

# Chasqui

Revista Latinoamericana  
de Comunicación

No. 43 - OCTUBRE 1992

**Director**

Asdrúbal de la Torre

**Editor**

Gino Lofredo

**Consejo Editorial**

Jorge Mantilla

Edgar Jaramillo

Thomas Nell

Nelson Dávila

**Consejo de Administración de  
CIESPAL**

Presidente, Tiberio Jurado, Rector de la  
Universidad Central del Ecuador.

Eduardo Peña Triviño,

Ministro de Educación

Luis Castro, UNP

Fernando Chamorro, UNESCO.

Flavio de Almeida Sales, OEA.

Rubén Astudillo,

Mín. Relaciones Exteriores.

Rodrigo Rangles, Min. Educación.

Louis Hanna, AER.

Alba Chávez de Alvarado, Universidad

Estatad de Guayaquil

**Asistente de Edición**

Martha Rodríguez

**Portada**

Dayuma, Jaime Pozo

**Impreso**

Editorial QUIPUS - CIESPAL

Servicios Especiales de AFP, IPS,

OIP, IJI

*Chasqui* es una publicación de CIESPAL  
que se edita con la colaboración de la  
Fundación Friedrich Ebert de Alemania

Apartado 17-01-584. Quito, Ecuador  
Telf. 544-624. Telex: 22474 CIESPL ED.  
Fax (593-2) 502-487

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



## CINE, VIDEO Y FOTOGRAFIA

**L**a producción de cine y  
audiovisuales atraviesa por  
una extraña crisis de  
crecimiento y contracción. Las  
innovaciones técnicas y la  
apertura de mercados crean  
oportunidades sin precedentes.

- 4 El cine y el Estado mexicano,  
*Eduardo de la Vega Alfaro*
- 7 La escurridiza integración del  
cine latinoamericano, *Joëlle  
Hullebroeck*
- 11 ¿Qué cine está en crisis?,  
*Gino Lofredo*
- 12 Video popular y  
democratización del discurso,  
*Paulo de Tarso Riccardi*
- 13 Regina Festa y la TV de los  
trabajadores, *Kintto Lucas*
- 15 Los culebrones trepan en  
España, *Daniel E. Jones*
- 18 El arte fotográfico para  
comunicar el pasado,  
*Alexandra Ayala Marín*

## ENTREVISTAS

- 23 Eliseo Subiela: Animarse a  
volar, *Adriana Schettini*
- 27 Gilberto Gil: La magia de la  
comunicación, *Kintto Lucas*

## PERIODISMO CIENTIFICO

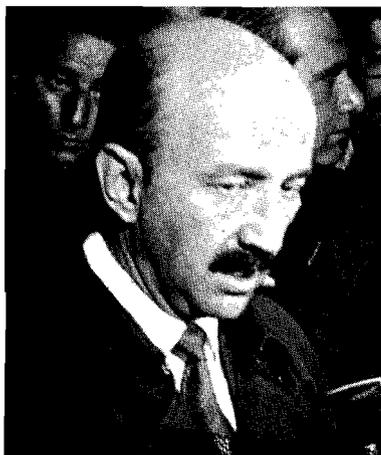
**S**on pocos los aspectos de la  
vida cotidiana que escapan  
al impacto de la ciencia y la  
tecnología. Pero los periodistas  
carecen aún de la formación  
especializada para incorporar  
esta perspectiva de la realidad.  
Dedicamos esta sección a  
*Aristides Bastidas*, pionero del  
periodismo científico en América  
Latina y Presidente de Honor de  
la Asociación Internacional de  
Periodismo Científico. *Aristides  
Bastidas* falleció los primeros  
días de octubre en Caracas.

- 29 Divulgando ciencia y técnica,  
*Sergio Prenafeta Jenkin*
- 34 Completando el círculo,  
*Manuel Calvo Hernando*
- 39 Brasil: Ganando espacios en  
la sociedad industrial, *Julio  
Abramczyk*
- 41 Venezuela: Acumulando  
experiencias, *Luis Moreno  
Gómez*
- 42 Costa Rica: Formación  
especializada, *Marcela  
Guzmán O.*
- 44 Colombia: Aumenta la  
demanda de divulgación  
científica, *Antonio Cacua  
Prada*

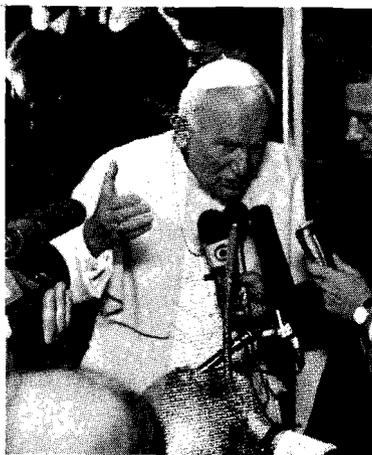


## MEDIOS EN TRANSICION

**L**os cambios en curso desafían las generalizaciones. En toda la región se acumulan experiencias de signos contradictorios y enriquecedora diversidad.



- 46 México: Desastre urbano y renovación en los medios, *Carlos Luna Cortés*
- 51 Crónicas del fin del mundo, *Rosana Reguillo*
- 52 Puerto Rico, Estado 51: Cultura boricua y asimilación política, *Eliut Flores Caraballo*
- 54 Colombia: Mercados regionales y medios, *Humberto López López*
- 56 La Escobarización del periodismo colombiano, *Enrique Santos Molano*
- 57 Venezuela: La pantalla omnipresente, *Marcelino Bisbal*
- 61 Bill Cosby es argentino, *Gino Lofredo*
- 62 Chile: La pendiente democratización de la prensa, *Gustavo González*
- 65 La formación del comunicador posmoderno, *Hernando Bernal Alarcón*



## ESTRATEGIAS

**A**umenta la prioridad de la reforma de las comunicaciones en la agenda política latinoamericana. Desde diversos frentes sociales surgen y maduran nuevas estrategias de cambio. La amplia participación y la búsqueda de consenso determinan su viabilidad.

- 68 Nuevas estrategias de cambio, *Robert White*
- 72 La Iglesia Católica ante la revolución en las comunicaciones, *Documento Pastoral*



- 76 El mensaje y el mensajero, *Andrés León Calderón*
- 78 Se comunican los investigadores, *Rafael Roncagliolo*
- 80 Avances en la investigación, *José Marques de Melo*
- 81 Los desafíos del libre comercio, *Elizabeth Fox*

## ACTIVIDADES DE CIESPAL

- 83 Asdrúbal de la Torre: CIESPAL y la transformación de las comunicaciones

## AUTOCRITICAS Y CONTRAPUNTOS

- 87 Misión Imposible, *Allan Castelnuovo*
- 89 Desvíos, errores y omisiones, *Alexis Naranjo*

## TENDENCIAS

- 90 Las radios comunitarias

## UNICEF

- 93 Los niños de las Américas
- 96 Las caras de la violencia

- 98 RESEÑAS

## NUESTRA PORTADA

El acrílico *Interior de bus*, es de la pintora ecuatoriana Dayuma.

Local para la práctica artística.  
República de El Salvador 734,  
Quito. Ecuador  
Telf. (5932) 247-862

# Los culebrones trepan en España

*Las telenovelas latinoamericanas tienen ya un espacio estable en la programación televisiva europea y especialmente española. Daniel Jones explica cómo se logró esta presencia y cuáles son sus perspectivas.*



Actores de la telenovela "Manuela"



"La Pasionaria", novela venezolana

Cambio 16/América

Cambio 16/América

**A** lo largo de la última década se ha producido en España un aumento espectacular de la oferta televisiva: de sólo dos canales públicos de cobertura nacional que había hasta 1983 se ha pasado en estos momentos a dos canales públicos y tres privados que llegan a todo el país y a ocho públicos regionales (dos en Cataluña y en el País Vasco, y uno en Andalucía, Galicia, Madrid y Comunidad Valenciana). Pero esta oferta se ha caracterizado siempre por una producción propia insuficiente y descoordinada entre los diversos entes radiotelevisivos públicos y por una fuerte dependencia exterior en la programación.

**DANIEL E. JONES**, español. Profesor de la Universidad Autónoma de Barcelona e investigador en el Centre d'investigació de la Comunicació.

Guiados preferentemente por factores de mercado -precios, facilidades de compra, éxitos seguros- y por los índices de audiencia, ha sido escaso el interés por la producción propia y por una diversificación de los programas importados. Esta situación coloca a las emisoras españolas por debajo de la media de sus homólogas de la Comunidad Europea. En 1990, por ejemplo, el 57 % de las películas emitidas por *Televisión Española (TVE)* -la emisora pública de carácter estatal y de mayor audiencia- eran de procedencia norteamericana y solo un 19% eran españolas, un 17% europeas y un 7% del resto del mundo. Respecto de las series argumentales (telefilmes, telenovelas, etc), un 58% eran también norteamericanas, un 21% europeas, un 18% latinoamericanas y un 3% del resto del mundo.

Por otra parte, el subsector de las empresas productoras privadas de pro-

gramas televisivos de ficción no está estructurado como tal y la mayor parte de la actividad está a cargo de las mismas emisoras. Prácticamente, sólo la producción cinematográfica emitida por las diferentes cadenas está en manos ajenas, aunque progresivamente las empresas productoras privadas están proveyendo nuevo material de ficción -generalmente por encargo- para las emisoras televisivas.

De todas maneras, aunque la producción privada para televisiones públicas ha tenido en los últimos años una cierta envergadura, en realidad ha sido desde la instalación de las emisoras privadas, a partir de 1989, cuando ha encontrado una demanda mayor.

Por otra parte, la falta total de cooperación entre *TVE* y los canales públicos regionales, y la escasa colaboración de estos últimos entre sí, ha favorecido que el conjunto de las producciones

españolas tengan unos presupuestos generalmente escasos comparados con el panorama internacional y, como consecuencia, una penetración mínima en otros países. *TVE*, que hasta ahora es prácticamente la única productora que vende programas al extranjero, obtiene por esta actividad cantidades insignificantes comparadas con su presupuesto anual: alrededor del 1% del total.

### Presencia de series mexicanas y brasileñas

Este crecimiento de la oferta televisiva a lo largo de la última década, en varios miles de horas anuales, ha propiciado que los responsables de las diferentes cadenas televisivas tuvieran que recurrir al mercado internacional en busca de programas de bajo costo que aseguraran el interés de la audiencia. *TVE* se había resistido anteriormente a emitir telenovelas latinoamericanas -o "culebrones", término importado de México que se ha hecho popular-, porque se consideraba que tenían baja calidad técnica y artística y que el público español habituado a series del ámbito noratlántico no le satisfarían.

Pero la realidad ha desmentido esta falsa creencia. Sobre todo a partir de 1983, cuando aparecieron los dos primeros canales públicos regionales, y *TVE* decidió aumentar el número de horas de emisión. Comenzaron a verse en las pantallas españolas, las telenovelas mexicanas y brasileñas, estas últimas preferentemente en los canales autonómicos. Se argumentaba, con razón, que eran de mejor calidad que las mexicanas, pero todo hace suponer que al estar originalmente habladas en una lengua diferente a la castellana, se hacía imprescindible su doblaje al catalán o al vasco, lenguas de uso exclusivo en estos canales. Es decir que, si se emitían telenovelas de países hispanohablantes, no había excusa alguna para su doblaje a la lengua regional porque todo el mundo las comprendería, cosa que no ocurría con las brasileñas.

De esta manera, las telenovelas mexicanas -por ejemplo, *Los ricos también lloran*- tuvieron mucho éxito en la televisión estatal, en tanto que otras brasileñas -como *La esclava Isaura* o *Dancing Days* - hicieron fortuna en los canales regionales. Como consecuencia, fue polarizándose la actitud de los

españoles ante este género genuinamente latinoamericano: denostado por las clases cultivadas, pero cada vez más atractivo para las populares.

Este auge de las telenovelas en los años ochenta no fue obra exclusiva de España. Este país, sencillamente importó el éxito habido en otros países europeos -sobre todo en Italia- gracias a la estrategia empresarial de Berlusconi y a la política de expansión internacional de empresas como *Televisa* de México y *Globo* de Brasil. Es decir que los programadores televisivos españoles se decidieron a emitir telenovelas cuando éstas tuvieron éxito en otros países europeos y no antes.

Pero el ascenso ha sido imparable desde entonces, debido a la aparición de las televisiones privadas, hacia 1990, sobre todo *Antena 3*, originariamente controlada por el grupo periodístico Godó y hoy por *Zeta*, y *Tele 5*, en manos de la ONCE y de Berlusconi, que vieron desde un primer momento que este género debía, no sólo ser utilizado, sino más bien promocionado.

### Hegemonía de las telenovelas venezolanas

Precisamente, uno de los puntos de mayor competitividad entre *TVE* y las emisoras privadas -excepto *Canal Plus*, que se recibe por suscripción- han sido las telenovelas. En 1990, el mayor éxito de la televisión en España fue la serie

La realidad ha desmentido la falsa creencia de que los culebrones latinoamericanos tenían una baja calidad técnica y artística y que no satisfacían al público español.



Los actores venezolanos son ídolos en España

Cambio 16/América



Camino 16/America

Principales protagonistas de la telenovela "Amazonas"

venezolana *Cristal*, que a través de 246 capítulos, acaparó el interés de millones de espectadores, y sus intérpretes, Carlos Mata y Jeanette Rodríguez, se convirtieron en ídolos populares y fueron contratados para diferentes programas en el país.

Este éxito espectacular supuso la consolidación definitiva de las telenovelas en España, sobre todo de las venezolanas, que son las mejor aceptadas por la población. Hasta el extremo de ser éste el acento hispanoamericano más respetado y querido en el país.

Aunque no se ha intentado todavía una producción autóctona de este género televisivo, *Antena 3*, por ejemplo, ha realizado en 1991 una coproducción con los estudios Pampa, de Argentina -*El oro y el barro*-, serie de 110 capítulos interpretada por una española y un argentino. Por su parte, *Tele 5* y la productora venezolana *Marte TV* iniciaron a finales del mismo año el rodaje de *La loba herida*, serie de 120 capítulos interpretada por actores españoles y venezolanos. *Tele 5* tiene los derechos de comercialización para la Península Ibérica -se está emitiendo durante 1992-, *Marte TV* se reservó los de Venezuela y Puerto Rico, y el resto de mercado ha sido compartido.

En resumen, puede asegurarse que hoy en día las telenovelas latinoameri-

## Coproducción de cine con la TV por suscripción

La expansión de la TV por cable y el maridaje satélite-cable ha permitido la creación de un buen número de nuevos servicios. La televisión de pago ya compete con los servicios clásicos de comunicación audiovisual: TV y cine.

Pronto la imagen de alta definición con sonido estereofónico, permitirá recibir en el domicilio particular una calidad audiovisual inimaginable. Se consolida la tendencia a ver cine en casa. La revolución del ocio audiovisual en el domicilio privado ya comienza a condicionar la relación entre el productor audiovisual y el consumidor.

En los Estados Unidos, las cadenas de TV comercial cada vez tienen más dificultades en amortizar, mediante los ingresos provenientes de la publicidad, los costos exorbitantes de los derechos de emisión televisiva de los megahits del cine.

Con la competencia de las cadenas de TV por suscripción las televisoras comerciales reducen su oferta de cine primicia. Señalamos dos causas de esta situación: el público saturado por la publicidad, prefiere abonarse a una TV de pago sin interrupciones publicitarias. En los países desarrollados hay un fuerte descenso de la asistencia del público a las salas de exhibición cinematográfica tradicionales y un creciente número de sustitución de grandes salas de cine por complejos de multisalas.

Si la industria cinematográfica no obtiene los ingresos necesarios de la TV clásica y de las salas de exhibición deberá nutrirse de fondos que provienen de la televisión de pago para atender sus necesidades de financiación. La TV de pago permite ingresos compatibles con otros modos de explotación, y una demanda considerable para la producción cinematográfica.

Las redes de TV Cable americanas y europeas que programan largometrajes decidieron reinvertir una parte de sus beneficios en la producción de filmes pensados y adaptados a los gustos de sus audiencias. De todo esto nace el concepto de preventa. *Home Box Office (HBO)* fue la primera TV por suscripción que en lugar de comprar los derechos de emisión después de la producción optó por hacerlo durante el rodaje. El arreglo benefició a ambas partes. El productor recibe fondos cuando más lo necesita. La TV se garantiza los derechos de emitir en exclusiva.

Esta nueva sociedad tendrá repercusiones económicas y, también en la concepción y realización de las nuevas películas de Hollywood. Este cofinanciamiento se agrega a las fórmulas complejas de inversión (Joint-Ventures), donde confluyen intereses del sector industrial, el disco, video, producción de TV, publicaciones y entretenimiento que buscan ampliar sus beneficios aprovechando las complementariedades y las economías de escala.

JUAN CUETO ALAS, IPS

canas están plenamente integradas en la realidad sociológica y cultural española, como durante el franquismo lo estuvieron las radionovelas de Guillermo Sautier Casaseca emitidas por la cadena *SER*. Prueba de ello son las ocho series diferentes que se están emitiendo simultáneamente por diferentes canales españoles en horarios de máxima audiencia femenina -la sobremesa-, que aseguran el interés y la continuidad.

Es cierto que durante 1992, año en el que se conmemora el quinto centenario

de la llegada de los españoles a América, la precencia cultural de las ex colonias ha estado asegurada en España a través de la televisión, sobre todo de *TVE* a través de la emisión diaria del programa multinacional *Cadena de las Américas* -producido por Televisa-, de diferentes ciclos cinematográficos retrospectivos y de telenovelas. Pero, cuando termine este año, probablemente lo único que quedará del otro lado del Atlántico serán los culebrones. ●