

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

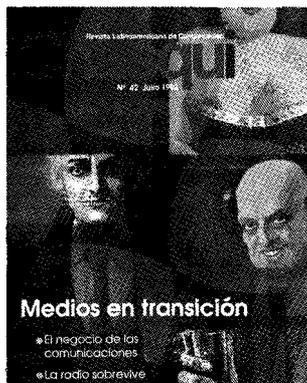
- 73 "Misión América", *José Manuel de Pablos y Natalia Wildpret*
- 75 La conquista por satélite, *Carlos Gabetta*
- 77 *Cambio 16* en América, *José Manuel de Pablos, Silvia Amat, Verónica Salcedo*

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.

Cine, política cultural e integración

Al auge del Cinema Novo en los años 70 lo reemplaza en los 90 un estancamiento de la industria cinematográfica. Anita Simis describe iniciativas gremiales y legislativas que sustituyen al estado central como mecenas del cine y el video. Un mercado libre para audiovisuales en América Latina puede ser el principal incentivo para la industria.

José Tavares de Barros propone un retorno a la construcción de espacios alternativos como estrategia para conquistar nuevas audiencias para el cine y el video de orientación social y participativa.

Anita Simis



Sonia Braga y Raul Julia, en *el Beso de la Mujer araña*, Hector Babenco

Lrónicamente, en 1991, una de las pocas realizaciones en el área cinematográfica brasileña fue el cortometraje *¿Qué film vas a hacer?*, un documental basado en testimonios de famosos cineastas brasileños en donde expresan su estado de decepción frente a la falta de perspectivas profesionales. Así se expresa la crisis económica en el cine. Las salas de exhibición también sufren la crisis. Los espectadores de hoy son menos de la mitad de los que concurrían al cine a principios de los 80. El video ha dejado de crecer en cuanto a producción y comercialización de años anteriores. Diversas distribuidoras en su afán por no desaparecer del mercado procuran asociarse con otras o diversificar sus inversiones comprando salas de exhibición. Los clubes de video se debaten en una inestabilidad permanente manifiesta en el continuo cierre de locales. Sin embargo lo que agrava la situación es la falta de una política cultural a nivel gubernamental.

EL SUICIDIO DEL MECENAS

Apenas asumió el nuevo presidente, Fernando Collor de Mello, en 1990, se disolvieron varios organismos: el Ministerio de Cultura, creado en 1985 con un escaso 0.5% del presupuesto nacional; la Fundación del Cine Brasileño que, además de realizar festivales y conceder premios, desarrollaba la investigación, conservaba películas y daba formación profesional; el *CONCINE* que normaba y fiscalizaba las actividades de cine y video; y la *Embrafilm* financiadora, distribuidora y exhibidora de films nacionales. Todos esos y otros organismos del estado fueron sustituidos por uno sólo subordinado a la presidencia de la República: la Secretaría de Cultura que

Anita Simis, brasileña, Doctora en Ciencias Políticas, y miembro del Centro de Investigadores del Cine Brasileño.

no está representada en el gabinete. El actual Secretario, Sergio Paulo Rouanet, fue nombrado en marzo de 1991 para revertir la inercia y desorganización administrativa dejada por su antecesor.

Rouanet no se propuso la aplicación fanática de las tesis neoliberales y no pretendió reeditar la regulación del mercado cinematográfico intentada por anteriores gobiernos. Reconoció la necesidad de asegurar condiciones para la realización de proyectos costosos capaces de competir internacionalmente. Intentó también promover el desarrollo de producciones artísticas y culturales a través del Programa Nacional de Apoyo a la Cultura (PRONAC) que crea líneas de crédito ligadas al descuento de las inversiones culturales de los impuestos. Según palabras de Rouanet, ésta es una forma de remunerar la generosidad empresarial vinculándola al mercado. Rouanet creó recientemente la Comisión del Cine para evaluar proyectos de producción que aspiren a obtener recursos financieros antes generados por la *Embrafilm*.

SUPLIENDO LA RENUNCIA ESTATAL

Ante la falta de una política estatal, organizaciones gremiales como la Asociación Paulista de Cineastas (APAC) con 17 años de experiencia, y otras de reciente formación como la Asociación de Realizadores y Autores de Imagen y Sonido (ARAIS) asumen ahora funciones importantes en la definición de la política cinematográfica. Estas organizaciones operan en coordinación a nivel nacional y estadual, y en municipios como San Pablo y Río de Janeiro. Juntas promueven legislación que fomente el apoyo financiero privado por medio de incentivos fiscales. Así lograron la aprobación de la Ley sobre Complejo Audiovisual, que fomenta la coproducción y posibilita el financiamiento de proyectos por medio de mecanismos de conversión de deuda externa.

Si repasamos la política cinematográfica aplicada en Brasil desde 1932 hasta el presente, constatamos que la centralización en el gobierno es inherente al estado autoritario. En el estado democrático se tiende a la descentralización. A nivel nacional la crítica al dirigismo manifestado durante el gobierno militar creó algunas condi-

ciones materiales para la implementación de ciertos proyectos en curso. En estados como San Pablo, concursos y premios ya existentes, sumados a los incentivos fiscales de una nueva ley municipal ya están dando resultados y se estima que en 1992 se concluyan cerca de veinte cortometrajes y cinco filmes de larga duración.

EL ETERNO PROBLEMA DE LA EXHIBICION

Aunque se constata cierta reactivación en la producción, persisten las dificultades en la exhibición del cine nacional. Brasilia y Gramado reanimados de los tradicionales festivales de cine de Brasil publicitando así los films premiados. Pero estos esfuerzos serán en vano si no se facilita la exhibición comercial de las obras. La Ley sobre el Complejo Audiovisual contempla la exhibición obligatoria de una cuota de films nacionales en las salas, y la fijación de un porcentaje de títulos brasileños para las empresas de distribución de videos. Pero todavía falta reglamentar los porcentajes. Los canales públicos de televisión destinan

el 20% de su programación a obras brasileñas, pero las redes y canales privados no aplican ningún criterio favorable a la producción nacional.

EL INCENTIVO DE LA INTEGRACION REGIONAL

Un paso importante para la recuperación del cine será la ratificación por parte de Brasil del Convenio de Integración Cinematográfica Iberoamericana, del Acuerdo para la Creación del Mercado Común Cinematográfico y del Acuerdo Latinoamericano de Coproducción Cinematográfica que actualmente se encuentran en estudio en el Congreso Nacional. Estos instrumentos legales que transforman las obras audiovisuales creadas en los países signatarios en obras transnacionales, eliminarían algunos obstáculos al funcionamiento de un verdadero mercado latinoamericano de cine y video. Aunque todavía queda un largo camino por recorrer la ampliación y fluidez del mercado regional puede ser el incentivo más potente para el desarrollo del cine y el video latinoamericanos. ●



Sala de cine Rio Branco

Filme Cultura. Arquivo da Cidade