



PAGINA ABIERTA SOBRE DEPENDENCIA CULTURAL Y LA UNCTAD

Antonio Avaria

Prof. Investigador Centro de Estudios
de la Realidad Nacional (CEREN) y
Escuela de Periodismo Univ. de Chile.

1 Nuestra inquietud la planteamos así: ¿Puede eliminarse la desigualdad de las relaciones económicas internacionales si los pueblos subdesarrollados continúan anhelando la vida cotidiana y los símbolos de consumo y poder de las sociedades con un alto desarrollo capitalista?

¿Bastará la modificación drástica —lo que es urgente— de los injustos acuerdos monetarios de Bretton Woods, y el deseo de suprimir tasas adicionales, aranceles odiosos y tantísimas gabelas que deterioran progresivamente las estructuras económicas de los países postergados, si la metrópoli superdesarrollada prosigue recuperando en forma leonina lo que aparentemente cede?

El recelo es justificado, pues mediante el poder sutil, omnipresente y tiránico de los medios de comunicación de masas (MCM), se ha desarrollado, en las últimas décadas, un subyugante imperialismo cultural, que impone gustos, aspiraciones y valores de signo capitalista, los cuales deforman las prioridades de producción, alienando el proyecto histórico de cada pueblo. El cardenal chileno, en su reciente "Carta abierta a los cristianos de Holanda", lo ha recordado: "La búsqueda exclusiva del poseer se convierte en obstáculo para el crecimiento del ser". Bien está promover el consumo, pero cuál consumo; trans-

ferir tecnología, pero cuál, en qué condiciones, para qué efectos.

Ya es un hecho abundantemente probado que la ampliación de las redes publicitarias y de televisión de los Estados Unidos aumenta masivamente en conexión directa con las apetencias de expansión del comercio "metropolitano". En la revista *Nacla Newsletter*, de Nueva York, enero 1969, John Frappier describe el imperio norteamericano de MCM en América Latina y cita una declaración de la ABC International (la cual tenía sólo en Chile una inversión de 600 millones de dólares):

"En 1961, solamente en Estados Unidos 690 empresas se dedicaron a 1200 nuevas actividades en ultramar. La razón es clara. Por todas partes en el mundo nuevas y vastas economías de consumo ofrecen un reto fabuloso... El año pasado la Colgate-Palmolive logró el 53% de sus ventas en ultramar... En 1961, los gastos publicitarios del mundo libre montaron a bastante más de 19 mil millones de dólares. Significativamente, el mayor porcentaje del aumento ocurrió fuera de Estados Unidos. Quedamos a la espera de la época en que cada nación, en cada continente, dé la bienvenida a la televisión como un embajador del comercio mundial"¹.

¹ J. Frappier: *U. S. Media Empire/Latin América*, citado por Héctor Silva Michelena y Heinz Rudolf Sonntag en "Universidad, dependencia y revolución", siglo XXI, México, 1970.

**Página abierta sobre dependencia cultural y la UNCTAD
[artículo] Antonio Avaria.**

AUTORÍA

Avaria, Antonio, 1934-

FECHA DE PUBLICACIÓN

1972

FORMATO

Artículo

DATOS DE PUBLICACIÓN

Página abierta sobre depedencia cultural y la UNCTAD [artículo] Antonio Avaria.

FUENTE DE INFORMACIÓN

[Biblioteca Nacional Digital](#)

INSTITUCIÓN

[Biblioteca Nacional](#)

UBICACIÓN

Avenida Libertador Bernardo O'Higgins 651, Santiago, Región Metropolitana, Chile