

Chasqui

Revista Latinoamericana
de Comunicación

No. 44 - ENERO 1993

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.

Presidente Alternativo, Rubén Astudillo,
Min. Relaciones Exteriores

Eduardo Peña Triviño,
Ministro de Educación

Luis Castro, UNP

Fernando Chamorro, UNESCO.

Flavio de Almeida Sales, OEA.

Louis Hanna, AER.

Alba Chávez de Alvarado, Universidad
Estatad de Guayaquil

Asistente de Edición

Martha Rodríguez

Portada

Luigi Stornaiolo

Impreso

Editorial QUIPUS - CIESPAL.

Servicios Especiales de AFP,

COMUNICA, 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 - E-mail/correo
electrónico: chasgino@ecuanex.ec

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

BRASIL: COLLOR, CORRUPCION Y MEDIOS

Lo que hicieron los medios en
el ascenso y derrocamiento
de Fernando Collor de Mello

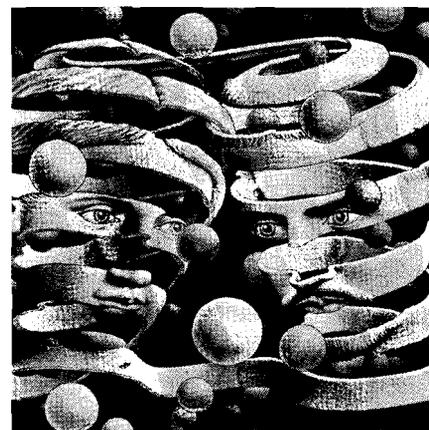


- 4 Construcción y abandono de
un buque defectuoso,
Lattman-Weltman,
Plinio de Abreu Ramos,
José Dias Carneiro
- 8 ¿Renacimiento espiritual en
los medios brasileños?
Rondon de Castro
- 10 Ambientando la destitución de
un presidente,
Gaudencio Torquato
- 12 Los medios contra la
corrupción,
Sonia Virginia Moreira
- 15 El otro ataque del "Fantasma
de lo Mismo", *Arnaldo Jabor*
- 18 Garganta Profunda,
Luiz Lobo
- 26 Paladeando vinos y saberes,
Guillermo Orozco Gómez
- 33 México: Recuperar el espacio
de las comunicaciones,
Silvia Molina y Vedia
- 36 Brasil: La atracción fatal de la
Universidad y la industria,
José Marques de Melo
- 43 Brasil: Facultades, industrias y
mercado laboral,
Nair Martinenko
- 44 Ecuador: La reforma golpea
dos veces, *Marco Ordóñez*
- 50 Ecuador: Peripecias en el
pantano universitario,
Lucía Lemos
- 51 Las escuelas no brillan,
Rubén Astudillo
- 53 La especialización de los
periodistas,
María del Carmen Cevallos
- 54 Venezuela, ¿Reportero,
técnico, gerente o creador?
Migdalia Pineda de Alcázar
- 56 Argentina: Prestigio
periodístico en la intemperie
laboral, *Jorge Luis Bernetti*
- 59 Chile: Educación superior en
periodismo y comunicación,
Lucía Lemos
- 61 Brasil: La pedagogía del
Audio Visual, *José Tavares de
Barros*
- 63 La formación en España,
Daniel E. Jones
- 65 España: Posgrado en
Comunicaciones,
José Manuel de Pablos
- 67 Nuevos retos en la U.
Autónoma de Barcelona,
Miguel Rodrigo Alsina.

REFORMA DE LAS FACULTADES

La enseñanza y la
investigación exigen una
actualización que las
equipare con los cambios
ocurridos en dos décadas de
turbulencia social, ideológica y
técnica.

- 21 El reordenamiento del mundo,
Antonio Pasquali



ENTREVISTAS

- 70** Roberto Fontanarrosa:
El oficio de hacer reír,
*Mariana Hernández y
Gustavo Brufman*



POLEMICAS Y PROVOCACIONES

Dependencia y libre mercado, identidad y modernización, imagen mediática y realidad, hegemonía y resistencia, son las ideas que siguen desvelando a los alquimistas de nuevos y viejos paradigmas.

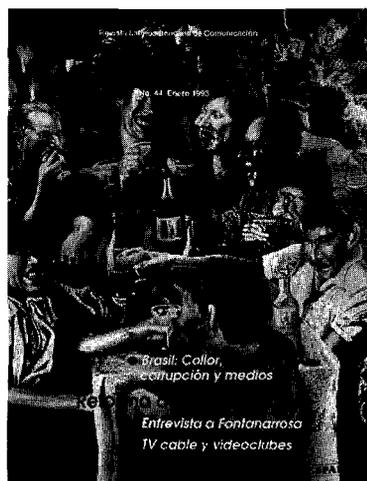
- 76** La cultura y el modelo neoliberal,
Javier Esteinou Madrid
- 80** Tres visitas al paradigma de la dependencia cultural,
Elizabeth Fox
- 83** No tomar lo real como real,
Jean Baudrillard
- 85** No hay información inocente,
Jorge Lanata
- 87** El lenguaje resbaladizo,
Oscar Landi
- 88** El arca de la libertad,
Anthony Wardlaw
- 93** La política como espectáculo,
Juan E. Fernández

AUTOCRITICAS Y CONTRAPUNTOS

- 100** Equilibrio y oxigenación:
¿fantasía o realidad?,
Hernando Bernal
- 102** Una voluntad de saber,
Ignacio Ramonet

TENDENCIAS EN RADIO, VIDEO Y TV CABLE

- 104** Argentina: historia de los radios libres,
Daniel Ulanovsky
- 105** Testimonio de un emisor,
Gabriel Mariotto
- 108** El videocable, *Oscar Landi,
Ariana Vacchieri*



- 113** España: TV cable en las vísperas del boom,
Tito Drago

ACTIVIDADES DE CIESPAL

- 118** Entrevista a Francisco Ordóñez, Jefe del Departamento de Radio de CIESPAL.
- 121** Seminario en CIESPAL: Medios, consumo, integración y democracia,
José María Salcedo.

UNICEF

- 122** Los olvidados: Comunicación y pueblos indígenas en América
- 124** Declaración y compromiso de Río: Los medios de comunicación y la infancia
- 126** Documentos: Menores en Circunstancias Especialmente Dificiles (MECD)

127 RESEÑAS

FOTO DE PORTADA INTERIOR

Tomada en Oaxaca, México,
por Carlos Amérigo
Dimensión Visual
Uruguay 1391, Montevideo-Uruguay,
Teléfono: 90 85 49

NUESTRA PORTADA

Caractericaricaturescos, óleo sobre tela, 1992, es del pintor ecuatoriano Luigi Stornaiolo.
Foto de Ramiro Jarrín

Taller

Mallorca 487 y Coruña
Quito. Ecuador
Telf. (5932) 235 369

FACULTADES, INDUSTRIAS Y MERCADO LABORAL

NAIR MARTINENKO

Algunos se oponen al matrimonio de las industrias culturales con las universidades. Pero tendrán que apurarse porque las novias ya están en estado de avanzada gravidez.

Existe cierto consenso respecto a los problemas principales que enfrentan los programas de comunicación de las universidades brasileñas:

1. El rápido avance tecnológico de las empresas de comunicación que las universidades no pueden acompañar;
2. La permanente crisis de identidad de las facultades de comunicación que influye sobre las definiciones curriculares de sus vertientes prácticas y teóricas;
3. Las presiones que generan las empresas de comunicaciones para que las facultades capaciten profesionales cuyas destrezas concuerden con las necesidades del mercado laboral;
4. Como parte del proceso de liberalización de la economía todas las universidades sufren los recortes presupuestarios y se reduce aún más su capacidad de formación eficaz de profesionales;
5. Las necesidades del sector privado y las dificultades que enfrentan las universidades han hecho que las empresas de comunicaciones asuman directamente ciertos aspectos de la formación del personal que necesitan para sus operaciones.

Las diferencias entre académicos, investigadores y profesionales dedicados a la formación de comunicadores se expresan en el énfasis que aplican sobre uno u otro aspecto del diagnóstico y en las soluciones que proponen.

La Escuela de Comunicações y Artes de la Universidade de São Paulo (ECA-USP) adoptó el camino de los convenios con empresas de comunicación para fortalecer sus programas de capacitación. Su Director, José Marques de Melo señala que la intención es suplir las deficiencias tecnológicas de la universidad y mostrar a los estudiantes la realidad cotidiana del trabajo en los medios. Dice José Marques de Melo: "Debemos trabajar dentro de una lógica de vanguardia. No queremos someternos ciegamente a las exigencias del mercado de trabajo, pero no podemos ignorarlo totalmente. Creemos en un punto medio que adecúe a las escuelas de comunicación para un periodismo moderno."

La profesora Christa Berger de la Universidad Federal de Río Grande Do Sul (UFRGS) opina que "es preciso tener cuidado con la interacción entre la universidad y las empresas porque el empresario busca la productividad y el lucro mientras que la universidad debe formar recursos

humanos críticos." Christa Berger también advierte que los conocimientos desarrollados en el medio universitario no deben privatizarse: "Se trata, en última instancia, de un patrimonio de la humanidad". El modelo que critica Berger ha sido adoptado ampliamente por las universidades públicas y privadas de América del Norte y Europa.

Según Christa Berger, el acercamiento entre universidad e industria está lejos del punto medio al que se refiere Marques de Melo: "Los empresarios quieren que el periodista sea un buen técnico. No les interesa demasiado el profesional que cuestiona, critica y se impone."

Formación dentro de las empresas

Enfrentadas por los sindicatos de periodistas y por profesores universitarios, muchas empresas están formando sus propios profesionales en cursos internos que dan prioridad a las destrezas prácticas. Su duración promedio es de cuatro meses. Según los empresarios, el objetivo es darle al profesional una visión real del mercado de trabajo y del ejercicio del periodismo moderno.

Según Francisco Omellas, periodista y coordinador del Curso de Periodismo Aplicado del diario *O Estado de São Paulo*, "los cursos de periodismo aplicado son al periodista egresado de las facultades de comunicación lo que las residencias médicas son a los egresados de las facultades de medicina." Omellas destaca el problema tecnológico: "ninguna escuela puede acompañar la permanente renovación tecnológica de las empresas comerciales".

La Coordinadora del Curso Intensivo de Práctica de Periodismo Aplicado del grupo de medios *Red Brasil Sul* (RBS), Eunice Jacques, dice que el objetivo de su programa es cubrir algunos vacíos que dejan las universidades. La RBS gastó US\$ 320.000 en el curso mencionado.

El tema enfrenta a las empresas con los sindicatos y las universidades. Francisco Rudiger es coordinador del curso de posgrado de la Pontificia Universidad Católica. Para Rudiger los cursos empresariales son "una forma de adiestrar fuerza de trabajo para adaptarla a las necesidades y perfiles requeridos por empresas específicas. Es un componente de la estrategia de selección de personal e incluso de la estrategia de mercado de cada empresa en relación con la competencia." ●