

# Chasqui

Revista Latinoamericana  
de Comunicación

No. 63 - SEPTIEMBRE 1998

**Director**

Asdrúbal de la Torre

**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.

Wladimiro Alvarez Grau,  
Ministro de Educación y Cultura

Paulina García de Larrea,  
Min. Relaciones Exteriores.

León Roldós, Universidad de Guayaquil.

Carlos María Ocampos, OEA

Consuelo Feraud, UNESCO.

Carlos Ayala, FENAPE.

Héctor Espín, UNP.

Lenin Andrade, AER.

**Asistente de Edición**

Martha Rodríguez

**Corrección de Estilo**

Manuel Mesa

Magdalena Zambrano

**Portada y contraportada**

Carole Lindberg

**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

http://www.comunica.org/chasqui

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

ISSN 13901079

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

Cuando Jorge Amado publicó *Gabriela*, alrededor de 800 mil ejemplares fueron vendidos. Años más tarde, la versión telenovelada de la *Rede O Globo* logró una audiencia de 20 millones, solo en Brasil. Cuando hace 6 años Antonio Skármeta inició su serie televisiva, *El show de los libros*, en *Televisión Nacional de Chile*, pocos creyeron que tendría éxito. Hoy, llega a millones de televidentes a través de grandes cadenas de la TV global. Estos hechos demuestran que lo cultural es atractivo para las audiencias y... muy rentable, cuando se lo hace con calidad. Sin embargo, hay factores de la actual sociedad de libre mercado que convierten estos hechos en excepciones. Uno de ellos es, según Susana Velleggia, la depauperización de los organismos públicos que ha generado dos modelos de gestión cultural: el tradicional ("custodio de la alta cultura") y el de modernización retrógrada (donde "el espectáculo es el centro de sus desvelos"), con sus correspondientes tipos de periodismo cultural. Para que la "cultura" tenga un espacio plural y adecuado, es preciso superar estas concepciones. Pero, también, es preciso trascender ese periodismo, ubicado entre "la alta cultura" y "el espectáculo", y entender que no solo debe atender a las manifestaciones de la cultura sino, también, según Manuel Calvo Hernando, producir un discurso de ella, tratar periodísticamente los procesos culturales: tanto los de la gran cultura, como los de la vida cotidiana. El **Periodismo Cultural** tiene futuro (incluso, réditos), pero hay que saber ganarlo.

Un diagnóstico de la cobertura de temas de salud, realizado por 13 universidades latinoamericanas en sendos países de la región, en 1997, estableció que prevalecen mensajes sobre la incompetencia médica, el malestar por los servicios de salud, tonos amenazantes y pesimistas (drogas y SIDA)... La tónica general es la de un periodismo denunciante, de la enfermedad y la muerte, y no un periodismo de la salud. Sin embargo, hay buenos augurios. Algunas universidades se están preocupando cada vez más por la dupla comunicación y salud. En las audiencias hay interés y demandas crecientes por este tema para mejorar su calidad de vida. Los organismos internacionales destinan un mayor presupuesto, dentro de sus proyectos de salud, a la comunicación: la AID, en todos sus proyectos, y el Banco Mundial, en el 80%. La empresa privada, y su "mercadotecnia social y de causas", ha incrementado 10 veces su presupuesto para este tipo de campañas, en una década. Al respecto, algunas experiencias, teorías y modelos presentamos en este *dossier*. Esperamos que su socialización potencie ese interés y contribuya a optimizar una práctica periodística y comunicacional que mejore la calidad de vida de la población, que no es lo mismo que solo prevenir su muerte. En definitiva, ir hacia una eficiente y frecuente **Comunicación en salud**. La preparación de este *dossier* tuvo la valiosa ayuda de Gloria Coe (OPS).

Mario Kaplún calificó de "fermental" a la nueva sección de *Chasqui: Contrapunto*. Y, poco a poco, este buen augurio se va haciendo realidad, gracias al "fermento" de la palabra y el pensamiento de algunos de nuestros colaboradores: Javier Darío Restrepo complementa algunos aspectos sobre ética, tema publicado en la *Chasqui 61*, y Eleazar Díaz Rangel "contrapuntea" criterios expuestos por Carlos Morales, sobre el nuevo periodismo, en la *Chasqui 62*. Ojalá este "fermento" se multiplique y diversifique.

  
Fernando Checa Montúfar  
Editor

## PERIODISMO CULTURAL



**E**l quehacer del Periodismo Cultural suele ubicarse, generalmente, entre la alta cultura y el espectáculo. Es preciso ir más allá, hacia un tratamiento plural de los procesos culturales. Con calidad crecen los espacios, las audiencias... y los réditos.

- 4 La gestión cultural ante los nuevos desafíos  
*Susana Velleggia*
- 8 Periodismo y cultura  
*Rodrigo Villacís*
- 11 Periodismo cultural, conceptos y problemas  
*Manuel Calvo Hernando*
- 14 El impacto cultural de la radio  
*Ricardo M. Haya*
- 17 Suplementos culturales y rentabilidad  
*Manuel Bermúdez*

20 ¿Terminó la guerra entre literatura y televisión?  
*Martha Cecilia Ruiz*

23 La cultura alcanza la primera plana  
*Carlos Morales*

## COMUNICACION EN SALUD

**U**na cosa es trabajar la comunicación solo para prevenir la enfermedad o la muerte y otra, muy distinta e imprescindible, es hacerlo para mejorar la calidad de vida de la población. Aquí algunas experiencias, teorías y modelos que potencien aquello y permitan una eficiente y frecuente Comunicación en Salud.

26 Comunicación y promoción de la salud  
*Gloria A. Coe*

48 Comunicación, salud y poder  
*Carlos Wilson de Andrade*  
*José Stalin Pedrosa*

30 Información, salud y ciudadanía  
*Bernardo Kucinski*

52 Medios y prevención de la violencia  
*Devi Ramírez Díaz*

34 Conductismo: ¿hacia dónde nos llevó?  
*Elizabeth Fox*  
*Gloria Coe*

53 Mercadotecnia social y de causas  
*Julie A. Garrett,*  
*Lisa S. Rochlin,*  
*Gloria Coe*

40 Comunicación y salud pública  
*Isaac Epstein*

44 Salud: buen negocio para los medios  
*Jennie Vásquez-Solís*

57 Internet: comunicación para el cambio  
*Warren Feek*



## CONTRAPUNTO

**N**uevos "fermentos" en esta sección, que complementan y contrapuntean artículos de las dos últimas ediciones.

58 Etica y técnica, como el zumbido y el moscardón  
*Javier Darío Restrepo*

62 Innovaciones en la noticia  
*Eleazar Díaz Rangel*

## APUNTES



76 Comunicación pública de la ciencia

78 Juegos electrónicos: un desafío a los valores  
*Gregorio Iriarte O.M.I.*

65 El humor en Freud y la publicidad  
*Talvani Lange*

69 ¿El público perjudica a la publicidad?  
*Esteban Perroni*

73 Periodistas científicos, profesionales especializados  
*Argelia Ferrer Escalona*

## MUNDO CIENTIFICO

LA RECHERCHE

№ 202 - Septiembre 1988 - 670 Ptas.



## ENTREVISTA

80 Diseño gráfico cubano: confesiones de uno de los siete maestros  
*Joaquín G. Santana*

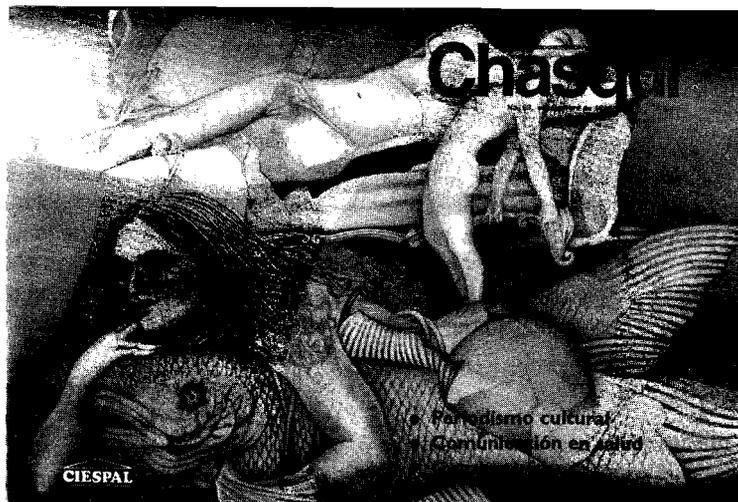


85 NOTICIAS

87 ACTIVIDADES DE  
CIESPAL

RESEÑAS

88 Revistas Iberoamericanas de Comunicación  
*Daniel E. Jones*



## PORTADA Y CONTRAPORTADA

CAROLE LINDBERG

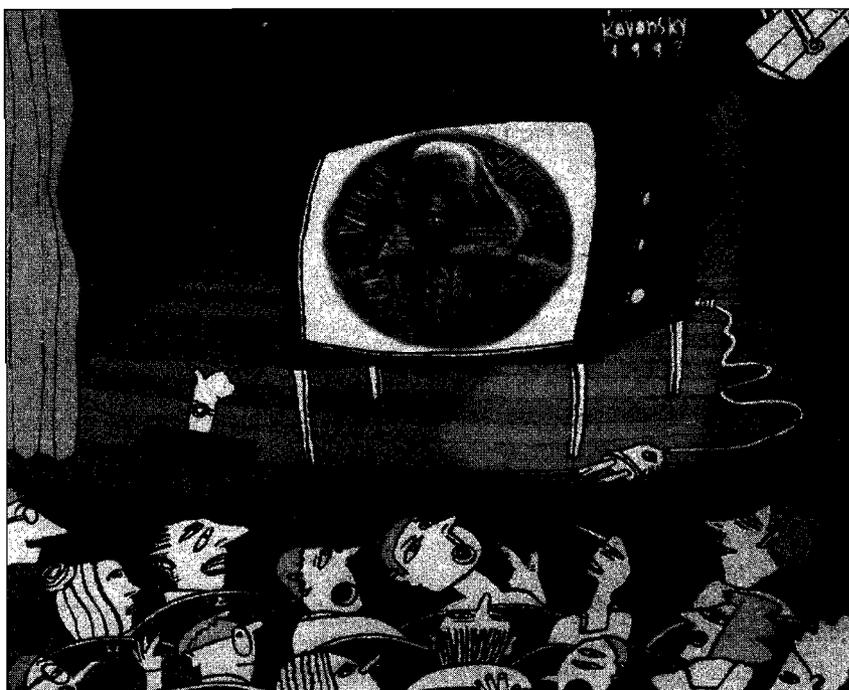
"SIRENAS", 1993

Técnica mixta sobre papel.

56 x 76.5

# PERIODISMO Y CULTURA

*Hay innumerables definiciones de cultura, desde la más general -la antropológica que abarca todo lo que hace el hombre y no es naturaleza- hasta una algo más restringida -que nos remite a la raíz latina cultus (cultivo del espíritu)-. Según el autor, esta última es el ámbito propio del periodismo cultural, y en torno a él puntualiza algunos aspectos y describe los niveles o géneros que lo hacen posible.*



La Nación - Argentina

**L**a cultura es una de las áreas de interés del periodismo. Pero el espacio que se le concede en los medios está, paradójicamente, en proporción inversa a la extensión que cubre este concepto, el cual tiene dos enfoques diversos. Uno de carácter antropológico, muy general, tanto que abarca todo lo que no es naturaleza; o sea, todo lo que hace el hombre, en todos los campos. Y otro restringido, relacionado con el cultivo del espíritu (la voz cultura viene del latín *cultus*, acción de cultivar o practicar algo) y dentro de cuyos límites -en términos operativos- cabe lo relacionado con la estética. Este es el campo propio del periodista cultural.

**RODRIGO VILLACÍS**, ecuatoriano. Escritor y periodista, columnista del diario *Hoy* y de la revista *Diners* de Quito.

## Las concepciones de cultura

La concepción antropológica de la palabra cultura se refiere al estilo de vida de los grupos humanos; cómo solucionan, de manera comunitaria, los problemas que les plantea la existencia. En otras palabras: "las estrategias particulares de adaptación, destinadas a explotar su hábitat, para asegurar la supervivencia del grupo".

La cultura, en su sentido antropológico, es un proceso en espiral que obedece a la dinámica del reto y la respuesta, como lo señalara Toynbee: el hombre comenzó construyendo una balsa para remontar la corriente de un río, y con el transcurso del tiempo, conforme se incrementaban sus necesidades -porque cada avance crea nuevas exigencias- fue inventando otros medios de transporte

hasta llegar a los que tenemos ahora, los grandes buques y los jets. Y así en todos los demás órdenes. Eso es el progreso.

En el arte, en cambio, no hay progreso. Todo lo que se crea en la música, en la literatura, en la danza, en la plástica, etc., es diferente pero no mejor que la obra de los antepasados: un cuadro de Picasso no es mejor que las pinturas de las cuevas de Altamira; un torso en mármol de Jesús Cobo no es mejor que las figuras de la cultura Chorrera, como García Márquez no es mejor que Cervantes, ni Cortázar mejor que Góngora o Quevedo.

En resumen, la cultura, en términos generales, responde a dos impulsos humanos: 1. el impulso de dominio de la naturaleza, que le condujo al hombre a las actividades materiales, agricultura, mine-

ría, caza... De donde, a su vez, salen los oficios, la industria, el comercio y las demás actividades productivas para la supervivencia y comodidad de la especie; y, 2. el impulso de trascendencia; esto es, el que nos hace salir de nosotros mismos para ir hacia el otro. Impulso generador de los valores intangibles, de la religión y del arte. De ahí derivan las dos vertientes de lo que es cultura. Vertientes que no tienen por qué oponerse, pero que es menester distinguir.

Para algunos esa distinción es elitista, porque favorecería a una minoría social. La verdad es que la cultura como la más refinada expresión del quehacer humano, como cultivo del espíritu, siempre ha sido y será elitista. Pero es un elitismo *sui géneris*, en ningún caso excluyente. Está abierto a todos, aunque siempre son pocos los que optan por la práctica o el disfrute habitual de las manifestaciones artísticas. "El acceso a esta élite -afirmaba Hauser- no está cerrado, pero tampoco se abre sin más..."

Es cierto que las condiciones sociales, de ciertos grupos marginados, constituye un obstáculo para acceder a tales manifestaciones, pero no es una barrera invencible. Hay numerosos casos que lo demuestran. Yo mismo he entrevistado a personas de origen muy humilde, cuya situación parecía relegarlos a condiciones muy alejadas del arte, que sin embargo no solo pudieron aproximarse a la pintura, a la música, a la literatura, sino que han llegado a ocupar un lugar importante en ese espacio. Uno de ellos me decía que la música le permitió descubrir que "la verdadera aristocracia es el arte".

### El periodista cultural

Estos son los conceptos básicos que debe entender el periodista cultural. Lo demás, si queremos trazar un perfil de este profesional, comprende el más amplio abanico posible de conocimientos, con énfasis, desde luego, y para ser consecuentes con lo que acabamos de señalar, en las artes; entre las cuales deberá escoger, pa-

ra especializarse, la o las que estén más al alcance de sus inclinaciones o dotes. Su formación dependerá de sus lecturas, de sus conversaciones con la gente versada, de sus viajes de observación, de su práctica en el oficio.

Otro aspecto del perfil del periodista cultural es su excelencia en el manejo del idioma. En la sala de redacción es el hombre de consulta en la materia, y sus textos deben ser impecables. Porque un error idiomático, que en cualquier caso es reprochable, en un periodista cultural es imperdonable y lo descalifica.

Sin embargo, hay que decir que nadie domina la lengua, ni los más conspicuos profesores. Pero, como se ha dicho, están para salvarnos, amén de san Diccionario, unos ángeles de la guarda que se llaman "prontuarios de dudas", unos serafines que responden al nombre de "manuales de conjugación", y un arcángel protector conocido como *Diccionario de Uso del Español*, de María Moliner. De ella dijo García Márquez que la veía co-

mo una señora que, sin saberlo, había trabajado gran parte de su vida para él.

En los grandes periódicos del mundo los periodistas culturales tienen un nivel académico muy elevado, y su influencia en el ambiente es, así mismo, muy alta. Algunos tienen un Ph.D. en plástica, en literatura, en artes escénicas, etc. Lo cual es bueno saber para humildecernos. Porque en nuestro medio se nos suben mucho los humos. Y acceder al "licenciado" que maneja la página cultural, a veces se le hace al artista que no ha alcanzado la fama, un imposible absoluto, y tiene que ver con angustia y resentimiento cómo se ignora en la prensa cualquier mención a su obra.

### La dictadura del "gran público"

Y lo peor es que últimamente se ha desarrollado en la prensa una política que le resta presencia a la cultura. Los medios califican las manifestaciones artísticas por la cantidad de público que atraen. Si este es escaso, la exposición, el libro, el concierto no interesan. Por eso ocupan grandes espacios unos rockeros que llenaron la víspera el Agora de la Casa de la Cultura, y no asoma por ninguna parte la presentación del libro de un nuevo poeta, aunque sea realmente un poeta.

El director del diario *Hoy*, Benjamín Ortiz, me decía en una entrevista relativamente reciente: "Ocurre que la economía de mercado está marcando el paso, y en este sentido los medios dirigen la atención a aquello que le interesa al gran público. Y ese público tiene interés por lo cultural solo cuando hay verdaderos acontecimientos culturales. Antes se convertía en el 'gran tema' lo que de hecho solo interesaba a grupos reducidos, se sobrevaloraban ciertas cosas, como libros sin lectores y exposiciones sin creatividad, por ejemplo". Me pareció alarmante. Porque yo creo que no se puede calificar una obra o un hecho cultural cuantificando el público.

Sin embargo, el diario donde yo trabajo admite al



Para el artista que no ha alcanzado la fama, acceder al "licenciado" que maneja la página cultural, en nuestro medio, es casi imposible.

menos un editorial por semana de carácter cultural. Tema que en otros medios suele ser subestimado en las páginas editoriales, reservadas casi exclusivamente a la cosa política y económica.

Otro punto negativo es el escaso interés de las diferentes facultades o escuelas de periodismo que hoy existen, por la enseñanza del periodismo cultural. Personalmente yo renuncié a la cátedra cuando en el pensum se cambió esta asignatura por un extraño híbrido denominado algo así como "Aproximación al periodismo de investigación, deportivo y cultural". Y aquí debo dar crédito al Colegio de Periodistas de Pichincha (Ecuador), que el año pasado organizó, con el apoyo del BID, un seminario de Periodismo Cultural, y acaba de editar un manual con el material recogido en ese curso.

### Niveles del periodismo cultural

Como se registra en ese libro, hay diversos niveles de periodismo cultural, desde la noticia, la mera información, el hecho de dar cuenta de lo que ocurre en ese ámbito, hasta la crítica erudita de una obra de arte, pasando por la reseña y el comentario ligero, la crónica, el reportaje y la entrevista a los protagonistas de los hechos culturales que se suceden a diario.

Pero lo que quiera que hagamos en el campo del periodismo cultural, conlle-

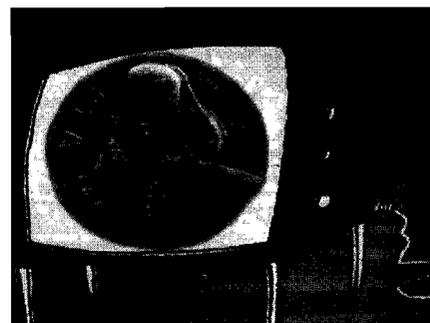
va una enorme responsabilidad. Una exposición, una conferencia, un estreno, la presentación de un libro, cuando son ignoradas por los medios simplemente no tienen público, salvo el que va gracias a las invitaciones personales. Cuando una obra cae en el vacío porque nunca aparece por lo menos una reseña, su circulación bordeará el cero absoluto. Cuando una puesta en escena no merece un comentario, una crónica, desanima a los actores. Desafortunadamente muchas veces hay que tener "padrinos" para acceder a los medios.

La entrevista es un nivel que exige una categoría especial del sujeto en el periodismo cultural. Porque en el periodismo político, como en el periodismo deportivo, cualquiera es bueno para salir del paso, como vemos todos los días. En el periodismo cultural, por obvias razones, el asunto es más exigente. Generalmente es el creador, el hombre de letras, el artista el requerido para una entrevista. Por tanto, el entrevistador tiene que estar a la altura del entrevistado, y eso le exige una puesta al día permanente, amén de una preparación específica en cada caso.

El reportaje por definición es una historia contada en términos periodísticos. De tal manera que es un género que exige, casi, casi, un argumento. La abstracción geométrica en el Ecuador, por ejemplo, podría ser objeto de un reportaje de carácter cultural, en el cual se hablara de la aventura que fue el hecho de penetrar con un nuevo concepto de la plástica en un medio tan cerrado como era, en su momento, el Ecuador.

Pero el género más exigente es la crítica. En la práctica debería ejercerla quien haya practicado previamente en los otros niveles, porque eso le da un conocimiento insustituible de esa temática y de sus protagonistas. Y lo ideal es que si se especializa en pintura, por ejemplo, no sea ni un pintor de éxito ni un pintor fracasado, pero sí alguien que de alguna manera esté relacionado con ese arte, que lo sienta y que tenga empatía con los pintores. Y si se especializa en las artes de la representación, que conozca por sus propias vivencias ese espacio mágico que es el escenario, etc.

La crítica es un ejercicio de observación, reflexión y opinión, en el que intervienen: 1. la intuición, como una capacidad innata de apreciación (comparable a



la que tiene el catador de vinos, gracias a la condición especial de su paladar), 2. el conocimiento o erudición; y, 3. la honestidad, en términos de ética profesional. Lo ideal sería que estos tres componentes indispensables formen un triángulo equilátero. Pero eso es imposible, porque unos críticos tienen más intuición que sabiduría y otros, al contrario. Lo que no admite ese "más o menos" es la ética, valor absoluto que está en la base del triángulo.

La intuición es un don natural; hay quienes saben de inmediato, con toda certeza, si el pintor que hizo el cuadro que tienen ante sí es solo un pintor o es un artista; esto es, si está o no conectado con los dioses. Pero esa intuición debe ser avalada por el conocimiento que se adquiere por medio de un largo y paciente aprendizaje. Conocimiento que sirve, en cambio, de muy poco si el crítico carece de la misteriosa e insustituible intuición.

Los eruditos químicamente puros son esos críticos armados de un arsenal de datos sobre la historia y la teoría del arte, que producen unos textos adoquinados de palabras difíciles y de frases rebuscadas, tras de las cuales esconden su inseguridad.

Por último, por más intuitivo y por más sabio que sea un crítico, si no actúa con ética, si carece de honestidad, que, como decía, es la base del triángulo, este no podrá sustentarse y se desplomará.

Todo lo dicho se podría resumir en una frase: el periodismo cultural debería acercar el arte al público, y viceversa; o sea, acercar el público al arte y, en general, a todas las manifestaciones culturales. ●

**T**odo lo dicho se podría resumir en una frase: el periodismo cultural debería acercar el arte al público, y viceversa; o sea, acercar el público al arte y, en general, a todas las manifestaciones culturales.