

Chasqui

Revista Latinoamericana
de Comunicación

No. 60 - DICIEMBRE 1997

Director (E)

Jorge Mantilla Jarrín

Editor

Fernando Checa Montúfar

Consejo Editorial

Jorge Mantilla Jarrín

Fernando Checa Montúfar

Lucía Lemos

Nelson Dávila Villagómez

**Consejo de Administración de
CIESPAL**

Presidente, Víctor Hugo Olalla,
Universidad Central del Ecuador.

Mario Jaramillo,

Ministro de Educación y Cultura

Abelardo Posso,

Min. Relaciones Exteriores.

León Roldós, Universidad de Guayaquil.

Carlos María Ocampos, OEA

Consuelo Feraud, UNESCO.

Carlos Ayala, FENAPE.

Héctor Espín, UNP.

Tulio Muñoz, AER.

Asistente de Edición

Martha Rodríguez

Corrección de Estilo

Manuel Mesa

Magdalena Zambrano

Portada y contraportada

Miguel Betancourt

Impreso

Editorial QUIPUS - CIESPAL

Chasqui es una publicación de CIESPAL.

Apartado 17-01-584. Quito, Ecuador

Tel. 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 Chasqui. Se permite su reproducción, siempre y cuando se cite la fuente y se envíen dos ejemplares a Chasqui

NOTA A LOS LECTORES

“A gréguele un poquito más de glóbulos rojos” fue la sugerencia, casi orden, de un director al cronista policial de su diario. Y es que en medios donde la información no es un bien social, sino una mercancía, el tratamiento morboso y espectacular de la violencia degenera en un “periodismo de las morgues que lucra del morbo mortuorio”, pero que también incrementa lectores, *rating* y, consecuentemente, el ingreso por publicidad (los anunciantes no son inocentes en este negocio, fenómeno mediático que ha determinado que en algunos países, como Ecuador, los diarios y espacios televisivos sensacionalistas ocupen los primeros lugares en la preferencia del público). Este tipo de periodismo, a través de sus valores-noticia y su estilo, refuerza estereotipos machistas y racistas: es casi un delito ser mujer, joven u homosexual, mucho peor si, además, se es pobre, negro o indio.

Pero, ¿será que el público necesita de este periodismo para exorcizar, de alguna manera, su drama personal y familiar?, ¿será que el famoso “gusto del público”, argumento utilizado por algunos directores de medios, es aceptable para justificarlo? El “gusto del público” no es más que un artificio no válido, pues han sido los mismos medios los que han configurado ese gusto y, por eso mismo, se puede construir otro tipo de estética como ya lo han hecho algunos espacios y medios en nuestra región. En este sentido, el periodismo policiaco “debe -dice Rubem Fonseca- mostrar los diversos mecanismos a través de los cuales se muestra una sociedad que parece marchar hacia su desintegración. La corrupción administrativa, el tráfico de estupefacientes, la plutocracia, son los hilos que atrapan a la sociedad como en una tela de araña, y que hay que desenmascararlos”. Con **Crónica roja: espectáculo y negocio** esperamos fortalecer una práctica de periodismo judicial o de sucesos (lo de crónica roja es un convencionalismo discutible) que más que centrarse en los hechos (como espectáculo y negocio) se centre en los procesos que están detrás de la violencia y la corrupción, de una manera responsable y creativa.

Más que de divulgación o de popularización de la ciencia, algunos autores prefieren hablar de “alfabetización científica”, “entendimiento o conocimiento público de la ciencia” o “cultura científica”. En cualquier caso es evidente la importancia que la divulgación científica tiene actualmente, más aún si consideramos que ella tiene un atraso con respecto al avance científico y que hay un desfase entre la gente común y la comunidad científica. Ya Einstein destacó esa importancia: “... Si los conocimientos científicos se limitan a un pequeño grupo de hombres, se debilita la mentalidad filosófica de un pueblo, que camina así hacia su empobrecimiento espiritual”. Y aunque algunos científicos creen que no puede haber popularización de la ciencia sin menoscabo de lo sustancial, hay otros que no solo han creído que ello es posible, sino que lo han hecho de una manera brillante: el mismo Einstein, Adam Smith, Max Plank, Darwin, Julián Huxley... Con **Divulgación y divulgadores de la ciencia**, Chasqui retoma (ya lo hizo en su edición 55) este tema y, a propósito, rinde un homenaje a grandes divulgadores, lamentablemente ya fallecidos: Carl Sagan, además de divulgador, profundo crítico social; Isaac Asimov, creador de mundos y de una prolífica obra (cerca de 500 libros publicados); Jacques Cousteau explorador y “cineasta de TV” como a él le gustaba llamarse, y Aristides Bastidas, luz (aunque ciego los últimos años de su intensa vida) e impulsor del periodismo científico iberoamericano.

e fecha
Fernando Checa Montúfar
Editor