

Chasqui

Revista Latinoamericana
de Comunicación

No. 57, MARZO, 1997

Director

Adrián de la Torre

Editor

Fernando Checa Montúfar

Consejo Editorial

Jorge Mantilla Jarrín

Edgar Jaramillo Salas

Nelson Dávila Villagómez

**Consejo de Administración de
CIESPAL**

Presidente,

Víctor Hugo Olalla,
Universidad Central del Ecuador.

Presidente Alterno

Washington Bonilla,
AER

Mario Jaramillo

Ministro de Educación y Cultura

Patricio Palacios,

Min. Relaciones Exteriores.

Héctor Espín, UNP.

Consuelo Feraud, UNESCO.

León Roldós, Universidad Estatal de
Guayaquil.

Edgar Jaramillo Salas,

FENAPE.

Asistente de Edición

Martha Rodríguez J.

Corrección de estilo

Lucía Lemos

Manuel Mesa

Magdalena Zambrano

Portada y contraportada

Jaime Zapata

Impreso

Editorial QUIPUS - CIESPAL

Chasqui es una publicación de CIESPAL

Apartado 17-01-584. Quito, Ecuador

Telf. 506 149, 544-624.

Fax (593-2) 502-487

E-mail: chasqui@ciespal.org.ec

Registro M.I.T., S.P.I.027

Los artículos firmados no expresan necesariamente la opinión de CIESPAL o de la redacción de la revista. Se permite su reproducción, siempre y cuando se cite la fuente y se envíen dos ejemplares a Chasqui

Las mujeres son "invisibles" para los medios, salvo cuando son afectadas por accidentes, desastres y crímenes, o cuando son protagonistas del entretenimiento y de las notas sociales. A esta conclusión llegó Media-Watch, organización canadiense que el 18 de enero de 1995 realizó un monitoreo de medios de comunicación, en 71 países de los 5 continentes. Aunque este estudio reconoció un incremento de la presencia femenina en las salas de redacción (el 43% de los periodistas son mujeres), los estereotipos y discriminación sexista prevalece en la organización y en los contenidos mediáticos; por ejemplo, la mayoría de las periodistas cubren información considerada "adicional" y todavía las mujeres son marginales en la información: apenas un 17% de los protagonistas de las noticias publicadas aquel día fueron mujeres. Si consideramos que los medios son "el espacio público por excelencia" y que al insertarse en ellos se adquiere la masividad y "visibilidad" necesarias para legitimar posiciones en la sociedad, evidenciaremos la importancia que estos tienen en la lucha de los movimientos sociales, particularmente los feministas. En este sentido, en los últimos años se han desarrollado experiencias que han respondido exitosamente a los desafíos que plantea la comunicación y sus medios para "el fortalecimiento de la participación consciente y organizada de las mujeres, desde la perspectiva de género y de la diversidad". En **Sociedad, mujer y comunicación** entregamos novedosos aportes teóricos en torno a esta importante problemática, propuestas para incorporar la perspectiva de género en las políticas y estrategias de comunicación y el testimonio de experiencias en comunicación y uso de medios que, desde la perspectiva de la mujer, han orientado sus esfuerzos para democratizar, descentralizar y hacer más participativos los espacios comunicacionales. Chasqui agradece la colaboración de Alexandra Ayala para la elaboración de este módulo.

Desde que, en 1896, May Irwin y John C. Rice se besaron por primera vez ante una cámara de cine y, no obstante la candorosa e inocencia de su beso, provocaron un escándalo; hasta la profusión de senos y muslos que invaden el marketing, y la conspicua obscenidad que contamina inclusive la política; mucha agua ha pasado bajo el puente que une **Erotismo, pornografía y medios**. Si bien la distinción entre los dos primeros es inasible y difusa, hay algunos enfoques que establecen diametrales diferencias: mientras la pornografía es demostrativa, apela al espectáculo, se caracteriza por ser unidimensional, antiestética, primaria, grosera, "es la indecencia en sí misma"; por el contrario, el erotismo es imaginativo, apela al cerebro, se caracteriza por ser alusivo, simbólico, basado en la creación artística, es "una pasión pletórica de todos los sentidos". Sin embargo, hay autores como Gabriel Careaga que consideran a la pornografía "como un medio para descargar las tensiones sexuales por medio de la fantasía visual" y nos recuerda que la legalización de ella determinó una reducción del índice de criminalidad sexual en Dinamarca y Suecia. De todas formas, el sexo en cualquiera de sus expresiones (erotismo, pornografía, obscenidad) ha sido y es un negocio multimillonario y el pretexto para que los inefables censores, amparados en una moralidad dudosa, adopten medidas estúpidas, tal el caso del Código Hayes que en los años 40, en contubernio con el deleznable "macartismo", reglamentó la producción cinematográfica; entre otras medidas, obligó a maquillar el trasero de los monos a fin de que no parecieran pelados; así se confirma que "el erotismo -dice Jorge Enrique Adoum, quien trae a colación lo de aquel código- es una actividad asociada al refinamiento intelectual y afectivo, lo demuestra el hecho de que quedan excluidos de él los imbéciles y los ignorantes". En este segundo módulo, Chasqui ofrece distintas aproximaciones a este polémico tema y el análisis de dos experiencias interesantes: la una sobre la radio erótica que busca recrear "el prohibido sonido del placer" y, la otra, sobre algo *Sui Generis*, una revista brasileña para el "tercer sexo", caso inédito que rompiendo tabúes aparece para satisfacer los requerimientos informativos de los homosexuales de Brasil.



SOCIEDAD, MUJER Y COMUNICACION

No obstante los avances de la causa feminista, todavía perduran estereotipos y discrimenes en la organización y contenidos mediáticos. Aquí, análisis, propuestas y experiencias.

- 4 Género, mujer y comunicación
Alexandra Ayala
- 8 Democracia, mujer y comunicación
Dafne Sabanes Plou
- 11 El enfoque de género en los medios
Hernán Reyes Aguinaga
- 16 Lenguaje y discriminación femenina
Alberto Pereira
- 19 Mujeres en Internet
Sally Burch
- 22 Con el alma en el cuerpo
Claudio Bardelli

- 24 La comunicación de género en ALAI
Irene León
- 27 Fempress: una estrategia de comunicación para la mujer
Adriana Santa Cruz
- 30 Enredadas: red de mujeres de AMARC
Tachi Arriola
- 33 Ecuador: Red de mujeres en comunicación
Magdalena Adoum



EROTISMO, PORNOGRAFIA Y MEDIOS

Mientras la pornografía es definida como "la indecencia en sí misma", el erotismo sería "una actividad asociada al refinamiento intelectual y afectivo". Sin embargo, hay quienes consideran que la primera tiene como aspecto positivo "descargar las

tensiones sexuales". En cualquier caso, los medios han sido y son el escenario privilegiado de estas expresiones sexuales.

- 36 Entre el erotismo y la pornografía
Edmundo Ribadeneira
- 40 Erotismo: consideraciones generales
Sergio Inestrosa
- 43 Otra vez la censura, otra vez el erotismo
Jorge Enrique Adoum
- 47 Erotismo, pornografía y cine
José Rojas Bez
- 51 Eros visitando La Luna
Iris Disse
- 55 Brasil: periodismo para el tercer sexo
Valmir Costa





59 El mercado audiovisual latinoamericano
Octavio Getino

64 La información exterior en América Latina
Eleazar Díaz Rangel

68 Tumbas de papel
Estela Schindel

72 La ciencia como cultura
Manuel Calvo Hernando

75 Variedades de la luz y del abandono
Christian Ferrer

78 Una carpintería para periodistas
Jaime Abello B.

IDIOMA Y ESTILO

81 El periodista y la "a"
Hernán Rodríguez Castelo

84 Lenguaje científico y divulgación
Manuel Calvo Hernando

87 NOTICIAS

89 ACTIVIDADES DE CIESPAL

91 RESEÑAS



NUESTRA PORTADA

Ruth. Acuarela. 83,5 x 69 cm

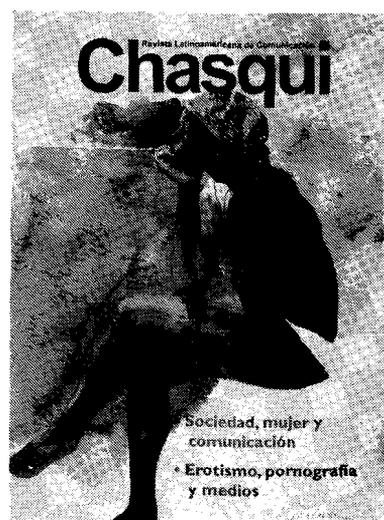
1985. Quito

CONTRAPORTADA

Carlota. Oleo 39 x 47 cm.

1992. París

JAIME ZAPATA



La ciencia como cultura



Fronteras de la ciencia y la tecnología. 7. España

En el mundo contemporáneo ha existido una dicotomía entre los científicos y los hombre de letras. Según Snow, estos últimos se habrían apropiado del término "intelectual" el cual, así, cabe perfectamente para un Marcel Proust, pero no para un Edwin Hubble o un Albert Einstein. Frente a esto se ha hecho el planteamiento de una "tercera cultura" que aglutine a los científicos -incluidos los de las ciencias sociales- y a los intelectuales clásicos u hombres de letras. En esto, los medios pueden y deben jugar un rol importante para legitimar a la ciencia como parte inseparable de la cultura.

Ultimamente se viene replanteando el antiguo problema de las dos culturas. De nuevo, y cada vez con más fuerza, se reivindica la existencia de una cultura común de ciencias, letras y artes. En *La Tercera Cultura*, un grupo de científicos y pensadores advierten la aparición de una nueva forma de discurso intelectual que completa y supera la

MANUEL CALVO HERNANDO, español. Periodista, presidente de la Asociación Iberoamericana de Periodismo Científico.

dicotomía de Snow, "el abismo de incomprensión mutua" que separaba a los intelectuales literarios, en un extremo, y a los científicos, en el otro, y ya entonces reclamaba llenar este vacío.

Es curioso que esta división de los saberes se manifieste solo en las personas que se autodenominan cultivadas, ya que el gran público está dispuesto a interesarse y emocionarse por todo lo que se le cuente, con tal de que se sepa contárselo. También los medios informativos tienen su parcela de responsabilidad al creer que las cuestiones

científicas son demasiado abstractas e ininteligibles para el público, con lo cual se le puede privar de conocimientos e informaciones importantes y de los instrumentos para poder seguir, más o menos de cerca, la aventura prodigiosa de la ciencia.

Para Mauricio Goldsmith y para otros escritores científicos, el vacío es hoy más extenso que en 1959 y está demasiado arraigado en la experiencia cultural de Occidente como para llenarlo de la noche a la mañana. El científico y escritor mexicano Luis Estrada expresa la

gravedad del problema con esta tesis: "La ciencia es una parte oculta de la cultura contemporánea y es necesario corregir esta anomalía".

El tema es polémico y su enfoque depende de factores muy diversos, entre ellos el debatido concepto de cultura. ¿Hay una o dos culturas en nuestro horizonte intelectual? Para Jean-Marc Lévy-Leblond, físico teórico y profesor de la Universidad de Niza, la ciencia no forma parte hoy de la cultura, aunque así era en otro tiempo.

La cultura científica

Se ha dicho que cultura es, básicamente, la capacidad de una sociedad para reflexionar sobre sí misma. Pero también puede considerarse, en un sentido amplio o integral, "toda forma de conocimiento y de comportamiento de un grupo social determinado". Con la claridad, la belleza y la precisión que le caracterizan, Laín Entralgo ha dado una interesante definición de hombre culto: "Un hombre capaz de dar razón de lo que él es y de lo que es el mundo en que vive".

Para Laín, el humanismo por extensión consiste en saber responder con una mínima precisión a cinco interrogaciones:

1. ¿En qué mundo vivo, en tanto que ciudadano de él? Creencias, ideas, esperanzas, tensiones, conflictos y temores en él vigentes; muy especialmente lo que solemos llamar "occidental".

2. Haciendo mi vida en el mundo me encuentro con cosas. ¿Qué son las cosas, desde el "big-bang" originario hasta el universo actual, desde la partícula elemental hasta el antropeide?

3. Haciendo mi vida en el mundo me encuentro también con los demás hombres, organizados en grupos humanos. ¿Qué son los hombres humanos, se pregunta Laín, y cuáles son los más importantes?

4. ¿Quién soy yo, en tanto que hombre? ¿Qué enseñan hoy a tal respecto las ciencias positivas y la filosofía?

5. Para que yo sea el hombre que soy, ¿qué ha tenido que pasarle a la especie humana, desde su aparición hasta hoy?

Parece evidente que en la mayor parte de estas definiciones la ciencia se considera como parte de la cultura.



Werner Heisenberg

David Levine

Se ha dicho que cultura es, básicamente, la capacidad de una sociedad para reflexionar sobre sí misma. Pero también puede considerarse, en un sentido amplio o integral, "toda forma de conocimiento y de comportamiento de un grupo social determinado".



Albert Einstein

David Levine

La cultura tecnológica

Para Quintanilla, la cultura tecnológica de un grupo social es el conjunto de representaciones, valores y pautas de comportamiento compartidos por los miembros del grupo en los procesos de interacción y comunicación en los que se involucran sistemas tecnológicos. La cultura tecnológica es un componente esencial de la cultura sin más, y constituye un factor esencial para el desarrollo tecnológico de un país.

Y ello porque una sociedad con vasta cultura tecnológica y en la que predominen las actitudes positivas hacia la técnica estará mejor preparada para incorporar y producir innovaciones tecnológicas y para extraer de ellas el máximo rendimiento.

España -añade el profesor Quintanilla- no es un país que se caracterice por la pujanza y calidad de su cultura tecnológica. Nuestra historia cultural está plagada de héroes artísticos, literarios y religiosos. Pero nuestros héroes científicos y tecnológicos apenas si son conocidos por nuestros escolares.

La tercera cultura

Marcelino Cerejido, biólogo del Centro de Investigación y de Estudios Avanzados de México, plantea, junto con otros investigadores, la necesidad de una cultura común de ciencias, letras y artes. Como los científicos -afirma- también los filósofos, los pintores, los poetas, los dramaturgos, los cineastas y los músicos trabajan en esa frontera, manejan el caos y tratan de descubrirle órdenes estéticos, de comprender el comportamiento del ser amado, o manifiestan su perplejidad bajo una bóveda celeste cuajada de estrellas.

Como queda dicho, Snow subrayó la dicotomía entre los profesionales de las ciencias y los de letras y advirtió que estos últimos se habían apropiado del término "intelectual" y del que, según afirma John Brockman en su introducción al libro colectivo *La Tercera Cultura*, quedaban excluidos astrónomos como Edwin Hubble, matemáticos como Von Neumann, físicos como Albert Einstein, Niels Bohr y Werner Heisenberg, y también Norbert Wiener. Sin embargo, la historia de la cultura en el siglo XX estaría incompleta sin ellos.

En la segunda edición de *Las dos*

culturas, Snow sugería la idea de que una nueva forma, una "tercera cultura", emergería y trataría de combatir la incomunicación entre los intelectuales de letras y los científicos. La incomunicación continúa, pero los científicos han empezado a comunicarse directamente con el gran público y aprovechan su avidez de novedades para ir creando, quizá sin tener plena conciencia de ello, una cultura de carácter público y masivo, dentro de lo que sea posible.

La tercera cultura reúne a aquellos científicos, incluidos los cultivadores de las ciencias sociales, y escritores que desempeñan el papel del intelectual clásico a la hora de reflexionar sobre quiénes somos y a dónde vamos.

Los mediadores

Ante esta situación, surgen iniciativas tanto desde los gobiernos y las administraciones públicas, como desde la comunidad científica y los mundos de la educación, la industria y los medios in-

formativos. Aparece una figura, la del mediador entre la ciencia y la sociedad, entre los científicos y el público, para realizar esta tarea, sugestiva y compleja, de poner al servicio de la mayoría los conocimientos de la minoría, y promover una cultura de la información y una cultura de la ciencia.

Estos mediadores necesitan vocación y formación. El número 55 de *Chasqui* supone una importante contribución al análisis de problemas planteados por el trabajo de estos profesionales que vienen a resolver un problema de nuestro tiempo, la popularización del saber para todos los miembros de nuestras sociedades. Y el propósito de algunos de mis libros ha sido ofrecer instrumentos actualizados para que periodistas, escritores, científicos y docentes puedan ayudar al hombre común a superar sus temores en relación con la ciencia y a beneficiarse del conocimiento científico.

Después de todo esto, una doble conclusión: la ciencia es inseparable de

la cultura y todos los que tenemos alguna profesión relevante en la sociedad, como los docentes y los comunicadores, por ejemplo, hemos de asumir la obligación de poner todos los medios a nuestro alcance para que el conocimiento, lo más noble del espíritu humano, no sea causa de desequilibrios, desigualdades e injusticias, sino que se convierta en bien público al servicio de todos, y especialmente de los menos favorecidos por los bienes materiales o del espíritu. ●

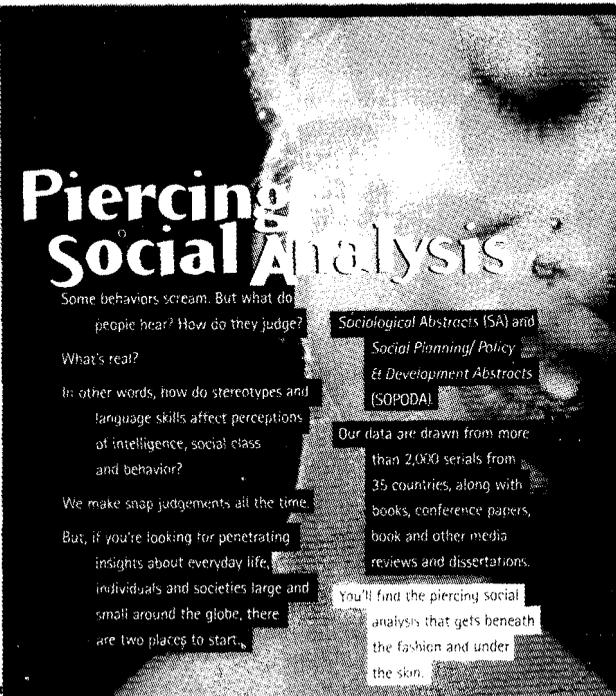
REFERENCIAS

Calvo Hernando, Manuel, *Periodismo Científico*, Editorial Paraninfo, 2da. edición, Madrid, 1992.

Cerejido, Marcelino, *Ciencia sin seso, locura doble*, Siglo XXI Editores, México D.F., 1994. "En América Latina ya podemos investigar, el próximo paso es tratar de hacer ciencia", en *Interciencia*, Caracas, marzo-abril, 1996.

La tercera cultura (edición de John Brockman), Tusquets Editores, 1996.

Quintanilla, Miguel Angel, "Cultura tecnológica", en *Telos*, no. 42, Madrid, junio-agosto, 1995.



Piercing Social Analysis

Some behaviors scream. But what do people hear? How do they judge? What's real? In other words, how do stereotypes and language skills affect perceptions of intelligence, social class and behavior? We make snap judgements all the time. But, if you're looking for penetrating insights about everyday life, individuals and societies large and small around the globe, there are two places to start.

Sociological Abstracts (SA) and Social Planning/Policy & Development Abstracts (SOPODA)

Our data are drawn from more than 2,000 serials from 35 countries, along with books, conference papers, book and other media reviews and dissertations.

You'll find the piercing social analysis that gets beneath the fashion and under the skin.

sociological abstracts

PO Box 22206, San Diego, CA 92192-0206
619/695-8803 Fax: 695-0416
 Internet: socio@ccfnet.com
 User Assistance: 800/752-3945

The SAI family of services: Sociological Abstracts (SA) • Social Planning, Policy & Development Abstracts (SOPODA) • Sociofile (SA and SOPODA on CD-ROM) • Products are available in print, online from Knight Ridder, DIALOG, OCLC and Ovid on CD-ROM from SilverPlatter, EBSCO and Ovid, on magnetic tape via SAI direct. Document delivery available via SOCIOLOGY Express 800/313 9900, 415/259-5013 Fax: 415/259-5038, email: socabs@ebcscodac.com

● artesanal

● abierta



FM 88.7 MHz
LA TRIBU

● caliente

un atentado cultural en los '90

FM LA TRIBU • 88.7 MHz
 Lambaré 873 (1185) Buenos Aires
 Argentina • Tel/Fax: (54-1) 865-7554