

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

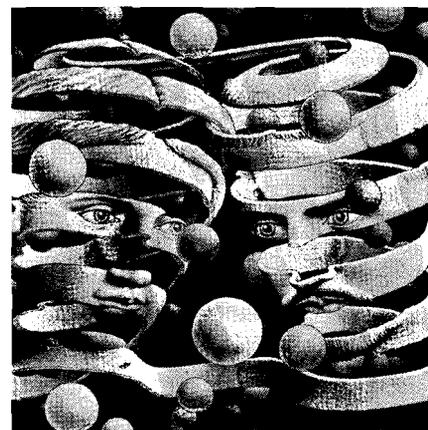


- 4 Construcción y abandono de
un buque defectuoso,
Lattman-Weltman,
Plinio de Abreu Ramos,
José Dias Carneiro
- 8 ¿Renacimiento espiritual en
los medios brasileños?
Rondon de Castro
- 10 Ambientando la destitución de
un presidente,
Gaudencio Torquato
- 12 Los medios contra la
corrupción,
Sonia Virginia 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.

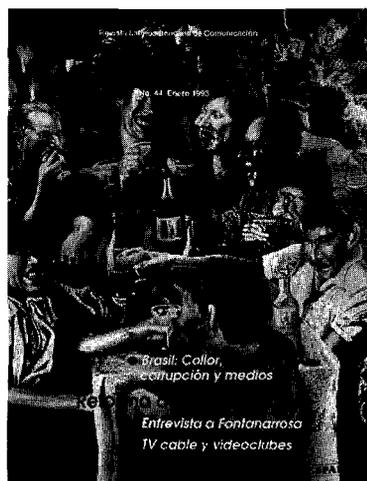
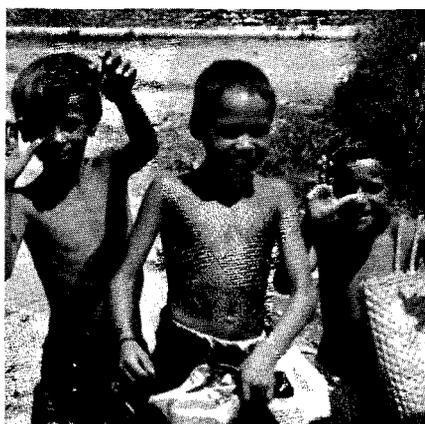
- 76** La cultura y el modelo neoliberal,
Javier Esteinou Madrid
- 80** Tres visitas al paradigma de la dependencia cultural,
Elizabeth Fox
- 83** No tomar lo real como real,
Jean Baudrillard
- 85** No hay información inocente,
Jorge Lanata
- 87** El lenguaje resbaladizo,
Oscar Landi
- 88** El arca de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

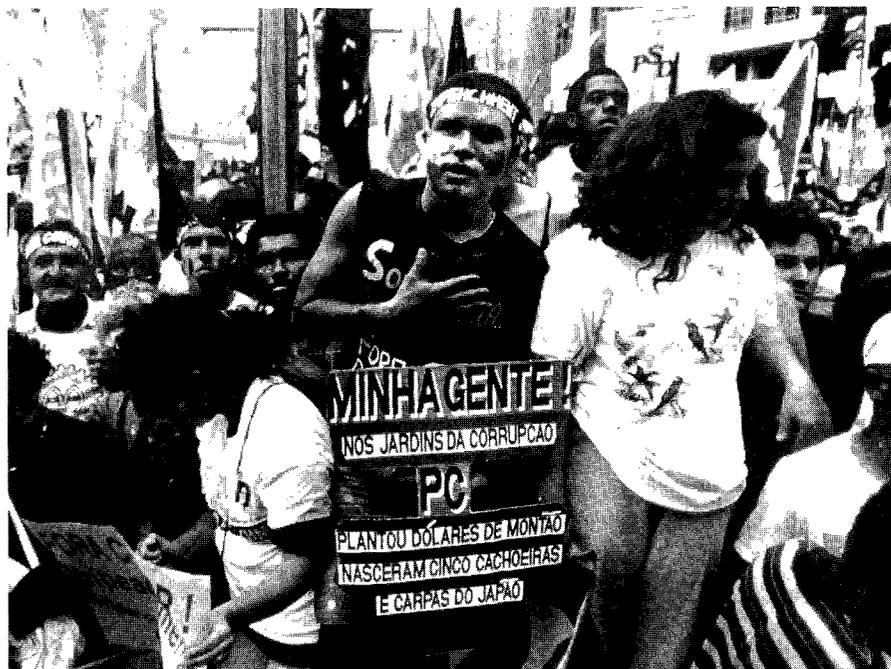
NUESTRA PORTADA

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

GARGANTA PROFUNDA



Jesús Carlos / Imagen Latina

La vanguardia de los carapintadas por la honestidad

En Brasil siempre hubo corrupción. Adhemar de Barros, que fue gobernador del estado de São Paulo y varias veces candidato a la presidencia de la República, nunca negó que recibía el dos por ciento de lo gastado en su administración para una "alcancía" de reserva destinada a financiar futuras elecciones. Incluso se puso de moda una expresión que él utilizaba como slogan: "rouba mas faz", roba pero hace obras.

La enorme diferencia entre los gobiernos anteriores y el de Collor de Mello es lo que un cronista calificó de *garganta profunda*, una desmesurada codicia en el tráfico de influencias. El presidente y su

banda jamás admitieron recibir sólo el dos por ciento. Ni siquiera el veinte, ya que uno de sus auxiliares habría rechazado ese porcentaje alegando que "veinte por ciento es una propina para el mesero".

Lo que se sabe y que fue confirmado en el proceso de la Policía Federal es que la cuadrilla en el poder resolvió ser socio generalmente por partes iguales, recibiendo el 50 % de lo asignado en el presupuesto. Fue la exorbitante magnitud de la tajada oficial lo que escandalizó a empresarios y políticos, y no el hecho de que hubiera corrupción activa o pasiva en el ejecutivo. Incluso así es posible que no hubiese ocurrido nada, ni siquiera la Comisión Investigadora Parlamentaria, si Pedro Collor de Mello no hubiera denunciado a través de la revista *Veja* a su hermano mayor y a Paulo César Farias, socio del presidente y ex director de su campaña electoral.

El motivo que llevó a Pedro a denunciar a Fernando está vinculado al poder

La corrupción en Brasil no comienza ni termina con el caso Collor. Para el periodista Luiz Lobo la apertura del escándalo refleja la desmesurada ambición del grupo gobernante, la personalidad y la debilidad política del presidente, y el comportamiento responsable y agresivo de los medios de comunicación. El pueblo en las calles es un importante telón de fondo. Pero los resultados de las recientes elecciones municipales sugieren que la corrupción institucionalizada puede sobrevivir la crisis moderando su codicia y profesionalizando sus defensas.

LUIZ LOBO es brasileño, periodista y Director de Proyectos Especiales de la *Red Globo* de televisión desde donde colabora con el programa de UNICEF en Brasil. Es autor de libros sobre derechos del niño, educación familiar y medios de comunicación.

de la prensa. Pedro no estaba dispuesto a permitir que Paulo César Farías pusiera a funcionar en su mismo estado de Alagoas un diario que con mejor equipamiento y dinero de sobra terminaría por disminuir el prestigio y la rentabilidad de su propia publicación. La denuncia tuvo enorme repercusión y se sumó a otros escándalos ya divulgados sobre el gobierno pero que aún no habían tocado al Presidente.

Compiendo por las primicias del escándalo

Pero podría haber sucedido que la denuncia fuera agitada por la prensa durante algún tiempo y luego olvidada. Ahí es donde comienza a incidir el comportamiento de los medios de comunicación en el desenlace del proceso. Otra revista que compite con *Veja*, el semanario *Isto É* entrevistó a Eriberto França, el chofer de la presidencia que transportaba los cheques y el dinero de las firmas de Paulo César Farías a la residencia del presidente, la Casa da Dinda. A partir de entonces los grandes periódicos se dedicaron a buscar primicias sobre el tema y lo investigaron todo, hasta la basura de la residencia presidencial. Recién entonces los políticos reconocieron que no podían ignorar el escándalo y correr el riesgo de perder

El pueblo salió a las calles vistiendo de negro en señal de luto. Otra vez los políticos corrieron atrás para intentar explotar la presencia de la sociedad movilizada. La mayoría no fue bien recibida.

prestigio y el tren de la historia. Poco a poco se colocaron en contra del presidente.

Pero también contribuye al impeachment el hecho de que Collor fuera un fenómeno artificial del marketing político. Collor fue elegido sin el apoyo político de los partidos tradicionales y no contaba con una bancada importante en el parlamento. La personalidad del presidente también operó en contra de sus intereses. Collor era autoritario, autosuficiente y extremadamente vanidoso. Se consideraba dueño absoluto de los 35 millones de votos que lo eligieron. No creía que los senadores pudieran enjuiciarlo y condenarlo. Tal era su convicción en este sentido que poco hizo para impedir que avancen, por ejemplo, las investigaciones de la Policía Federal.

Lo que muchos periodistas sabían pero no podían divulgar, lo que muchos empresarios contaban pero no permitían que se publicase, gradualmente se hizo público. Cuando estalló el escándalo el presidente cometió un error grave de marketing, dictado por su personalidad megalomaniaca y por sus colaboradores mal informados. En un discurso público, convocó a *mi gente*, o sea al pueblo, a manifestarse en las calles vistiendo verde y amarillo para mostrar su apoyo al gobierno.



Antonio Scarza / AFP Photo

El grupo de teatro "La Fábrica de Sueños" en el alimento ritual

El resultado fue funesto, gran parte de la población fue a las calles en marchas pacíficas vistiendo de negro en señal de luto. Otra vez los políticos corrieron atrás, intentando explotar las manifestaciones de la sociedad ya movilizadas. Fueron mal recibidos.

Años rebeldes

Inicialmente la televisión tuvo poca participación en las denuncias y la presión sobre el presidente. Es una postura tradicional vinculada al hecho que las concesiones de frecuencias son revocables y es la responsabilidad del Estado renovarlas o derogarlas. La televisión raramente se ubica en contra del gobierno. Sin embargo, la *Red Globo* decidió transmitir una miniserie titulada *Años Rebeldes* que mostraba la participación de la juventud, en la lucha contra la dictadura militar en los años 60 y 70. Para la mayoría de los jóvenes brasileños fueron imágenes e información absolutamente nuevas, excitantes, y capaces de remover la indiferencia y la alienación absoluta en que vivían.

De repente, sin mucha preparación ni organización, los jóvenes comenzaron a ir hacia las calles, con sus caras pintadas de verde y amarillo para recuperar los colores que el presidente había presentado como suyos. Las manifestaciones se sucedieron en todas las grandes ciudades brasileñas y en el interior. Acto seguido las telemisoras comen-

En plena crisis de credibilidad y cegado por su megalomanía, Collor convocó a *su gente* a salir a las calles en su defensa. El pueblo respondió manifestando masivamente su repudio al gobierno. Fue un grave error de marketing que probablemente le costó la presidencia.

zaron a dar cobertura diaria a los acontecimientos en todos los noticieros.

El retrato de Dorian Gray

A esta altura los diputados conformaron la Comisión Investigadora Parlamentaria y el impeachment fue inevitable. Los mismos medios de comunicación que habían hecho de Fernando Collor un producto deseable, presentándolo como un joven honesto y dispuesto a luchar contra la corrupción (aunque su gobernación en el estado de Alagoas ya hubiera demostrado lo contrario), se dedicaron a romper su imagen de galán, mostrándolo por dentro. Un cronista llegó a referirse a la novela de Wilde, *El Retrato de Dorian Gray*.

El regreso de los profesionales

Durante todo el proceso las Fuerzas Armadas se mantuvieron atentas pero apartadas de los acontecimientos. Los generales no se rebelaron contra el presidente pero tampoco le dieron cobertura. Esa conducta sería absolutamente normal y constitucional si no fuera que Brasil es un país latinoamericano donde los militares acostumbran a considerarse la única y verdadera garantía de la tranquilidad y la normalidad democrática.

El proceso político aún no termina. Pero el 15 de noviembre la ciudad de São Paulo eligió como alcalde a Paulo Salim Maluf, un personaje que siempre estuvo vinculado con escándalos de corrupción. Y no fue el único alcalde electo que ya antes había sido señalado como corrupto. Quizás estos resultados sean un indicio de que la corrupción institucional generalizada sobrevivirá en Brasil mientras los funcionarios no tengan la garganta tan profunda como la de Collor y su pandilla.

De cualquier modo, la expulsión del presidente fue un hecho histórico, una victoria de la prensa y de la democracia. Pero esto no garantiza que la historia no se repetirá. Como señaló un humorista: "La gran lección que se puede sacar del episodio es que los corruptos, convencidos de su impunidad, fueron amateurs, incluso ridículos en sus disculpas y sus maniobras defensivas. Si hubieran sido profesionales cuidadosos habría habido escándalo, pero no los habrían condenado". Tal vez desde ahora los políticos y funcionarios vuelvan a trabajar profesionalmente.



Juan Pablo II y Collor en Brasilia: tiempos mejores

Antonio Scorza / AFP Photo