

# 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](mailto:chasgino@ecuanex.ec)

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

## BRASIL: COLLOR, CORRUPCION Y MEDIOS

**L**o que hicieron los medios en  
el ascenso y derrocamiento  
de Fernando Collor de Mello

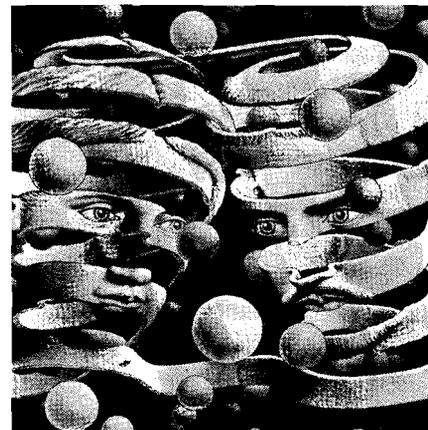


- 4 Construcción y abandono de  
un buque defectuoso,  
*Lattman-Weltman,*  
*Plinio de Abreu Ramos,*  
*José Dias Carneiro*
- 8 ¿Renacimiento espiritual en  
los medios brasileños?  
*Rondon de Castro*
- 10 Ambientando la destitución de  
un presidente,  
*Gaudencio Torquato*
- 12 Los medios contra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

**L**a 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

**D**ependencia 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.

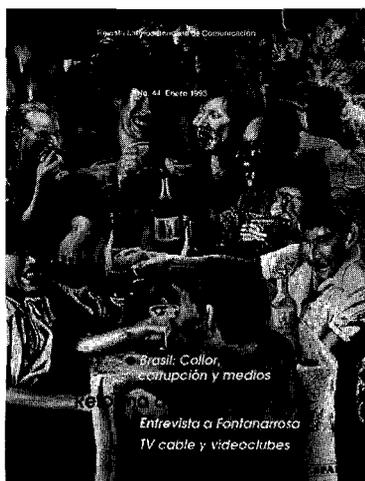
- 76** La cultura y el modelo neoliberal,  
*Javier Esteinou Madrid*
- 80** Tres visitas al paradigma de la dependencia cultural,  
*Elizabeth Fox*
- 83** No tomar lo real como real,  
*Jean Baudrillard*
- 85** No hay información inocente,  
*Jorge Lanata*
- 87** El lenguaje resbaladizo,  
*Oscar Landi*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

# Una Voluntad de Saber



En respuesta a nuestra solicitud de comentarios sobre los cambios que impulsamos en Chasqui, un lector nos hizo llegar esta nota publicada en el prestigioso mensuario *Le Monde Diplomatique* y escrita por su director, Ignacio Ramonet. Los criterios editoriales y los datos que confirman el éxito de LMD nos sirvieron simultáneamente de advertencia y de estímulo. Nos identificamos con Ramonet contra la tentación de la trivialidad y apostamos con él a que la seriedad analítica e informativa no implica restringir la difusión. Mucha prensa latinoamericana podría beneficiarse con estas reflexiones.

to: simplemente hemos optado por espaciar este diálogo. Han transcurrido casi dos años; desde entonces, ¿dónde se encuentra nuestro periódico?

En un contexto deprimido, mientras la prensa escrita sufre una profunda crisis y en particular los mensuales de actualidad atraviesan una fuerte mala racha, *Le Monde Diplomatique* ha aumentado su difusión global un 16% en 1990 y un 18,49% en 1991. Nuestro periódico es "una de las diez publicaciones francesas cuya difusión ha aumentado más en el último año". Este crecimiento se mantiene: en julio de 1992 (última cifra disponible), la progresión de las ventas, en relación a los siete primeros meses de 1991, es de un 7%. Y del número de octubre se han tirado 250.000 ejemplares, la más fuerte tirada de nuestra historia.

Muchos se sorprenden de que una publicación de apariencia austera, que no hace concesiones a los criterios de

**IGNACIO RAMONET** es Director de *Le Monde Diplomatique*.

**N**umerosos lectores nos han escrito para lamentar la desaparición de una excelente tradición instaurada por nuestro anterior director, Claude Julien, quien, cada otoño, tenía por costumbre hacer un balance sobre la situación de *Le Monde Diplomatique*. Pueden tranquilizarse, pues esta costumbre no se ha abandonado en absolu-

seducción dominantes, que continúa publicando artículos largos, serios, documentados, enriquecidos por una abundante referencia de notas a pie de página, llegue no sólo a mantener sus lectores sino a incrementarlos regularmente. Los que así se sorprenden no conciben en la práctica periodística otra actitud que la de la mayor parte de los medios de comunicación que, apostando por la infantilización de su audiencia, recurren a una lamentable simplificación de la realidad. Es sabido que, desde hace poco, la prensa escrita se ha puesto a remolque de la información televisiva, reproduce la concepción dramática de la actualidad y se contenta con prolongar la emoción provocada por las imágenes vigorosas de la pequeña pantalla. No ha sabido evitar las lastimosas derivas verificadas desde 1989 con la vuelta a la era de la intoxicación, de la mentira y de la falsedad, tal como se pudo observar durante los acontecimientos de Rumania, del conflicto del golfo, de la guerra en la ex-Yugoslavia o incluso, recientemente, durante la campaña del referéndum sobre el tratado de Maastricht en Francia.

Reiterándose entre sí y a sí mismos, los medios de comunicación acaban por perfilar una configuración ficticia de la actualidad, en la que lo importante se diluye a menudo en lo secundario, lo verdadero y lo falso se confunden, la lógica maniquea triunfa y el sensacionalismo reemplaza a la explicación.

En *Le Monde Diplomatique* nos esforzamos por mantener una manera de ver diferente. Partimos del principio de que el lector no es ni menor de edad ni inculato. Que se puede abordar con él la nueva complejidad del orden político internacional, con todos los tanteos propios del período de transiciones múltiples que atravesamos. Compartimos su decidida voluntad de saber, de comprender, sin evitar por ello las vacilaciones y las dudas. Desconfiamos de las "verdades definitivas", sean de la clase que sean, fundamentadas más a menudo sobre un dócil consenso que sobre la prueba de los hechos.

Cuando todos los medios de comunicación parecen ser llevados por la prisa, la aceleración, la fascinación de lo instantáneo, el tiempo real, nosotros decimos que lo importante es retardar, frenar, darse tiempo para analizar, dudar,

**L**a mayor parte de los medios de comunicación apuestan por la infantilización de su audiencia y recurren a una lamentable simplificación de la realidad. Nosotros partimos del principio de que el lector no es ni menor de edad ni inculato. Muchos se sorprenden que una publicación austera que no hace concesiones a los criterios de seducción dominantes llegue no sólo a mantener sus lectores sino a incrementarlos regularmente.

reflexionar. Cuando en todas partes triunfan los expertos y los especialistas, aquellos que saben "cada vez más sobre menos", nosotros tratamos de proponer una lectura pluridisciplinaria a fin de ver a través del prisma de sus cinco dimensiones esenciales: política, económica, social, cultural y ecológica. Cuando una gran parte de la "intelligentsia" y de la clase política se instala en el mediocre confort intelectual al uso, nosotros pensamos que nuestros artículos deben tener carácter, contundencia y vigor, porque quedan desgraciadamente demasiadas ilegalidades, injusticias y abusos sobre el planeta para que se olvide lo que significa "un compromiso" en favor de la equidad, de la tolerancia, de la solidaridad, de la democracia. Algunos nos acusan de concebir el periodismo como un nuevo humanismo: no se equivocan del todo, pues el hombre permanece, con su angustia y sus ambiciones, en el centro de nuestras preocupaciones.

¿Hay un método *Le Monde Diplomatique*? No, sino algunos principios. Y algunos apriorismos. Por ejemplo, jamás publicar entrevistas, esa frecuente pereza del periodismo moderno. No correr detrás de las "grandes firmas" que cualquiera puede leer en otras publicaciones. Abrir lo menos posible nuestras columnas a los políticos (y sobre todo a aquellos que ejercen el poder y que se expresan suficientemente en cualquier parte). Publicar artículos estrictamente inéditos cualquiera que sea la lengua de procedencia. No olvidar jamás nuestra divisa: el deber intelectual de ser irrespetuoso y de no aceptar que la "actualidad" sea definida por la televisión y los grandes medios en función de criterios puramente dramáticos.

¿Arrogancia? ¿Cómo defenderse si no de la machaconería de los medios de comunicación? ¿Cómo preservar la razón lógica con el criterio permanente que mantienen los periodistas de moda y los políticos mezclados en este nuevo poder "político-mediático" que los ciudadanos rechazan cada vez más? ¿Cómo protegerse si no contra las ráfagas permanentes de sondeos de todas clases que diseñan con fórceps una ilusoria "opinión pública"? En *Le Monde Diplomatique* nos gusta el silencio fecundo de la razón razonadora, que necesita calma y distanciamiento para aprehender la fuerza de los hechos. ●