

EDITORIAL

Los cambios en curso en América Latina y el Caribe son radicales y vertiginosos. La región atraviesa simultáneamente por: un crecimiento económico que tiende a concentrar riqueza e ingresos; un aumento de la pobreza entre la población más desposeída y marginada; y una renovación de los medios de producción acompañada de un aumento del comercio internacional. Los medios y las comunicaciones están en el centro de esta vorágine de transformaciones.

El análisis de nuestros colaboradores en 16 países desde México hasta Argentina constituye un diagnóstico regional de los medios y las comunicaciones. A pesar de las diferencias de coyunturas nacionales, identificamos tendencias compartidas.

En todos los países el estado cede sus posiciones en el campo de las comunicaciones privatizando medios, eliminando subsidios y reduciendo su rol de controlador del flujo informativo. Las consecuencias son contradictorias: aumenta la competencia y la diversidad de programación, y surgen nuevas concentraciones monopólicas privadas.

La prensa gráfica, los diarios y semanarios, están en crisis financiera y sus tirajes declinan notablemente. Buscan nuevas fórmulas que amplíen el número de lectores pero no aciertan satisfacer las necesidades de un público que cambia y se especializa. Las mejoras técnicas en la producción no es acompañada de una mejoría en su contenido y su protagonismo social.

La audiencia televisiva continúa aumentando y el medio en su conjunto capta la mayor parte de la pauta publicitaria. La programación sigue priorizando las fuentes y los enlatados importados. La producción nacional y regional está lejos de satisfacer las necesidades del mercado. La competencia por los ratings y la publicidad deja desamparada la producción educativa y cultural ahora marginada incluso de los escasos y condicionados subsidios estatales.

La radio parece ofrecer oportunidades que los demás medios no atienden. La mayor descentralización y el nuevo énfasis en las líneas abiertas en las que se expresan distintos sectores sociales constituye un espacio importante para la comunicación participativa y democrática. Sin embargo, su potencial educativo no se aprovecha todavía con la eficacia que merece.

Paralelamente se multiplican las iniciativas de crear cadenas transnacionales de producción y difusión en televisión. La Red Globo de Brasil, Televisa de México y sus hermanas menores de Argentina, Chile y Venezuela, buscan asociarse en poz de un manejo oligopólico del mercado iberoamericano. Proyectos estatales, mixtos o privados en España, Inglaterra, y Estados Unidos, entre otros, avanzan en ofrecer programación de TV, radio y medios gráficos, orientados a la captación del creciente mercado hispanoamericano.

La apertura y flexibilización de los mercados financieros y de valores facilitan la articulación de consorcios multinacionales con influencia sobre todos los medios y las redes de comunicación telefónicas e informáticas en formas cualitativamente más avanzadas que las que se intentaron en décadas pasadas.

Pero los cambios tecnológicos y económicos abren también nuevas posibilidades. Hoy es más fácil y menos costoso montar un medio independiente. Hay un notable repliegue del control informativo y de la programación. Se multiplican los esfuerzos por extender la protección del periodista frente a las múltiples formas de represión y censura. Se exploran nuevos esquemas de financiamiento de la producción educativa y cultural.

La gradual pero irreversible apertura de los mercados amplían las posibilidades de una integración en las comunicaciones que no era viable hace sólo algunos años.

El verdadero desafío que enfrentan los medios en lo que queda del siglo es definir y asumir su protagonismo en la superación de los problemas sociales que heredamos de la década perdida y las secuelas que ya se hacen notar de los mismos cambios que facilitan su expansión.



Gino Lofredo

Chasqui

Revista Latinoamericana de Comunicación

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.

Luis Castro, UNP

Fernando Chamorro, UNESCO.

Flavio de Almeida Sales, OEA.

Rubén Astudillo,

Min. Relaciones Exteriores.

Rodrigo Rangles, Min. Educación.

Louis Hanna, AER.

Alba Chávez de Alvarado, Universidad
Estatad de Guayaquil**Diseño**

Martha Rodríguez

Portada

Carlos Monsalve, Jaime Pozo

Impreso

Editorial QUIPUS - CIESPAL

Servicios Especiales de 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 CIESPAL ED.
Fax (593-2) 502-487

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

Los medios en transición



Los cambios en curso en América Latina y el mundo transforman los medios y las comunicaciones y les exigen más transparencia, más profesionalismo, y más participación en la cobertura de las realidades nacionales. *Chasqui 42* repasa aspectos de la situación de los medios desde México hasta Argentina, y analiza algunas iniciativas internacionales dirigidas al emergente mercado regional.



MEXICO

- 6 Terca opacidad del glásnost mexicano, *Francisco Prieto*
- 9 La pegajosa costumbre del ruido y el silencio, *Andrea Dabrowski*
- 13 Un tigre anda suelto: *Televisa* se lanza al escenario internacional, *Juanita Darling*

AMERICA CENTRAL

- 15 Guerras, mensajes y medios, *Byron Barrera Ortiz*
- 21 Polarización, periodismo y democracia, *Haroldo Shetemul*

VENEZUELA

- 24 Medios, deterioro social y golpismo, *José Antonio Mayobre M.*

ECUADOR

- 28 Entre derivas y devaneos, *José Sánchez Parga*
- 32 Los medios por dentro, *Javier Simancas, Fredy Ehlers*
- 34 Sanear las comunicaciones es asunto de todos, *Rubén Astudillo*
- 36 Plagios aceitosos para lectores incautos, *Iván Ulchur C.*
- 37 Madres, medios y plomo, *Allan Castelnuevo*

PERU

- 39 Los medios como blancos de guerra, *Carlos Gutiérrez Aparicio*

BOLIVIA

- 44 El negocio de la comunicación y la democracia ritual, *Erick R. Torrico*

BRASIL

- 48 La locura del séptimo día, *Paulo de Tarso Riccardi*
- 51 El efecto perverso del simulacro del consumo, *Paulo de Tarso Riccardi*
- 53 Los mensajes ocultos de Silvio Santos, *Paulo de Tarso Riccardi*
- 56 Cine, política cultural e integración, *Anita Simis*
- 58 La renuncia del mecenas y la utopía de lo alternativo, *José Tavares de Barros*

URUGUAY

- 61 Agonía y Renacimiento, *Kintto Lucas*

ARGENTINA

- 65 La milonga de los medios en el paraíso liberal, *Daniel Raffo*
- 71 El éxito de *Página 12*, *Daniel Raffo*

ESPAÑA - AMERICA

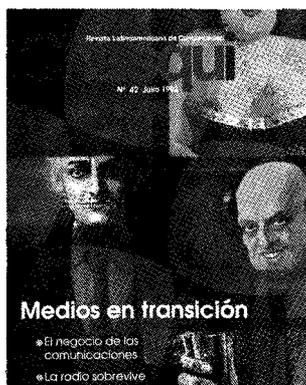
- 73 "Misión América", *José Manuel de Pablos y Natalia Wildpret*
- 75 La conquista por satélite, *Carlos Gabetta*
- 77 *Cambio 16* en América, *José Manuel de Pablos, Silvia Amat, Verónica Salcedo*

ENTREVISTA

- 80 Mario Benedetti: El simulacro de los sentimientos, *Kintto Lucas*
- 83 Mi reino por una pared, *María del Carmen Cevallos*

AUROCITICA Y CONTRAPUNTO

- 85 Simón Espinosa y Rodrigo Villacés critican *Chasqui 42*
- 2 Editorial
- 3 Actividades de CIESPAL
- 87 Tendencias
- 99 Reseñas



Nuestra Portada

El Coctel, óleo de Carlos Monsalve, 1986. El pintor nació en Cali, Colombia en 1957, y reside actualmente en Quito. Su obra reciente se exhibió en Mayo de 1992 en la Galerie de Nesle, en París.

Taller Monsalve

Eloy Alfaro 19-18 y Rusia

Quito, Ecuador - Tel. (5932) 458 039

En esta edición de *Chasqui* privilegiamos la presencia gráfica de destacados fotógrafos de la realidad latinoamericana. Publicamos fotografías históricas y contemporáneas de artistas de extraordinario talento. A todos ellos agradecemos especialmente su contribución.

Toda norma comunicativa exige mencionar las fuentes, citar el punto de partida, mencionar el apoyo bibliográfico con el que cuenta el acelerado periodista. La ausencia de audiencias críticas, promueve el avance de un periodismo local experto en la trapisonda. Nuestros periodistas dan por subentendida esta carencia receptora. Subestiman al destinatario al pensar en términos unilaterales y al concebir al lector como un recipiente vacío y lerdo. Algunos pecan de prepotencia autista, son los periodistas superestrellas.

La necesidad de potenciar en el Ecuador un tipo de lector de periódicos más crítico, conlleva la realización de un desideratum universal: la existencia de periodistas más especializados en el arte de contrastar la pretendidas verdades mediante la comprobación de las fuentes. La concepción y práctica de un periodismo cognoscitivo que equipare su labor a la de un intelectual no en sentido elitista sino en lo referente al bagaje cultural específico y al procedimiento que, sobre la marcha de lo instantáneo periodístico, no impide la ética de la verdad acreditada.

Y si por los lados del periodismo cultural se cuecen podridas habas, en el área de las revistas faranduleras, el plagio es ya un *modus vivendi*, abiertamente delictivo y tan naturalizado que los ladrones se hacen los de la vista gorda.

Tomemos el caso del periodista Gustavo Woelke de la revista *Hogar*, edición ecuatoriana de octubre de 1991, No 326, quien copia y adapta la biografía de Katherine Hepburn, de la revista brasileña *Claudia* de agosto de 1991. El verdadero (?) autor de la entrevista es Oliver Royant de la Agencia París Match. Woelke se exime aduciendo que "Muchas veces quienes realizan la producción de *Hogar* no están al tanto del trabajo de nosotros y cuando uno entrega la nota encomendada sin el crédito asumen que debe incluirse nuestro nombre en ella. Yo tomé el artículo de *Claudia* e inconscientemente olvidé incluir el crédito y porque mi actividad central es el periodismo deportivo no presté atención al caso".

REFERENCIAS

- Rodrigo Alsina, La construcción de la noticia (Barcelona, Paidós, 89)
- Alexander Lindy, MLA Handbook for writers of research papers (New York, MLA, pg. 84)



Luis Mejía, Ecuador, 1970

Quito en la década de los 70

Madres, medios y plomo

Allan Castelnuovo

La carencia de especialización y rigor científico en los comunicadores es evidente en la mayoría de los medios latinoamericanos. Las tergiversaciones resultantes no son triviales.

La mayoría de los seres humanos somos testigos de muy pocas cosas y la mayoría de nuestra información proviene de los medios de comunicación que se transforman en una especie de ojos y oídos de la gente. Cuanto mayor confianza tengamos en estas prótesis sensoriales, mayor intervención tendrán ellas en la imagen que nos formamos del mundo de forma parangonable a la del niño que percibe el entorno a través de la interpretación materna del mismo.

Paralelamente, un viejo aforismo define a la buena madre como aquella que brinda a su hijo todo lo que el niño necesita y nada de lo que no necesita. Cuando se altera esta norma se pervierte la función materna con los

trastornos consiguientes para el infante.

Diversas ciencias han estudiado profundamente estas alteraciones infantiles producidas tanto por haber sido privado de algo necesario o como por ser receptor de algo innecesario, pero no se ha prestado la suficiente atención a la influencia de los medios de comunicación, en tanto función materna, sobre el no desarrollo o la patología del aparato de pensar de los adultos. O, si dichos estudios se han realizado, no han sido debidamente reproducidos por los diarios, la radio y la televisión.

Una clasificación completa de las diferentes clases de mensajes perjudiciales para el receptor requeriría de una capacidad, un tiempo y un espacio no disponible, pero los tratados escritos sobre las falacias por los filósofos griegos

Allan Castelnuovo, argentino residente en Quito. Psicoanalista y miembro pleno de la Asociación Psicoanalítica Internacional.

gos serían una buena base para comenzar esta obra. Me limitaré a ocuparme de uno de los mecanismos que si bien algunos integrantes de la raza humana lo utilizaron desde el comienzo de la historia, la modernidad lo ha potencializado al máximo tanto por su filosofía de exaltación de la apropiación individual de los bienes como por la pasividad y dependencia del grueso de la población mundial frente a los medios de comunicación. El nombre científico del mismo es irrelevante, así que procederé a describirlo como el uso de la verdad para engañar al prójimo.

Como ejemplo me referiré a la desusada difusión que ha recibido de la prensa, radio y televisión de Ecuador una investigación que afirma que la contaminación por plomo deteriora la inteligencia de la población. Ignoro si esto puede tomarse como una verdad rigurosa por múltiples razones.

1. La inteligencia es una facultad que todavía los psicólogos no se han puesto de acuerdo en qué consiste y a pesar de que se han intentado múltiples definiciones se está muy lejos del consenso académico.

2. Si salvamos este inconveniente diciendo que es la facultad de resolver problemas nuevos (los viejos pueden ser solucionados por el aprendizaje) pareciera que existen distintos tipos de inteligencia. Cuando un físico resuelve una ecuación complicada no dudamos en calificarlo de inteligente. Pero una cabra que camina por pedregales al borde de un abismo a pesar de tener un cerebro del tamaño de un llapingacho no puede ser considerada afortunada. Un político sin mayores virtudes cívicas aparentes que pasa su vida prendido al presupuesto del estado también manifiesta habilidades poco comunes.

3. Posiblemente el estudio referido se refiera a la inteligencia abstracta y a la capacidad de simbolización, pero la valorización de la misma es un fenómeno típico de la modernidad justificable por la necesidad de adaptarse a un contexto donde continuamente "todo lo sólido se desvanece en el aire". Las sociedades tradicionales agrarias que proveen a sus integrantes de un marco cultural mucho más estable, privilegian otras virtudes como la capacidad laboral y la solidaridad comunal.

4. Dentro de la modernidad, el desarrollo de la inteligencia abstracta

**Quien se trague
pasiva e
indiscriminadamente la
visión del mundo que
nos proponen los
medios de
comunicación,
terminará pensando lo
que otros quieren que
piense y corre el riesgo
de convertirse en una
prejuicioteca ambulante.**

está altamente determinado por la relación intrafamiliar y la educación. El maltrato y el abuso físico y psíquico del infante en la familia y la escuela son dos factores determinantes en lo que se suele definir como inteligencia. La intoxicación por plomo puede llegar a producir daños irreparables a nivel orgánico pero no es un factor importante comparado con los anteriormente mencionados.

5. Debido a la intensidad de los fenómenos de transculturación en los países latinoamericanos puede darse la paradoja que a mayor nivel de plomo en sangre se registren mejores rendimientos en las pruebas que intentan cuantificar la inteligencia abstracta. Esto debe ser entendido no como que el plomo mejora la performance intelectual sino como que la urbanización

favorece simultáneamente la elevación de niveles de plomo y la inteligencia abstracta de aquellos que viven en ese medio.

No obstante estas razones los medios de comunicación alteran el ranking e inoculan la idea de que la elevación de los niveles de plomo está atacando a la niñez privándola de su inteligencia. La verdad es que la contaminación plúmbica es deteriorante para la salud, también es cierto que en gran medida la misma está originada por el contenido en plomo que poseen las gasolinas nacionales, todo lo cual hace casi imprescindible la construcción de una refinería que elabore combustibles menos tóxicos.

Pero quizá con inversiones menos cuantiosas se puedan solucionar problemas más graves como el maltrato y la desnutrición infantil, la contaminación industrial de las aguas, los métodos pedagógicos que atrofian el desarrollo estudiantil, el atentado permanente a la salud de la población desde un camal poco exigente con las condiciones sanitarias, o la comercialización de productos de primera necesidad no aptos para el consumo humano.

Con todo esto no pretendo la utopía de iluminar a aquellos que manejan los medios de comunicación para que los vuelquen a desempeñar la correcta función maternal de darle al público lo que éste necesita para su desarrollo como ser humano y abstenerse de comunicar aquello que no necesita la masa receptora. Más modestamente me limito a evacuar la irritación que me producen los intentos de engaño y, en menor medida, ayudar a alguno a hacer una lectura crítica de los mensajes que recibe.

Quien se trague pasiva e indiscriminadamente la visión del mundo que nos proponen los medios de comunicación terminará pensando lo que otros quieren que piense y corre el riesgo de convertirse en una prejuicioteca ambulante. Dado el alto grado de idealización que gozan los medios de comunicación masiva, considero que sería prudente, de la misma forma que el Ministerio de Salud Pública de muchos países le exige a la industria del tabaco, obligar a que en la presentación de toda comunicación periodística, radial o televisiva se haga la salvedad: "Atención: la aceptación acrítica de este mensaje es peligrosa para su salud".