

# 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

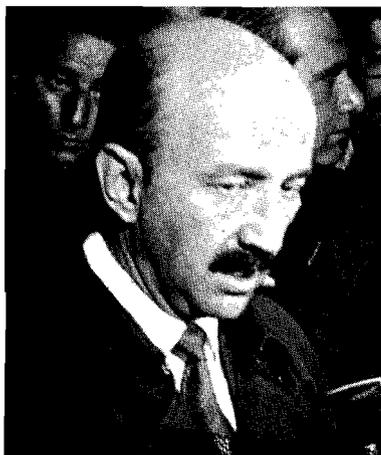
**S**on pocos los aspectos de la  
vida cotidiana que escapan  
al impacto de la ciencia y la  
tecnología. Pero los periodistas  
carecen aún de la formación  
especializada para incorporar  
esta perspectiva de la realidad.  
Dedicamos esta sección a  
*Aristides Bastidas*, pionero del  
periodismo 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*

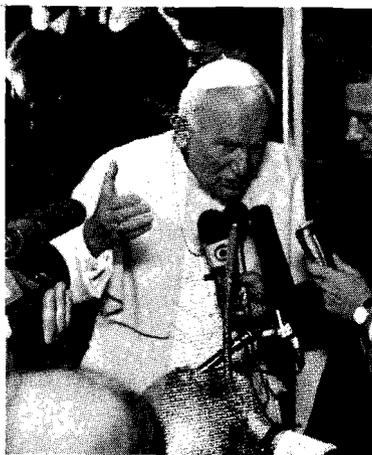


## MEDIOS EN TRANSICION

**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 DESAFIOS DEL LIBRE COMERCIO

*La adopción del modelo de libre comercio plantea en América Latina enormes desafíos en lo que concierne a las comunicaciones y la cultura. Vale preguntarse, si no son, en cierta manera, desafíos compartidos por todas las partes, y precisar quiénes son los desafiados.*

**L**a firma del tratado de libre comercio en América del Norte, genera fuertes críticas en Canadá y los Estados Unidos. Estas críticas se parecen notablemente a las que se escuchan en México y en el resto de América Latina. Tanto en el norte como en el sur la oposición a la apertura comercial expresa sus temores ante la eventual pérdida de control nacional sobre los flujos de bienes, servicios, símbolos y personas. También a todos preocupa la pérdida de su identidad cultural.

Para contestar la pregunta sobre quiénes están siendo desafiados hay que hacer un poco de historia. El modelo de sustitución de importaciones en el cual el estado jugaba un papel de protector de las industrias nacionales, o sea, el modelo que hoy en día cede lugar al de libre comercio, en gran medida nunca

**ELIZABETH FOX**, estadounidense. Autora de *Medios de Comunicación y Política en América Latina*, y editora de *Comunicación y democracia en América Latina*.



Oscar Bonilla, Uruguay

*Vendedor en las calles de Santiago, Chile*

funcionó en América Latina en materia de cultura y comunicaciones. El modelo proteccionista no funcionó a pesar de los esfuerzos históricos de ciertos sectores políticos para proteger y beneficiar los procesos de comunicación y cultura endógenas y en favor de sus funciones de servicio público. Por ejemplo, recordamos el apoyo que dieron los estados de México, Argentina, Colombia, Perú y Venezuela a las industrias nacionales de cultura incluyendo a la publicidad nacional. Se hicieron también esfuerzos para apoyar a los periódicos nacionales y regionales a través de la distribución y subsidio del papel periódico, y múltiples esfuerzos regionales de crear instituciones de intercambio de información y

cultura como ALASEI, ASIN, ULCRA, y la misma ALAIC. Todos se crearon con algún apoyo de los Estados.

A pesar de estos esfuerzos, sin embargo, el papel de un estado protector o paternalista, (con notables excepciones en programas de apoyo a la cultura de élite o a actividades de corte folclórico) fueron poco efectivos en cumplir las disposiciones múltiples que quedaron escritas en las leyes y constituciones de la región. El sexto plan de comunicación del presidente Herrera en Venezuela, por ejemplo, y las medidas del Presidente Monge de Costa Rica, el plan de comunicación para el desarrollo del Presidente Borja del Ecuador, todos quedaron en el tintero por falta de con-

senso o de voluntad política, o por los cambios electorales.

Ha sido ampliamente documentado que durante la época del auge del modelo del Estado protector y el de sustitución de importaciones fue cuando ocurrió la mayor penetración de productos y capitales extranjeros, principalmente norteamericanos, en los medios de comunicación de la región, aquellos gigantes como *Globo*, *Televisa*, y *Venevisión* que eran y son obviamente capaces de competir en cualquier mercado mundial.

El crecimiento de estos gigantes latinoamericanos, ocurrió con apoyo estatal. El Estado muchas veces por sus políticas de otorgamiento de licencias, o para dar beneficios políticos a algunos, ayudó a crear estos monstruos de los medios modernos en América Latina y el mundo. Sólo en algunos casos excepcionales como en Chile y Colombia no se crearon monopolios o oligopolios

nacionales de los medios. Hoy podemos afirmar que los grandes medios privados de la región no tienen nada que temer del libre comercio. Seguramente se beneficiarán con el nuevo modelo y con la globalización de la cultura.

Entonces, ¿a quién desafía el nuevo modelo de libre comercio? No amenaza a las industrias públicas nacionales de comunicación y cultura que ya están casi desmanteladas después de años de negligencia estatal y oposición por parte de los medios comerciales. Tampoco afectará a los grandes medios latinoamericanos capaces de competir a nivel mundial.

Nuestra hipótesis es que es el consumidor y la comunidad de receptores que están siendo desafiados. El individuo y la comunidad de receptores recibirán el impacto directo de la apertura de las economías al comercio internacional y son los que están más desprotegidos.

Así como el Estado protector en general no funcionó para los medios de comunicación y la cultura de la región, tampoco el Estado asistencial sirvió para proteger una filosofía y una práctica de servicio básico o público aplicada a las comunicaciones.

Debemos prestar atención a la situación del consumidor, receptor o público de las comunicaciones. Esa es la zona y el tema en el que deben centrarse las investigaciones para estudiar el desafío que plantea el libre comercio. La intención es asegurarnos que funcione el otro lado del nuevo modelo económico llamado liberal, que se respeten y se protejan los derechos de los consumidores. El pluralismo, la diversidad, el servicio público y un mercado competitivo son también derechos básicos del liberalismo que entra en la región, y son derechos que debieran poder cruzar las fronteras con igual facilidad que los bienes y servicios. ●

## ENTRE LA NOSTALGIA Y LA RENOVACION

**E**n comunicaciones todo ha cambiado tanto y tan rápido que muchos investigadores no logran aún recuperarse del naufragio y asirse a un referente conceptual y anímico con el que se sientan políticamente a gusto. Por lo menos esa es la impresión que recibió el observador invitado cuya ventaja radica en que nadie puede acusarlo de ser comunicólogo.

El Primer Congreso de ALAIC se realizó en una suerte de convento en las afueras de São Paulo, un sitio austero en el que aparentemente no se acostumbra mirar televisión. En ese espacio neutral y ajeno los asistentes al Congreso manifestaron sin timidez, aunque quizá sin querer, la ambigüedad que sienten respecto a las prioridades de su profesión. En cada participante parecía mezclarse la nostalgia por una clara identidad ideológica perdida o escondida, con la confesión autocrítica y el bosquejo de un nuevo estilo aplicado a temas y sujetos definidos con más amplitud y menos prejuicios. Cada vértice de ese triunvirato existencial parecía turnarse en el dominio del comportamiento de cada cual. En los debates los colegas que parecían conocerse de toda la vida se turnaban en personificar uno u otro componente de la alternante identidad colectiva. La hora del día, las oscilaciones del biorritmo, o la diferencia entre el efecto de un café y el de una caipirinha podía cambiar el énfasis de una intervención o el curso de un debate de uno a otro rincón del pugilismo teórico.

Algunos se sentirán ofendidos por esta implícita calificación de veletas profesionales. Pero no es ofensa, al contrario, la flexibilidad puede ser un valioso atributo. La ambigüedad es propia de la conciencia colectiva en transición. Es sano reconocer que el proceso no termina y que seguimos buscando las síntesis que nos dejen trabajar y vivir en paz con nuestras múltiples personalidades: militantes justicieros, samaritanos posmodernos, liberales neoconvertidos, científicos desprejuiciados, y magistrales bailarines de la rumba institucional y el danzón académico.

El problema no es la ambigüedad en sí misma. La dificultad resulta de la parálisis que impide al investigador relacionarse con soltura con los protagonistas de lo que se propone estudiar. Les resulta engorroso acortar la distancia que los separa de los medios y su gente, y del público/pueblo con sus gustos arrabalerados y su conciencia confusa y contradictoria. Hacia ellos los investigadores parecían tímidos, culposos, por momentos avergonzados. Los miraban con perspectiva de astrofísicos, con un interés desconfiado o idólatra, similar al que muchos sienten hacia los encuentros cercanos del tercer tipo. El observador sentía vértigo ante el espacio que separaba al investigador de quienes componen los procesos que describe, mide, o juzga. El visitante teme equivocarse y que su impresión sea sólo una proyección del aislamiento propio del que curiosear los ritos de una fraternidad muy unida por el pasado compartido y la hostilidad o benevolencia del presente.

GINO LOFREDO