

# Chasqui

Revista Latinoamericana  
de Comunicación

No. 43 - OCTUBRE 1992

**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.

Eduardo Peña Triviño,

Ministro de Educación

Luis Castro, UNP

Fernando Chamorro, UNESCO.

Flavio de Almeida Sales, OEA.

Rubén Astudillo,

Mín. Relaciones Exteriores.

Rodrigo Rangles, Min. Educación.

Louis Hanna, AER.

Alba Chávez de Alvarado, Universidad

Estatad de Guayaquil

**Asistente de Edición**

Martha Rodríguez

**Portada**

Dayuma, Jaime Pozo

**Impreso**

Editorial QUIPUS - CIESPAL

Servicios Especiales de AFP, 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

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



## CINE, VIDEO Y FOTOGRAFIA

**L**a producción de cine y  
audiovisuales atraviesa por  
una extraña crisis de  
crecimiento y contracción. Las  
innovaciones técnicas y la  
apertura de mercados crean  
oportunidades sin precedentes.

- 4 El cine y el Estado mexicano,  
*Eduardo de la Vega Alfaro*
- 7 La escurridiza integración del  
cine latinoamericano, *Joëlle  
Hullebroeck*
- 11 ¿Qué cine está en crisis?,  
*Gino Lofredo*
- 12 Video popular y  
democratización del discurso,  
*Paulo de Tarso Riccardi*
- 13 Regina Festa y la TV de los  
trabajadores, *Kintto Lucas*
- 15 Los culebrones trepan en  
España, *Daniel E. Jones*
- 18 El arte fotográfico para  
comunicar el pasado,  
*Alexandra Ayala Marín*

## ENTREVISTAS

- 23 Eliseo Subiela: Animarse a  
volar, *Adriana Schettini*
- 27 Gilberto Gil: La magia de la  
comunicación, *Kintto Lucas*

## PERIODISMO CIENTIFICO

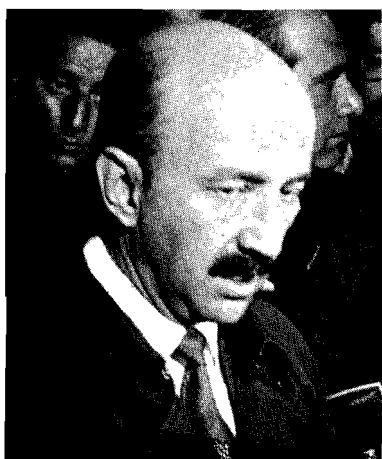
**S**on pocos los aspectos de la  
vida cotidiana que escapan  
al impacto de la ciencia y la  
tecnología. Pero los periodistas  
carecen aún de la formación  
especializada para incorporar  
esta perspectiva de la realidad.  
Dedicamos esta sección a  
*Aristides Bastidas*, pionero del  
periodismo científico en América  
Latina y Presidente de Honor de  
la Asociación Internacional de  
Periodismo Científico. *Aristides  
Bastidas* falleció los primeros  
días de octubre en Caracas.

- 29 Divulgando ciencia y técnica,  
*Sergio Prenafeta Jenkin*
- 34 Completando el círculo,  
*Manuel Calvo Hernando*
- 39 Brasil: Ganando espacios en  
la sociedad industrial, *Julio  
Abramczyk*
- 41 Venezuela: Acumulando  
experiencias, *Luis Moreno  
Gómez*
- 42 Costa Rica: Formación  
especializada, *Marcela  
Guzmán O.*
- 44 Colombia: Aumenta la  
demanda de divulgación  
científica, *Antonio Cacua  
Prada*

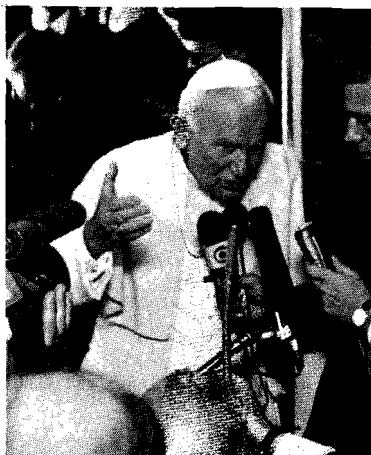


## MEDIOS EN TRANSICION

**L**os cambios en curso desafían las generalizaciones. En toda la región se acumulan experiencias de signos contradictorios y enriquecedora diversidad.



- 46 México: Desastre urbano y renovación en los medios, *Carlos Luna Cortés*
- 51 Crónicas del fin del mundo, *Rosana Reguillo*
- 52 Puerto Rico, Estado 51: Cultura boricua y asimilación política, *Eliut Flores Caraballo*
- 54 Colombia: Mercados regionales y medios, *Humberto López López*
- 56 La Escobarización del periodismo colombiano, *Enrique Santos Molano*
- 57 Venezuela: La pantalla omnipresente, *Marcelino Bisbal*
- 61 Bill Cosby es argentino, *Gino Lofredo*
- 62 Chile: La pendiente democratización de la prensa, *Gustavo González*
- 65 La formación del comunicador posmoderno, *Hernando Bernal Alarcón*



## ESTRATEGIAS

**A**umenta la prioridad de la reforma de las comunicaciones en la agenda política latinoamericana. Desde diversos frentes sociales surgen y maduran nuevas estrategias de cambio. La amplia participación y la búsqueda de consenso determinan su viabilidad.

- 68 Nuevas estrategias de cambio, *Robert White*
- 72 La Iglesia Católica ante la revolución en las comunicaciones, *Documento Pastoral*



- 76 El mensaje y el mensajero, *Andrés León Calderón*
- 78 Se comunican los investigadores, *Rafael Roncagliolo*
- 80 Avances en la investigación, *José Marques de Melo*
- 81 Los desafíos del libre comercio, *Elizabeth Fox*

## ACTIVIDADES DE CIESPAL

- 83 Asdrúbal de la Torre: CIESPAL y la transformación de las comunicaciones

## AUTOCRITICAS Y CONTRAPUNTOS

- 87 Misión Imposible, *Allan Castelnuovo*
- 89 Desvíos, errores y omisiones, *Alexis Naranjo*

## TENDENCIAS

- 90 Las radios comunitarias

## UNICEF

- 93 Los niños de las Américas
- 96 Las caras de la violencia

- 98 RESEÑAS

## NUESTRA PORTADA

El acrílico *Interior de bus*, es de la pintora ecuatoriana Dayuma.

**Local para la práctica artística.**  
República de El Salvador 734,  
Quito. Ecuador  
Telf. (5932) 247-862

# Regina Festa y la TV de los trabajadores

KINTTO LUCAS

**¿Cómo se inicia el proyecto de la TVT?**  
**Regina Festa:** En una época de grandes movilizaciones contra la dictadura, Lula recibió de regalo una filmadora. Por esos días se generó en el cinturón industrial de São Paulo, un movimiento que comenzó en los sindicatos y se extendió a toda la sociedad. Se involucró lo político con lo cultural, se conformaron grupos de teatro y una nueva forma de vivir la comunicación. Se pensó en una televisión que pudiera dar respaldo a eso y su primera filmadora fue la de Lula. Luego surgieron dos unidades: una que trabaja con video casete VHS, y otra con equipos de un set de televisión. Comenzamos a formar obreros y obreras en Brasil, en la Universidad, en la Escuela de Cine de Cuba, cursos especiales y por autoformación.

**¿Cómo es el proceso de producción?**

Cada video es una experiencia distinta. Si estamos documentando una huelga, somos parte de esa acción. Si es un video sobre las mujeres ellas discuten el guión y lo preparan. Los de la escuela sindical se discuten en comisiones con los obreros.

Cuando se lanza el plan económico de 1989 todo el país creyó que iba a marchar bien, pero la evaluación de los economistas decía todo lo contrario. Hicimos un video y sacamos una hojita. El video explicaba todo. La hojita era una guía de discusión con una explicación de nuestros economistas sobre lo que sucedería. Cuando empezó la crisis, la gente estaba mejor preparada para recibirla e intentar cambiarla.

**KINTTO LUCAS**, uruguayo. Premio Latinoamericano de Periodismo José Martí 1990. Autor de *Entre viento y fuego*, Ediciones Abya Yala, Quito, 1992.



Bye Bye Brasil

**¿Cuáles son las prioridades de producción?**

Tenemos una estrategia muy diversificada porque nos concebimos como parte de un proceso de producción. Estamos metidos en las fábricas, en los sindicatos, trabajamos con organizaciones de la iglesia, hacemos video en la escuela sindical de la CUT y en la escuela formal de las alcaldías del Partido de los Trabajadores. Concebimos una política de comunicación desde abajo, con una visión desde los trabajadores.

**¿Cuál fue la reacción del trabajador vinculado al proyecto en el momento que se dio cuenta que podía crear sus propias imágenes?**

Por un lado la fascinación por la tecnología y por poder manejarla. Por otro el hecho de verse desde él mismo sobre él mismo. Siempre estuvieron acostumbrados a ser presentados de una cierta manera y de repente eso cambió. Increíblemente eso les provoca un gran sufrimiento.

Hay momentos que creen en lo que dicen y lo que hacen, pero no les gustaría estar diciendo o haciendo eso. Es que a veces no hay una identidad sobre una manera diferente de verse, porque la que viene de los medios masivos es muy fuerte.

**¿Cómo lograron la confluencia entre un proyecto político, incluso partidista y el trabajo cultural?**

Hubo conflictos porque la política se lleva muy mal con la cultura. La TVT se autosostiene y esto le permitió llevar adelante acciones con mayor autonomía. Muchas veces lo que nosotros entendemos que es una expresión cultural, a determinados dirigentes no les interesa porque va contra lo que plantean. Esto está muy al interior de lo que hacemos, pero lo enfrentamos.

Por ejemplo, viene un grupo de negros y hace un video que desde su perspectiva está bien. Si a los dirigentes no les interesa se les hace ver que representa lo que ese grupo social piensa y por eso tiene que ser así. Trabajar con una organización política que tiene claro lo que está haciendo posibilita que haya confrontación de propuestas, porque no es un problema de medios sino de acción.

AFP/PHOTO

# Audiovisual e identidad cultural

*La coalición internacional para la promoción del audiovisual Vidéazimut organizó en Lima un simposio sobre el Audiovisual y la identidad cultural. Asistieron 220 personas de 16 países. A continuación resumimos los temas más destacados.*

**A** pesar de reconocer que la identidad cultural es amenazada por la homogeneización de las imágenes de los medios audiovisuales masivos, en el simposio fue difícil reconocer y reflejar la diversidad de identidades que se encuentran en nuestros propios países. Alain Ambrosi de Video Tiers Monde (Canadá) y Presidente de Vidéazimut dijo que "el desafío consiste en esbozar un terreno conceptual donde se reconozca el mestizaje y se acepte el pluralismo".

María Elena Hermosilla, de CENECA (Chile), resaltó la dificultad de "superar una relación instrumentalista entre comunicación y cambio social". Y señaló la necesidad de descomponer la(s) identidad(es) y terminar con la idea de identidad cultural nacional única. Concibiendo esta descomposición como diversidad y no como fragmentación.

Hernán Dinamarca (Canelo de Nos, Chile) afirmó que "en esta época de posmodernidad planetaria, es la lucha ideológica la que constituye el eje de la lucha política". En tal contexto, la comunicación participativa juega un papel clave en la construcción del nuevo sujeto social y su identidad.

Michel Azcueta (Centro de Comunicación Popular de Villa El Salvador, Perú) habló del mestizaje social que produce un nuevo protagonista popular-urbano. Un sujeto que se construye a través de la comunicación participativa y es protagonista de la conquista de una nueva hegemonía cultural.

Esta crónica está basada en el informe sobre el Simposio preparado por la Secretaria General de Vidéazimut, Nancy Thede.

David Nostbakken (Visión TV, Canadá) señaló que: "La televisión pública en países como Canadá no constituye un espacio accesible, y por consiguiente se tienen que crear espacios televisivos con y para las organizaciones, movimientos y comunidades marginados del mismo".

Gastón Kabore, Secretario General de la Federación Panafricana dijo que "Una televisión pluralista tiene que asegurar que la opinión de cada capa de la población tenga su peso. Tiene que crear ciudadanos capaces de reflexionar por ellos mismos".

Durante el Simposio se compartieron varias experiencias de trabajo en televisión y video alternativos:

- Deep Dish Satellite TV (Estados Unidos): Difunde 52 programas (26 horas) por año vía satélite a las televisiones públicas en todo Estados

Unidos. Sus programas reflejan identidades marginadas.

- Video News Services (Africa del Sur): Difunde la producción clandestina de video realizada durante la lucha contra el apartheid.
- Centro para el Desarrollo de la Tecnología de Instrucción (India): Forma videastas populares para trabajo en comunidades urbanas y rurales.

El Simposio concluyó con la presentación de propuestas de estrategias de trabajo. Nostbakken, planteó un servicio global de teledifusión cultural dirigido por una coalición internacional que presente diversas minorías de Norte y Sur. Luis Fernando Santoro (Festa & Santoro comunicações, Brasil) priorizó ampliar los espacios de comunicación democrática a través de la legislación; organizar trabajos conjuntos entre organizaciones; y ocupar espacios institucionalizados como el sistema educativo que tiene permanencia y capacidad de multiplicación.

Rafael Roncagliolo (IPAL, Perú) señaló la necesidad de pensar las estrategias a cuatro niveles: 1) El micro-social, donde lo fundamental es la calidad de la producción. 2) El nacional, donde lo urgente es sensibilizar a la diversidad y el acceso al espacio comunicacional; 3) El regional, donde hay que apoyar a los países de menor desarrollo audiovisual; y 4) El mundial. Donde se debe desarrollar la comunicación para y no por sí.

Resta mucho por hacer, en conceptualización y elaboración de propuestas alternativas. Sin embargo la reunión permitió colectivizar y discutir ampliamente el análisis y las estrategias.

## SIMPOSIO INTERNACIONAL AUDIOVISUAL E IDENTIDAD CULTURAL

ESTRATEGIAS  
PARA EL  
PLURALISMO  
Y LA DEMOCRACIA  
EN EL NUEVO  
ORDEN MUNDIAL



201.30  
DE JUNIO 1987  
AUDITORIO ALFA  
INFORMES PARA  
ORGANIZACIONES  
VIDEAZIMUT

Vidéazimut



## NUEVA SOCIEDAD

### SUSCRIPCIONES

**ANUAL**                      **BIENAL**  
(6 números)              (12 números)

#### América Latina

US\$ 30                      US\$ 50

#### Resto del mundo

US\$ 50                      US\$ 90

#### Venezuela

Bs. 500                      Bs. 900

**PAGOS:** Cheque en dólares a nombre de NUEVA SOCIEDAD.  
Apartado aéreo 61.712  
Chacao - Caracas 1060-A.

## QUINCENARIO mate amargo

### SUSCRIPCIONES

semestral, US\$24

Anual, US\$48

Dirección  
Tristán Narvaja 1578  
Fax: 411083  
Montevideo, Uruguay

## SECRETARIO GENERAL DE VIDEAZIMUT

Vidéazimut abre concurso para el puesto de Secretario General del organismo. Vidéazimut es una organización sin fines de lucro que trabaja en video y televisión independientes y alternativos por la democratización de los medios de comunicación.

### Responsabilidades

- \* Coordinación y administración del organismo y del personal de apoyo.
- \* Planificación y programación de las actividades.
- \* Ejecución de las decisiones y las orientaciones tomadas por el Comité de Promoción.
- \* Concepción y supervisión de los proyectos.
- \* Gestión financiera.
- \* Representación y búsqueda de fondos internacionales según orientación del Comité de Promoción.
- \* Comunicación con los miembros a nivel interno.

### Exigencias

- \* Conocimiento de la problemática de las comunicaciones alternativas para el desarrollo.
- \* Bilingüismo, inglés/francés o inglés/español (trilingüismo una ventaja).
- \* Experiencia en administración y gestión en la dirección de un organismo en el sector de las comunicaciones independientes.
- \* Experiencia de búsqueda de fondos a nivel internacional.
- \* Experiencias de trabajo en los países del Sur y del Norte.
- \* Gran facilidad en la redacción.
- \* Autonomía en la concepción y ejecución del trabajo.
- \* Disponibilidad para desplazarse a nivel internacional.

### Condiciones de trabajo

- \* Contrato de dos años a tiempo completo, con base en Montreal, Canadá.
- \* Inicio del contrato el 1 de febrero de 1993 (Período de prueba: 3 meses).
- \* Salario: \$ 45.000 canadienses por año y bolsa de instalación de \$ 3.000.

Viaje pagado para la persona contratada y para sus dependientes del lugar de residencia hacia Montreal al inicio del contrato y regreso al fin del contrato.

*Interesados dirigirse a la Secretaría para la presentación de solicitudes:  
VIDEAZIMUT, 3680 rue Jeanne Mance N° 430,  
Montreal (Québec) Canadá H2X 2K5, Fax: (514) 982 - 6122.*

**Fecha límite de recepción de solicitudes:  
30 de noviembre de 1992.**

## SINTESIS

AIETI: Claudio Coello, 86-4º, 28006 Madrid

Nº 16, Enero-Abril 1992, ECUADOR  
Directora: Guadalupe Ruiz Giménez

**Suscripciones:** EDISA. López de Hoyos, 141. 28002 Madrid.  
**Distribución:** CIENCIA 3. Comercio 4, Esc. Bajo C. 28007.

**PUBLICACIONES DEL  
Instituto para  
América Latina  
IPAL**

**PUBLICIDAD:** La otra cara de la cultura.  
Cristianismo y comunicación en América Latina  
US\$ 10.00

**COMUNICACION Y DESARROLLO**  
US\$12.00

**POLITICAS DE TV EN LOS PAISES ANDINOS**  
US\$6.00

**CULTURA TRANSNACIONAL Y CULTURAS POPU-  
LARES**  
US\$12.00

**TECNOLOGIA DE LA INFORMACION**  
US\$8.00

**EDUCACION Y COMUNICACION POPULAR EN EL PERU**  
US\$10.00

**RADIO Y DEMOCRACIA EN AMERICA LATINA**  
US\$10.00

**VIDEO, TECNOLOGIA Y COMUNICACION POPULAR**  
US\$10.00

**EL VIDEO EN LA EDUCACION POPULAR**  
US\$8.00

**TELEVISION Y DEMOCRACIA EN AMERICA LATINA**  
US\$10.00

**LA REFORMA DE LA TV EN CHILE 1967-1973**  
US\$6.00

**IMPACTO DEL VIDEO EN EL ESPACIO AUDIOVISUAL  
LATINOAMERICANO**  
US\$8.00

**AMERICA LATINA: LAS COMUNICACIONES CARA AL  
2.000**  
US\$ 8.00

**Oferta: Los 13 títulos**  
**US\$110.00**

Av. Juan de Aliaga 204, Lima 17  
Perú. Apto. Postal 270031  
Fax (5114) 617949

**CANTARO**

Cuestiones sobre desarrollo en el  
austro  
Ayuda en Acción - CECCA - CICDA  
- COOIBO - FEPP - OFIS

**SUSCRIPCIONES 4**  
**números / 1 año**

Ecuador Normal	S/. 7.500
Ecuador Solidaria	S/. 30.000
América Latina	US\$ 15.00
USA, Europa, Asia	US\$ 20.00

OFIS: Casilla 01.01.999,  
Cuenca, Ecuador  
Tel: 839-346



REVISTA TRIMESTRAL de COMUNICACION Y CULTURAS LATINAS  
COMUNICACION E

Publicada por la Unión Latina, contiene toda la actualidad del audio-visual de los países latinos de Europa y América, un calendario completo de los festivales, mercados y diversos encuentros en las áreas del cine, televisión y del video, así como un dossier temático en cada número. Esencialmente redactado en español y portugués.

Para mayor información:  
Unión Latina Oficina de Lima  
Apartado Postal 18-1494  
Lima 18 - Perú  
Teléfono 41-1520  
Fax: (51-14) 41-1520

**SUSCRIPCIONES: 4 NUMEROS POR AÑO**  
PAISES LATINOS DE EUROPA .15 US\$  
OTROS PAISES DE EUROPA ...20.US\$  
AMERICA LATINA ..... 10 US\$  
OTROS PAISES ..... 25 US\$

**Revista**

**DIA • LOGOS**

**DE LA COMUNICACION**

**Nueva dirección:**

Secretaría Ejecutiva de FELAFACS  
Calle F No. 261 Urbanización Betelgeuse. Lima 41, Perú,  
Teléfono 754487. Fax: 5114-754487 (provisional)  
Apartado Postal 18-0097. Lima 18, Perú

**PERFILES  
LIBERALES**

**Nº 27**  
Las ONG's y la  
participación política

**Nº 28**  
Poder Judicial y  
Derechos Humanos en  
América Latina

Apartado Aéreo 102330,  
Santafé de Bogotá,  
DC Colombia, Fax (571)  
215-5801.

**ECUADOR DEBATE**

Publicación cuatrimestral del  
Centro Andino de Acción Popular  
CAAP.

**ANALISIS SOCIALES,  
POLITICO ECONOMICOS**

**SUSCRIPCIONES**  
Valor anual, tres números:  
Exterior: US\$18  
Ecuador: S/. 5.200  
Ejemplar suelto: Exterior US\$ 6  
Ejemplar suelto: Ecuador S/. 1.800  
Apartado aéreo 17-15-00173  
Quito - Ecuador