

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

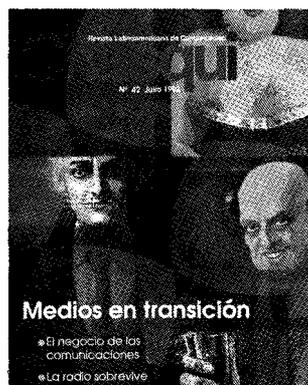
- 85 Simón Espinosa y Rodrigo Villacés critican *Chasqui* 42

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.

Mario Benedetti recrea la palabra:

El simulacro de los sentimientos

La prensa pierde la influencia que tuvo en los años sesenta. La cultura de la televisión y el video se impone en Uruguay. Esta nueva realidad en las comunicaciones repercute sobre la vida cotidiana. Los sentimientos pasan a la clandestinidad. Mario Benedetti, escritor, poeta, periodista uruguayo, columnista de El País de Madrid, observa estos cambios y busca el camino para no perder el rumbo.

Kintto Lucas



Mario Benedetti en su rincón uruguayo.

Quincenario Maza Amargo, Uruguay

Kintto Lucas: Veinticinco años atrás existían en el país muchos diarios y semanarios con elevado tiraje. Hoy se vive el auge de la televisión. ¿Cómo impacta este cambio en la cotidianidad de los uruguayos?

Mario Benedetti: Creo que la televisión en toda América Latina, es una de las culpables de que hoy los sentimientos hayan pasado a la clandestinidad. La agresión al sentimiento comienza desde la infancia. Hace sesenta años los niños leían a Verne, a Salgari, a Dumas, pero también se entusiasaban con un libro mucho más ingenuo como *Corazón*. Es posible que hoy, resecos de mezquindades, juzguemos aquella obra como sensiblera. Pero lo cierto es que en las infancias de varias generaciones cumplió una función no despreciable: enseñó a sentir.

Kintto Lucas, uruguayo. Periodista, escritor y poeta. Premio Latinoamericano de Periodismo José Martí, 1990.

Aún considerando sus blanduras ese libro constituía una educación sentimental, menos desalmada que los monstruos extraterrestres, los pistoleros galácticos o las ametralladoras con rayos que hoy pueblan la TV, las jugueterías y las pesadillas infantiles. La violencia, la obsesión del consumismo y el fundamentalismo del confort son la abrumadora propuesta de los medios audiovisuales.

Estás afirmando que la televisión no cumple una función social acorde con su alcance...

Es claro. No digo que sea mala en sí, sino que es mal manejada. Lo malo es que si la pantalla sólo brinda un simulacro de sentimientos, las personas se aferran a la imitación. Tal vez fuera útil indagar con un espíritu reflexivo a qué se debe el éxito que tienen en todo el orbe las novelas o culebrones.

Tal vez la gente se cansó de guerras (planetarias o interplanetarias) y

aspira a que las imágenes de la pantallita familiar apelen de algún modo a sus sensaciones cotidianas. Y como las emociones de buena ley les son birladas, el público se atiene a remedios mediocres, a efusiones de pacotilla.

Pero la televisión antes también ofrecía todo eso que vos comentás: violencia, consumismo...

Si el espectador antes se había conmovido, por ejemplo con seriales españolas de excelente factura como *Fortunata y Jacinta*, o *Los gozos y las sombras*, ahora su vieja necesidad de sentir lo arrastra a hipnotizarse con *Dallas*, sin duda una bazofia, pero de técnica impecable.

Es obvio que en las seriales norteamericanas los pobres no existen. Los pobres no sólo son indeseables en la realidad y en los presupuestos de estado, sino también en la televisión. Los británicos, aunque lo formulen desde una visión clasista, como en *Los de*

Creo que la televisión en toda América Latina, es una de las culpables de que hoy los sentimientos hayan pasado a la clandestinidad.



arriba y los de abajo, al menos no los ignoran totalmente.

Entre los latinoamericanos Brasil (que es el de mejor nivel profesional) hace sus equilibrios entre la proyección social y la comercial. Tal vez los mejores en este rubro sean los australianos que están produciendo seriales de indudable calidad artística y honesta proyección social.

En un país subdesarrollado como Uruguay, donde la pobreza es un hecho innegable, ¿la televisión estaría obviándola?

Sin duda. La televisión enseña a aburrirse de los indigentes y a entretenerse con los espléndidos y los triunfadores. Claro que también los pobres se aburren de su pobreza. En *Dallas*, *Dinastía*, *Falcon Crest* y otras, las pasiones, los crímenes, las escenas de cama, las gestas de la hipocresía, ocurren por lo general entre familias de dinero, que generan su peculiar y suntuosa ley de la selva.

La verdad es que cuando las recibimos en el Tercer Mundo, resultan historias para ser contempladas desde lejos, nunca desde el palco proscenio sino desde el gallinero, puesto que esos dramas no nos involucran.

Aun así, puede tornarse divertido presenciar cómo héroes y semihéroes, diosas y vicediosas, se traicionan y abofetean, se despanzurran o se inmolan, sin que nada de eso signifique el final de la trama. Tras el boato de cada funeral los cuantiosos legados con sus batallas anexas posibilitan prolongar la expectativa y los consiguientes dividendos mundiales. El sentimiento auténtico ha sido desalojado por lo frívolo programado.

Todas esas seriales son emitidas por los canales privados, ¿cómo ves al canal estatal?

El *Canal 5*, sin perjuicio de que me parece el más potable, podría hacer mucho más en lo cultural, en la formación de la gente, en la creación de un espíritu crítico. Sin duda está muy pre-

El sexo de los ángeles

Mario Benedetti

Una de las más lamentables carencias de información que han padecido los hombres y mujeres de todas las épocas, se relaciona con el sexo de los ángeles. El dato, nunca confirmado, de que los ángeles no hacen el amor, quizá signifique que no lo hacen de la misma manera que los mortales.

Otra versión, tampoco confirmada pero más verosímil, sugiere que si bien los ángeles no hacen el amor con sus cuerpos (por la mera razón de que carecen de los mismos) lo celebran en cambio con palabras, vale decir con las adecuadas.

Así, cada vez que ángel y ángela se encuentran en el cruce de dos transparencias, empiezan por mirarse, seducirse y tentarse mediante el intercambio de miradas que, por supuesto, son angelicales.

Y si ángel, para abrir el fuego, dice: "Semilla", Ángela, para atizarlo, responde: "Surco". El dice: "Alud", y ella, tiernamente: "Abismo".

Las palabras se cruzan, vertiginosas como meteoritos o acariciantes como copos.

Ángel dice: "Madero". Y Ángela: "Caverna".

Aletean por ahí un Ángel de la Guarda, misógino y silente, y un ángel de la Muerte, viudo y tenebroso. Pero el par amatorio no se interrumpe, sigue silabeando su amor.

El dice: "Manantial". Y ella: "Cuenca".

Las sílabas se impregnan de rocío y, aquí y allá, entre cristales de nieve, circulan el aire y su expectativa.

Ángel dice: "Estoque", y ángela, radiante: "Herida". el dice: "Tañido", y ella: "Rebato".

Y en el preciso instante el orgasmo ultraterreno, los cirros y los cúmulos, los estratos y nimbos, se estremecen, tremolan, estallan, y el amor de los ángeles llueve copiosamente sobre el mundo.

sionado por el poder de los canales privado y no tiene un presupuesto acorde como para obtener mejores logros y estar más vinculado a los problemas cotidianos, pero se podría intentar algo más.

¿Esta cultura de la TV y el video, qué consecuencia ha traído para los otros medios de comunicación?

Ya no salen muchos periódicos, y de los que salen, pocos se preocupan por la problemática del país, intentando fomentar un espíritu reflexivo en la gente. Además la prensa ha perdido su influencia.

Yo recuerdo que en los sesenta la prensa promovía debates nacionales y la gente se informaba y participaba. Ahora eso no se da mucho y tal vez sea la radio la que logra una mayor participación de la gente, aunque no tenga la repercusión que tiene la TV. Los jóvenes de antes leían mucho. Hoy no lo hacen y lamentablemente se ven culturizados por el video y la TV.

¿Qué diferencia encontrás entre la prensa europea y la uruguaya?

En Europa hay diarios, que en general son mejor hechos, con mucho material de lectura, como *El País* de Madrid, *Le Monde* de París, y otros que aunque tengan una tendencia, digamos de centro derecha, son bastante amplios en cuanto a la acogida de distintas posiciones. Son pluralistas, porque además les viene bien desde el punto de vista comercial ya que los compran gente de derecha, de centro y de izquierda. Sin perjuicio de que en la página editorial salga la opinión de los dueños o de la dirección del diario, no hay ningún tipo de censura para aquellos que no tienen la posición oficial.

¿Vos nunca tuviste problemas?

En *El País* de Madrid jamás nadie me ha censurado algo, y no coincido políticamente con la dirección. Esto ocurre con otros. También publican posiciones de gente de derecha. Yo he tenido polémicas muy fuertes con escritores españoles e incluso tuve algunas muy difundidas con Vargas Llosa.

En Uruguay y en la mayor parte de América Latina los periódicos que responden a los grandes grupos, en muchos casos falsifican la realidad. Aquí hay un diario -casualmente el de mayor venta- que de una forma total-

mente sensacionalista dijo que los campesinos brasileños que ocupaban tierras en su país, estaban a punto de invadir Uruguay, cosa que no era verdad. Pero además nunca dijo nada de los grandes propietarios brasileños que son dueños de gran parte de las tierras uruguayas sobre la frontera.

Por otro lado están constantemente resaltando la "violencia" de los menores infractores, o de familias que (por no tener vivienda) ocupan un terreno del Estado, muchas veces sin concurrir al lugar para informarse mejor. Además brindan solamente posiciones políticas que estén de acuerdo con la manera de pensar del dueño del periódico. En Europa son más amplios, dan un abanico de información, muestran la problemática social, las violaciones de derechos humanos. Aportan mayores datos para entender el contexto.

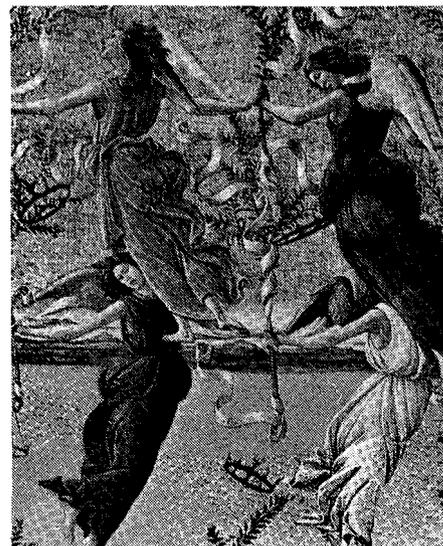
¿Y los periódicos de izquierda?

Sin duda las contradicciones que ya existían antes, pero que se profundizaron con la caída de los regímenes del este europeo, se han reflejado en sus periódicos. Se nota que hay distintas tendencias en cuanto a la forma de llegar, pero muchas veces a pesar de la buena intención de mostrar la cruda situación social y buscar salidas se dejan llevar por eslóganes que hacen perder efectividad a la cobertura periódica. No digo que eso sea siempre, no se puede generalizar, pero se da en un gran porcentaje.

En tu último libro: *Las Soledades de Babel*, vos decís que los uruguayos estamos más solos. ¿Esa soledad no está vinculada también al deterioro de la comunicación interpersonal, paradójicamente en descenso ante el crecimiento de la cultura del televisor

En todos los tiempos tuvimos nuestra soledad, pero antes las soledades hablaban el mismo idioma. Entonces, en determinado momento se comunicaban y eso construía el amor, la amistad, la solidaridad.

Ahora cada soledad habla un idioma distinto como en la *Torre de Babel* y por lo tanto es más difícil establecer la comunicación. Por eso hay un eclipse de la solidaridad en general y un aumento de posturas egoístas. Todo esto tiene que ver con el desarrollo de la ideología del capitalismo que se



basa en acentuar el individualismo en desmedro de lo social y colectivo.

En este país siempre había un espacio para las reuniones familiares, las ruedas de café, para el teatro, para leer un libro, para mil cosas que han desaparecido con la penosa situación económica que vivimos. Hay un eclipse de ese espacio y eso redundará en una menor comunicación entre la gente. En todo eso ayudan los medios de comunicación, que no cooperan ni aportan en la resolución de los dramáticos problemas que vive nuestro pueblo. El sentimiento es una vieja costumbre que los medios distorsionan, pero la gente no se resigna a perderlos. ●