

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



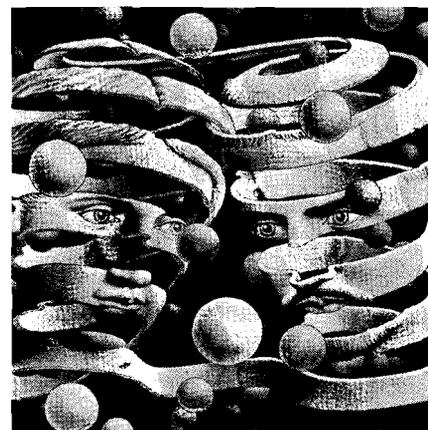
- 4 Construcción y abandono de un buque defectuoso, *Lattman-Weltman, Plinio de Abreu Ramos, José Dias Carneiro*
- 8 ¿Renacimiento espiritual en los medios brasileños? *Rondon de Castro*
- 10 Ambientando la destitución de un presidente, *Gaudencio Torquato*
- 12 Los medios contra la corrupción, *Sonia Virginia Moreira*
- 15 El otro ataque del "Fantasma de lo Mismo", *Arnaldo Jabor*
- 18 Garganta Profunda, *Luiz Lobo*

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*

- 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*



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.

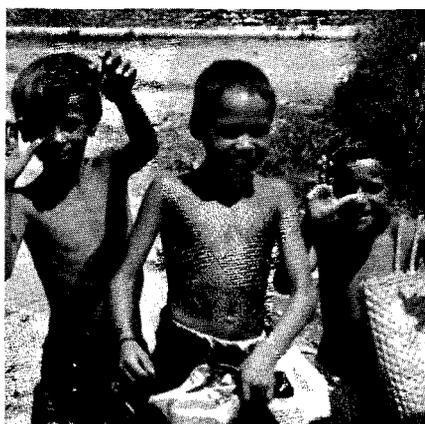
- 76** La cultura y el modelo neoliberal,
Javier Esteinou Madrid
- 80** Tres visitas al paradigma de la dependencia cultural,
Elizabeth Fox
- 83** No tomar lo real como real,
Jean Baudrillard
- 85** No hay información inocente,
Jorge Lanata
- 87** El lenguaje resbaladizo,
Oscar Landi
- 88** El arca de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



Omar Torres / AFP Photo

Del estudio de la carrera de comunicaciones de la UNAM retomamos de manera esquemática los problemas y alternativas menos dependientes de situaciones institucionales particulares y, por lo tanto, más pertinentes a las reformas de la enseñanza y la investigación de las comunicaciones en América Latina.

A. Problemas

El diagnóstico destacaría los siguientes problemas principales:

A.1 Diversidad teórica. Muchas teorías de la comunicación compiten entre sí, sin imponerse realmente alguna de ellas, y evidenciando en este proceso sus propios alcances y limitaciones. Muchas de estas teorías no han sido concebidas por comunicólogos, sino que surgieron en ámbitos muy diversos (sociología, psicología, ciencia política, administración, lingüística), lo cual a su vez le plantea un nuevo tipo de problemas a la comunicación.

SILVIA MOLINA Y VEDIA, trabaja en el Proyecto Escepticismo Político y Comunicación de Masas, de la Facultad de Comunicaciones de la UNAM.

RECUPERAR EL ESPACIO DE LAS COMUNICACIONES

Este artículo resume las observaciones, diagnósticos y propuestas tratados en un documento elaborado con motivo de la reformulación del plan de estudios de la carrera de Ciencias de la Comunicación en la Universidad Nacional Autónoma de México. Los problemas y alternativas, si bien se basan en la experiencia de la UNAM pueden ser de interés para la reforma de otras instituciones del continente.

A.2 Instrumentalismo tecnológico. Las innovaciones tecnológicas en comunicaciones (informática, telemática, sistemas de redes) se multiplican dando lugar a diversas prácticas y saberes técnicos que, ante la fragmentación teórica, están sustituyendo en parte el saber científico por un quehacer instrumental.

A.3 Omnipresencia de las comunicaciones. Los mismos desarrollos tecnológicos en comunicación repercuten a nivel social generando un "hábitus" que, o bien se yuxtapone, o bien se imbrica, tanto con la tradición como con la cotidianidad. Como resultado de ello, lo comunicativo parece estar en todas partes y la información se convierte en un factor estratégico en todos los campos.

A.4 Influencia en otras ciencias. El carácter estratégico que se le reconoce a la información y la comunicación afecta también al campo científico. El estudio y la investigación de la comunicación permean el espacio de otras ciencias (biología, fisiología celular, química, biomédicas, además de las sociales y humanísticas), a pesar de que sus propias teorías están en entredicho.

A.5 Dispersión transdisciplinaria. Por un raro "efecto epis-

temológico", la enseñanza e investigación de las comunicaciones se vió restringida al ámbito de la comunicación de masas y de los medios, mientras que en otros campos científicos, se tratan buena parte de las cuestiones que competen a la comunicación.

A.6 Saturación laboral y potenciales inexplorados. La formación universitaria en comunicaciones es sensible a un mercado de trabajo cada vez más cerrado por lo que respecta a los medios de difusión masiva donde existe saturación y subempleo. Simultáneamente existen potenciales de empleo inexplorados debido a la orientación restringida (comunicación de masas y medios de difusión) presente en la mayoría de los programas.

B. Alternativas

Estos problemas no han impedido que la comunicación haya tenido una maduración excepcional desde fines de la Segunda Guerra Mundial hasta nuestros días, y que disponga actualmente de un capital científico significativo. Pero, para garantizar el desarrollo de este capital y para superar los problemas mencionados, es necesario prever su evolución y proponer objetivos. Esto supone una crítica reformulación de planes y programas de estudio atendiendo a los recursos, requerimientos, expectativas y dificultades propios de cada caso concreto.

Reconociendo la importancia de las particularidades, podemos señalar también algunos lineamientos o alternativas generales, que deben tomarse en cuenta al reformular planes y programas de estudio. A continuación algunas de ellas:

B.1 Actualización profesional. La diversidad de teorías en competencia, su carácter novedoso y su procedencia o su vinculación con otros campos científicos, plantean un problema de actualización profesional y revisión crítica de la comunicación, sin los cuales fracasaría cualquier esfuerzo por formular planes de estudio o reorientar la práctica profesional. Esta actualización tiene que realizarse -por razones prácticas- al mismo tiempo que la reformulación de planes de estudio y el ejercicio profesional, lo cual implica un importante esfuerzo. En algunos países, las universidades y centros de investigación ofrecen a sus miembros oportunidades e incentivos

La formación universitaria en comunicaciones es sensible a un mercado de trabajo cada vez más cerrado por lo que respecta a los medios de difusión masiva donde existe saturación y subempleo. Simultáneamente existen potenciales de empleo inexplorado.

para que se concrete la superación académica. En todo caso, la capacitación constante es un requerimiento ineludible para los profesionales en las complejas sociedades actuales.

B.2 Redefinición teórica y profesional. Los conocimientos técnicos, los lenguajes especializados que implican y la forma en que se involucran e impulsan el desarrollo de las comunicaciones plantea la necesidad de investigación y reconsideración a nivel teórico de los problemas emergentes. Al mismo tiempo que se desenvuelven en su nivel de competencia específico, las tecnologías de la comunicación generan un conjunto de actividades, relaciones, usos, que permiten redimensionar el campo de posibilidades de la comunicación. De esto se deduce la necesidad, a nivel teórico, de realizar un importante esfuerzo epistemológico para redefinir el campo de la comunicación, y a nivel práctico, de diversificar las opciones de profesionalización, de manera que los nuevos planes de estudios los contemplen.

B.3 Respuestas al mercado laboral diversificado. Al redimensionar el campo de las comunicaciones surgen oportunidades que van mucho más allá de las previstas en la mayoría de los planes y programas de estudios vigentes. La redefinición implica la interdisciplina, la comunicación aplicada, además de las "prácticas tradicionales" de la profesión. Una respuesta creativa al mercado de trabajo implica expandir y diversificar la oferta de servicios. Los planes de estu-



Clasificar el desempleo

Oscar Bonilla, Uruguay

SUBSIDIOS Y DEMOCRACIA

ANDREA DABROWSKI

"En términos de diagramación la prensa mexicana se compara a la de Estados Unidos de fines del siglo 19, y en el terreno de la corrupción, a la de la época de los gangsters en los años 30". El que habla es Raymundo Riva Palacio, periodista e investigador con 20 años de experiencia y una de las cabezas del prestigiado *El Financiero* de México, fundado en 1982 y uno de los pocos que no dependen de los subsidios gubernamentales. Su independencia se traduce en credibilidad. Riva Palacio regresa a su país después de investigar en la Universidad de Harvard las relaciones prensa-gobierno en México. Nos habla en su oficina, donde los teléfonos no dejan de sonar, y la gente de buscarlo.

"Somos un país de analfabetos funcionales. Somos profundamente autoritarios en nuestro comportamiento cotidiano. La baja calidad de la educación es una de las razones más importantes. México tendrá serias dificultades para competir eficazmente dentro del acuerdo de libre comercio con Estados Unidos y Canadá, salvo como proveedor de mano de obra barata".

Para Riva Palacio el estancamiento de los medios tiene un aspecto generacional. Señala el caso de Jacobo Zabłudovsky, el presentador del noticiero *24 horas de Televisa*: "Hoy sigue siendo el principal difusor de noticias para la gran mayoría del pueblo mexicano y muchos latinoamericanos que lo sintonizan por cable. Zabłudovsky es conocido como el desinformador y manipulador por excelencia. El ya era estrella de *Televisa* en 1959..."

Si la formación y el ejercicio profesional son francamente deficientes en el periodismo, el problema se hace extensivo a los campos académicos, profesionales y políticos. Le preguntamos por qué no hay una nueva definición de las relaciones entre la prensa y el gobierno, y nos contesta: "En el gobierno están educados para desinformar, mentir y manipular. Todos los gobiernos, en mayor o menor grado, hacen lo mismo. Buscan generar apoyo para sus programas políticos. La diferencia es que en México la prensa no asume su derecho a objetar frente a la constante manipulación gubernamental".

¿Por qué? La respuesta es categórica: "El financiamiento de los medios depende del Estado y del partido de gobierno. Sus propietarios nunca se establecieron como actores autónomos, con una función periodística y social. No viven de sus lectores ni de la publicidad privada. De 250 periódicos en todo el país, sólo 6 lograrían sobrevivir sin el subsidio gubernamental".

El gasto público en los medios es una de las contradicciones más evidentes del gobierno del presidente Salinas, quien ha insistido en la privatización y el libre mercado, y la reducción del papel del Estado. "Según algunas estimaciones el PRI gastó más de 15 millones de dólares en los medios en 1991. Esto no incluye lo que gasta cada dependencia oficial, cada ministerio y cada empresa estatal. Si se pudiera obtener la suma total de lo que el gobierno gasta al año para mantener sus relaciones con la prensa, no cabe duda que los admiradores de Salinas en el extranjero se sorprenderían del derroche".

Recordamos con Riva Palacio que durante la celebración reciente del día de la Libertad de Prensa, Salinas dijo a los dueños de los medios que el gobierno podría replantearse las relaciones políticas y económicas que mantiene con ellos. Su discurso abrió la posibilidad de disminuir la publicidad gubernamental. Pero la propuesta no se ha vuelto a mencionar. "Si lo hicieran cinco o seis periódicos se disputarían el mercado de la ciudad de México. Mejoraría la calidad informativa y la independencia financiera", dice él. "Pero entonces el gobierno no podría comprar ocho columnas en primera plana tan fácilmente. Por eso Salinas tomó la iniciativa pero", subraya, "no la va a llevar adelante. Si lo hiciera, empezariamos realmente a jugar con reglas democráticas".



Pedro Meyer, México, 1991

Desenmascarando el progreso

dio no pueden depender de la demanda del mercado de trabajo, pero tampoco tienen que estar completamente desvinculados de él. Las instituciones de enseñanza pueden representar un papel mucho más activo del que tuvieron en el pasado frente al mercado de trabajo.

B.4 Reformulación participativa. En el momento de formular nuevos planes de estudio, la consulta oportuna, el diálogo, el trabajo en equipo, la concertación, la negociación, son recursos comunicativos que, concretados sobre bases institucionales y organizativas explícitas, ofrecen la posibilidad de enriquecimiento a partir de la multiplicidad de opciones y puntos de vista. En este sentido es importante que los investigadores y profesionales que imparten clase y discuten los planes de estudio tengan una formación especializada en docencia y que periódicamente se capaciten en pedagogía, didáctica y técnicas de enseñanza superior aplicadas a la comunicación.

El problema de la reformulación de planes de estudios, apenas queda esbozado después de este planteamiento general, sin embargo, los problemas y alternativas propuestos abren sentidos nuevos. Hasta ahora un importante sector del extenso campo de la comunicación ha sido silenciado por el énfasis puesto en los medios de difusión y la comunicación de masas. Es necesario recuperarlo antes de que otros nos arrebatan la palabra.