

# 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](mailto:chasgino@ecuanex.ec)

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

## BRASIL: COLLOR, CORRUPCION Y MEDIOS

**L**o que hicieron los medios en  
el ascenso y derrocamiento  
de Fernando Collor de Mello

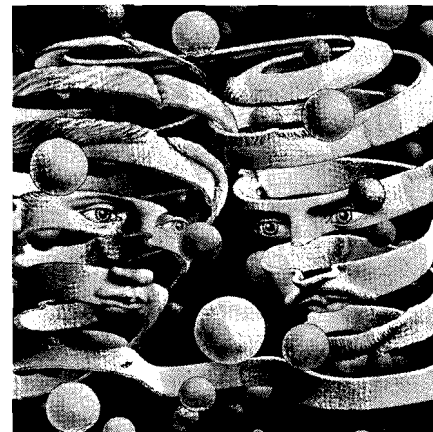


- 4 Construcción y abandono de  
un buque defectuoso,  
*Lattman-Weltman,*  
*Plinio de Abreu Ramos,*  
*José Dias Carneiro*
- 8 ¿Renacimiento espiritual en  
los medios brasileños?  
*Rondon de Castro*
- 10 Ambientando la destitución de  
un presidente,  
*Gaudencio Torquato*
- 12 Los medios contra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

**L**a 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

**D**ependencia 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.

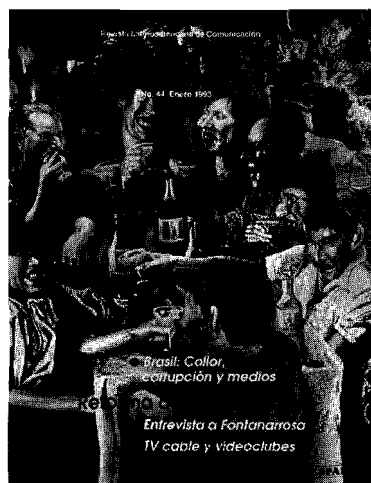
- 76** La cultura y el modelo neoliberal,  
*Javier Esteinou Madrid*
- 80** Tres visitas al paradigma de la dependencia cultural,  
*Elizabeth Fox*
- 83** No tomar lo real como real,  
*Jean Baudrillard*
- 85** No hay información inocente,  
*Jorge Lanata*
- 87** El lenguaje resbaladizo,  
*Oscar Landi*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

# ¿Renacimiento espiritual en los medios brasileños?



J. L. Gaultreau / AFP Photo

*El Collorgate creó un marco propicio para el trabajo de la prensa y los medios brasileños que demostraron calidad en la cobertura periodística, voluntad investigativa, y un cambio importante en el tratamiento de la noticia y en su relación con la sociedad.*

*¿Cuánto durará esta pulcritud profesional?*

## Los cambios en los medios

El hermano del presidente, Pedro Collor denunció el negocio de tráfico de influencias que vinculaba al empresario PC Farías con el presidente. Se multiplicaron las denuncias. Ese hecho provocó una transformación en las redacciones periodísticas brasileñas. Fue tal vez el período en que se vieron más libres para tratar noticias relacionadas con el manejo del poder presidencial. El periodismo de "versiones anónimas" fue reemplazado por investigaciones más profundas. Los grandes medios redescubrieron la

**L**a conducta periodística durante el Collorgate contrasta con el comportamiento de los medios durante la etapa electoral que llevó a Collor a la presidencia. Entonces el diario *O Estado de São Paulo* y la *Red Globo* de Televisión (con 50 millones de telespectadores) evitaron

que el pasado de corrupción de Collor como Alcalde de Maceió, la capital del estado de Alagoas, se divulgase y lo perjudique en los comicios. Durante la campaña los empresarios de los medios se sentían amenazados por la candidatura del sindicalista y diputado del Partido de los Trabajadores, Luis Inácio "Lula" da Silva.

Ese compromiso no firmado de los grandes medios con Fernando Collor comenzó a desmantelarse cuando éste desde la presidencia de Brasil pasó a

**RONDON DE CASTRO** es brasileño y Asesor de Comunicación del Sindicato de Bancarios de la Caja Económica Federal de São Paulo. Es corresponsal de la Agencia Inagentalina.

investigación periodística como método de trabajo. Esto dio una nueva imagen al periodismo y alimentó la competencia entre los medios, con ventajas claras para el lector y la sociedad en su conjunto. Era una situación nueva para toda una generación de profesionales formados bajo el estricto control informativo de la dictadura militar.

*Folha de São Paulo, Jornal do Brasil* y *O Globo*, responsables hasta ese momento por la información a la que accedía buena parte de la opinión pública, se vieron repentinamente desplazados por las investigaciones de las denuncias divulgadas por otros medios llegando a utilizar los reportajes de las revistas semanales como fuente para sus titulares cotidianos.

La cobertura informativa de los diarios, la radio y la televisión incentivó la organización de manifestaciones masivas en todo el país. Millones de personas se lanzaron a las calles exigiendo el juico político y la condena de Collor.

Fracasaron las presiones del gobierno para bloquear el trabajo de la Comisión Investigadora Parlamentaria. Tampoco dieron resultado las gestiones para mantener una mayoría en el Congreso dispuesta a proteger al presidente. Collor fue desplazado de sus funciones el 29 de setiembre en sesión plenaria del parlamento. Las principales pruebas presentadas por la Comisión Investigadora Parlamentaria habían sido obtenidas y divulgadas antes por los medios de comunicación.

El poderío de Collor en el campo de la comunicación, que incluía la propiedad de una emisora de TV, no fue suficiente para quebrar su aislamiento y lograr transmitir su versión justificatoria a la ciudadanía. Tampoco le dio resultado utilizar la red de televisión nacional. A partir de entonces pasó a enviar mensajes a través de su portavoz, resaltando la supuesta existencia de un "sindicato del golpe", integrado por los adversarios derrotados en 1989 y los medios de comunicación.

El resultado del papel desempeñado por la prensa durante el llamado Collorgate, puede verse en una encuesta realizada por Data Folha (empresa encuestadora vinculada al diario *Folha de São Paulo*) entre el 14 y el 20 de octubre.

## EL PUEBLO DECIDE

MARTHA ALVES D'AZEVEDO

**E**n la antesala del desenlace, cuando el desarrollo de la crisis parecía haberse detenido, los políticos percibieron que necesitaban del pueblo en las calles para exigir la renuncia o enjuiciar al presidente porque sin esa presencia popular carecían del respaldo para expulsarlo.

Así se hizo. Poco a poco el pueblo comenzó a manifestarse. Al principio fueron los jóvenes en pequeños grupos. Estos crecieron hasta transformarse en grandes multitudes vestidas de negro y agitando los colores de la bandera nacional como símbolo de su patriotismo. Los manifestantes se pintaron las caras con franjas negras o coloridas. Los carapintadas se volvieron símbolo de la lucha pacífica y democrática para que la destitución del presidente fuese aprobada por el Congreso Nacional. El voto ocurrió finalmente en sesión solemne. Cada diputado tuvo que declarar abiertamente su voto ante las cámaras de televisión para que todo el pueblo brasileño pudiera ver cómo actuaba cada uno de sus representantes.

Lo que permitió que la destitución del presidente recibiera la mayoría de los votos de los diputados (muchos se pasaron a la oposición a último momento), no fueron directamente los medios de comunicación. Los medios lo hicieron indirectamente acompañando con su cobertura las grandes manifestaciones populares que se extendían del norte al sur de Brasil. La ciudadanía en las calles expresaba su rechazo categórico a un gobierno corrupto que desviaba el dinero del pueblo para alimentar las grandes ambiciones personales de políticos inescrupulosos cuyas vinculaciones internas y externas hasta ahora no han sido esclarecidas.

Los medios de comunicación que ayudaron a construir la imagen del candidato y luego del presidente aplicando las técnicas de un marketing político apartado de la realidad sólo ayudaron a derrumbarlo realmente cuando el pueblo en las calles pasó a exigirselo. La prensa gráfica tomó la delantera divulgando los testimonios. La televisión la siguió documentando uno u otro episodio. Por la importancia de los hechos y el alto nivel político y social de los personajes involucrados, sólo la prensa más poderosa y las grandes cadenas de televisión osaron tomar la iniciativa en hechos inéditos en la vida política brasileña.

La democracia venció pero también creó un vacío político. Brasil espera con gran expectativa quién será el próximo presidente cuando Itamar Franco concluya el período constitucional de Fernando Collor de Mello.

**MARTHA ALVES D'AZEVEDO**, profesora e investigadora en comunicaciones en la Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Este texto es un extracto del trabajo "Brasil: Ascensão e queda de um presidente".

Según la encuesta los medios de comunicación lideraban el ranking de mayor prestigio y poder entre las instituciones sociales y políticas, públicas y privadas. Las emisoras de TV captaban un 82% de opinión favorable, las radios 77% y la prensa escrita 73%. En contraste el poder ejecutivo (presidencia y ministerios) registraba una caída del

39% al 34%, en relación a la encuesta anterior realizada en 1987.

El papel de los medios de comunicación coincidió con las aspiraciones de la población y cumplió con la función de fiscal en favor de la ciudadanía. De esto surgirá con seguridad un periodismo menos burocrático y más vinculado a la realidad. ●