran los años en que las burguesías nativas de la región habían abandonado sus intentos de desarrollar un capitalismo autónomo, para acelerar el proceso de integración de sus inversiones con las empresas transnacionales, impulsadas a su vez por la expansión hegemónica norteamericana que siguió a la segunda Guerra Mundial.

En ese contexto, no solamente el proceso de monopolización, concentración y centralización empezó a manifestarse con todo vigor en los mecanismos de control social y en los instrumentos de formación cultural y de opinión pública,⁴ sino también las universidades norteamericanas y de América Latina entraron a formar parte de los mecanismos real o potencialmente utilizables por el complejo industrial-militar de la potencia hegemónica.

En otras palabras, la investigación científica alcanzó una gran importancia política, y la colaboración académica para el logro y los objetivos del sistema se convirtió en un hecho natural. Ya en 1962, el 90 por ciento de los gastos que el gobierno de Estados Unidos destinaba a la ciencia tenían fines militares.

Convencidos real o interesadamente de que la ciencia constituye una categoría que se sitúa por encima de la ideología, y debido a que la complejidad de las investigaciones requeridas fragmenta los trabajos especializados al extremo, los investigadores difícilmente se percatan de que su labor tiene financiamiento militar o de corporaciones monopólicas ligadas a proyectos militares.⁵

La proyección en América Latina de esta modalidad de investigación científica se conoció por primera vez en 1964, cuando fue descubierto el Plan Camelot, dirigido a prevenir las posibilidades de cambio social y a influir en su contención. La operación se concretó mediante la suscripción de un contrato con la Special Operations Research Office, dependiente de la American University de Washington, según detalla el periodista Gregorio Selser en *El Pentágono y las técnicas sociológicas*.⁶

Desde las llamadas ciencias de la comunicación, varios estudiosos universitarios han servido para la elaboración de guías psicológicas militares; para realizar, por ejemplo, 21 guías de comunicaciones interculturales sobre el Tercer Mundo, cuya utilidad se revelaría en posibles acciones en el terreno.

Si los imperios coloniales se mostraron interesados en fomentar élites intelectuales, cuyo deslumbramiento por las metrópolis les impedía mirar con claridad en torno suyo; la corriente actual parece ser la de formar intelectuales capaces de mirar hacia dentro, pero con una óptica externa.

⁴ Vania Bambirra, *El capitalismo dependiente latinoamericano*, México, Ed. Siglo XXI, 1976.

⁵ Mario Wscjebor, *Imperialismo y Universidades en América Latina*, Montevideo, 1er. Premio de la Ed. Biblioteca de Marcha, 1971.

⁶ Gregorio Selser, *El Pentágono y las técnicas sociológicas*, Buenos Aires, Ed. Iguazú, 1966.

Claro que ante estos peligros puede existir la tentación de negarse a la investigación científica, pero como afirma Rodolfo Stavenhagen, no se puede abandonar el campo, sino más bien comprender que no se está frente a una cuestión de ciencia contra política, sino frente al conflicto de una clase de ciencia en la política, contra otra.⁷

En este orden de ideas, la denominada corriente de la sociología de la comunicación, tal como fue planteada en Estados Unidos, no es otra cosa que un instrumento orientado a la profilaxis social, con objeto de diagnosticar los desajustes del sistema.

La moda, de la que el intelectual latinoamericano no está exento, y la dependencia de financiamiento para las investigaciones han hecho que una buena parte de ellas se orienten por senderos que, en última instancia, no tienen utilidad alguna: no sirven para conocer con verdadero criterio científico la realidad, ni servirán para evitar el derrumbe del sistema, pues ninguna medida preventiva puede frenar la inexorable marcha de la historia.

Es grave sí, que a nombre de la ciencia, y sobre todo en las ciencias de la comunicación, se pretenda la sustitución del elemental buen sentido por "metodologías" integradas por reglas canónicas de aplicación obligatoria, so pena de que quienes no las aceptan sean tildados de "precientíficos".⁸

En defensa del sentido crítico y de la interpretación histórico-social de la realidad, debe decirse que los métodos no son sino un conjunto de aproximaciones sucesivas al objeto de estudio, y que constituyen modalidades más elaboradas del proceso de conocimiento que se nutre de la práctica social.

En el caso de las ciencias sociales, el investigador es parte integrante de la realidad que debe estudiar y las contradicciones de ésta ejercen sobre él su influjo condicionante. De ahí la imposibilidad de pretender separar la ciencia de la ideología o, como diría Héctor Schmucler, de tratar de encontrar la justificación de la investigación al margen de la realidad socio-política y negarse a establecer objetivos en función de la transformación de esa realidad.⁹

Traigo a colación todos estos temas porque como dice el ponente, luego de las recomendaciones de CIESPAL, gran parte de las escuelas y facultades introdujeron en sus programas materias como Sociología de la Comunicación, Psicología, Semiólogía e Investigación, sin profundizar mayormente en la conceptualización de estas disciplinas.

No puede olvidarse que el análisis de contenido, por ejemplo, queda reducido a la insignificancia de un pasatiempo, apenas más sofisticado que el crucigrama, cuando se le plantea como ciencia en sí mismo, pues ningún mensaje adquiere

⁷ Rodolfo Stavenhagen, "El Compromiso de las Ciencias Sociales", en *Las Ciencias Sociales*, México, UNAM, 1976.

⁸ Mario Wschjebor, *op. cit.*

⁹ Héctor Schmucler, "La Investigación sobre la Comunicación Masiva", en *Comunicación y Cultura*, núm. 4, 1975.

significancia a partir de su propio contenido, sino a partir del nivel de la lucha ideológica y de las condiciones objetivas y subjetivas creadas por la *praxis* social, tanto en un receptor individual como en uno colectivo, como las masas. Sucede así que, en los momentos de crisis del sistema, cuando la convulsión social se pone a la orden del día, de nada sirven los contenidos que pueden difundir los medios masivos.

Retomando las dos pautas de lo recientemente señalado, es decir, la instrumentación de la ciencia para fines contrarios al cambio social y el pretendido carácter no ideológico de la ciencia, esbozaré ahora un breve comentario sobre un aspecto al que hace mención Ordóñez en su ponencia, y que desarrolló con mayor detalle en el informe final del seminario realizado por CIESPAL en 1975 en Costa Rica: las políticas de comunicaciones.

Al instar a los gobiernos de América Latina a establecer políticas nacionales de comunicación, el informe en cuestión señala:

...la fijación de las prioridades está determinada básicamente por nuestra propia ideología, por la ideología del gobierno que pretende establecer una política. Así, un gobierno que opere bajo la estructura doctrinal de la democracia formal, o del liberalismo clásico, señalará como prioridad, posiblemente, la necesidad de establecer incentivos a las empresas de comunicación para que puedan desarrollarse y operar con más capacidad de penetración en los diversos sectores; como política creará un marco legal adecuado para que exista el desarrollo de esos medios. Un gobierno socialista, probablemente pretenderá convertir los medios de comunicación en instrumentos del estado que sirvan para afianzar sus propósitos y objetivos. Otros gobiernos, tal vez, buscarán fórmulas mixtas de operación mediante las cuales se puedan utilizar infraestructuras instaladas por el sector privado para difundir contenidos que interesen al estado. En fin, cada uno de los gobiernos tomará la modalidad que considere más adecuada para sus fines. Pero lo que no queremos admitir es que los gobiernos, por desconocimiento del problema o por no afrontar una realidad no tomen la decisión de definir una política de comunicaciones.¹⁰

Como previamente a este exhorto el documento de CIESPAL plantea toda una metodología de investigación, cabe concluir que se trataría de poner al servicio de no importa qué voluntades políticas unos métodos científicos inocuos, no comprometidos con ideología alguna y que podrían servir a los fines del liberalismo o de la economía planificada, del fascismo o del socialismo, de la opresión o de la liberación.

Sabemos que en realidad lo que CIESPAL quiere recalcar es la necesidad de que los gobiernos utilicen la comunicación para fines educativos y de promoción social; pero ya hemos señalado que ninguna investigación sobre la comunicación

¹⁰ "Políticas Nacionales de Comunicación", en *América Latina*, Quito, CIESPAL, 1975.

puede plantearse al margen de un proyecto político-cultural que se quiere imponer, y que así como no existe una separación entre ciencia e ideología, **tampoco** existe una neutralidad de los métodos respecto a los objetivos.

Por lo demás, y en esto estamos todos de acuerdo, los objetivos no son otros que la eliminación de los mecanismos de dominación que oprimen a los pueblos del Tercer Mundo y la instauración de una sociedad nueva, libre de opresión externa e interna.

Siendo director general de Publicaciones José Dávalos, se terminó la impresión de *Nuevo orden informativo y enseñanza de la comunicación* en los talleres de la Editorial Libros de México, S. A., Av. Coyoacán 1035, México, D. F., el día 20 de marzo de 1980. La edición consta de 2 000 ejemplares.