

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

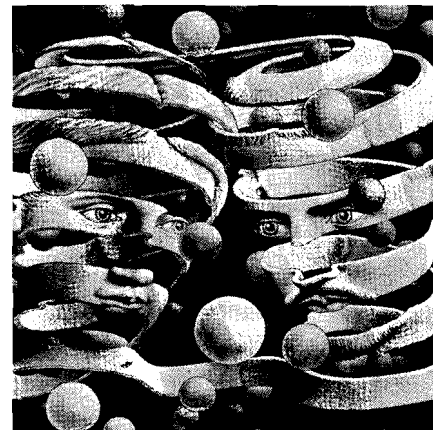


- 4 Construcción y abandono de
un buque defectuoso,
Lattman-Weltman,
Plinio de Abreu Ramos,
José Dias Carneiro
- 8 ¿Renacimiento espiritual en
los medios brasileños?
Rondon de Castro
- 10 Ambientando la destitución de
un presidente,
Gaudencio Torquato
- 12 Los medios contra la
corrupción,
Sonia Virginia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

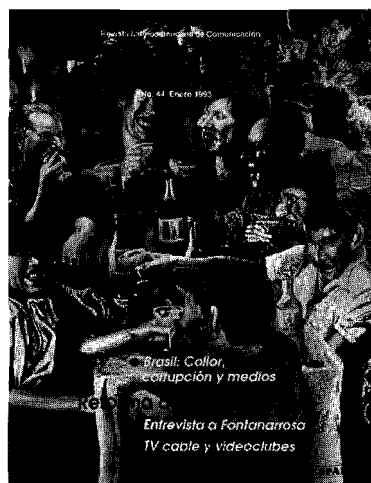
- 76** La cultura y el modelo neoliberal,
Javier Esteinou Madrid
- 80** Tres visitas al paradigma de la dependencia cultural,
Elizabeth Fox
- 83** No tomar lo real como real,
Jean Baudrillard
- 85** No hay información inocente,
Jorge Lanata
- 87** El lenguaje resbaladizo,
Oscar Landi
- 88** El arca de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

MEDIOS, CONSUMO Y DEMOCRACIA

JOSE MARIA SALCEDO

La realización del Primer Encuentro andino de Legislación en Telecomunicaciones organizado por CIESPAL entre el 23 y 25 de noviembre de 1992 permitió constatar que no basta la similitud en las legislaciones de la región, para que se produzca la integración en las telecomunicaciones. José María Salcedo, participante del Encuentro, analiza los temas principales.

Aunque la empresa privada ha avanzado con noticieros de radio y televisión de alcance regional, sólo se trata de los primeros pasos. La integración no se impondrá por decreto, dependerá de las posibilidades de conformar un mercado de productos radiales y televisivos andinos, aceptables para el gran público, como ocurre, por ejemplo, con las telenovelas venezolanas.

Los aspectos legales siguen siendo importantes cuando la tendencia general es hacia la desregulación y la disminución del rol del Estado en los diversos aspectos de la vida económica de los países, incluidas las telecomunicaciones.

Aunque todos los consagran en sus legislaciones el dominio sobre el espacio aéreo y su espectro electromagnético y adoptan el régimen de concesiones para otorgar derechos de explotación a los particulares, la tendencia actual se dirige a facilitar la libre competencia y favorecer la modernización.

En varios casos, la abolición de los monopolios estatales se acompaña con normas generales que tratan de impedir también los monopolios y oligopolios particulares. Pero, si el camino es el de una creciente desregulación, ésta no puede entenderse como una simple carencia o abolición de normas. Una adecuada desregulación requiere nuevas normas, si es que persigue crear condiciones para una auténtica economía de mercado.

La palabra del consumidor

En el mundo de las comunicaciones -esencialmente en el universo de la radio y la televisión- esta perspectiva es fundamental. ¿Tiene algo que decir el público consumidor en materia de telecomunicaciones? ¿Es suficiente con que ese público tenga la posibilidad de cambiar de canal o sintonizar otra radioemisora, para garantizar sus derechos de consumidor?

El ente normativo de la televisión colombiana incluye la representación de instituciones de la sociedad civil, lo mismo que el organismo estatal venezolano encargado de la asignación de concesiones y frecuencias de telecomunicaciones. Estas instituciones públicas entienden que su función reguladora sería incompleta sin la presencia de la sociedad. Aunque la legislación de estos países establece -como en otras legislaciones de nuestra subregión- medidas de protección legal ante la difamación y la calumnia, por referirnos solamente a este aspecto de posibles abusos de los medios de comunicación, la presencia de la sociedad en estos entes reguladores, testimonia que no es suficiente con medidas "defensivas" ante los excesos de los medios.

JOSE MARIA SALCEDO es peruano y coordinador del Grupo Propuesta de Prensa y Difusión de Lima.

Instituir la participación de la sociedad civil en la regulación de los medios es una forma desreguladora de regular, una instancia de participación democrática del consumidor.

El tema concierne también al manejo de los medios de comunicación del Estado, donde los gobiernos controlan sus emisoras de radio y TV. En muchos casos la dependencia del poder central los convierte en correos de transmisión del gobierno de turno o del partido de gobierno. Ello atenta contra el pluralismo político e impide un adecuado desarrollo empresarial, como consecuencia de los vaivenes políticos y los cambios de administración.

La recuperación democrática en Chile, por ejemplo, significó instituir un Consejo Nacional de la Televisión con representación proporcional de las fuerzas parlamentarias, adoptándose, de alguna forma, el esquema de la televisión estatal española.

Es evidente que la formación de un niño o un joven latinoamericano depende de los medios masivos. No debemos pensar que el único derecho de los consumidores de los medios sea el de cambiar de canal o simplemente, apagar el aparato.

Estamos ante un típico tema de defensa del consumidor, aspecto en el que nuestros países tienen considerable atraso en comparación con las naciones industrializadas. Es el consumo de un bien intangible, materialmente hablando, pero decisivo para más de un aspecto de la vida de nuestros ciudadanos.

El rol de los consumidores -no sólo su libertad de elegir sino su influencia directa sobre lo que se produce, cómo se produce y para quién se produce- es decisivo en una economía de mercado democrática. Este consumidor, este público, no agota su representación en el aparato del Estado o la empresa privada, requiere canales seguros para manifestarse. Y esos canales deben institucionalizarse legalmente.

Las recientes legislaciones de Colombia y Venezuela en materia de telecomunicaciones significan un paso adelante. Pero la fórmula, con ser democratizadora, quizás no sea la más adecuada para varios de nuestros países andinos, en los que la institucionalidad política partidaria resulta relativa.

Las televisiones estatales, deben convertirse en públicas, cumpliendo adecuadamente con los fines sociales, educativos y culturales que les confieren nuestras legislaciones. Para ello es imprescindible que la sociedad civil participe en su gestión mediante entidades representativas que reflejen realmente los intereses de los consumidores. La sociedad debe participar en la gestión mínima de las empresas de medios. El proceso legislativo es parte de la construcción de nuestras democracias y nuestras identidades culturales.