

# 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 contraponen 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 Nº 202 - Septiembre 1988 - 675 Ptas.



## ENTREVISTA

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

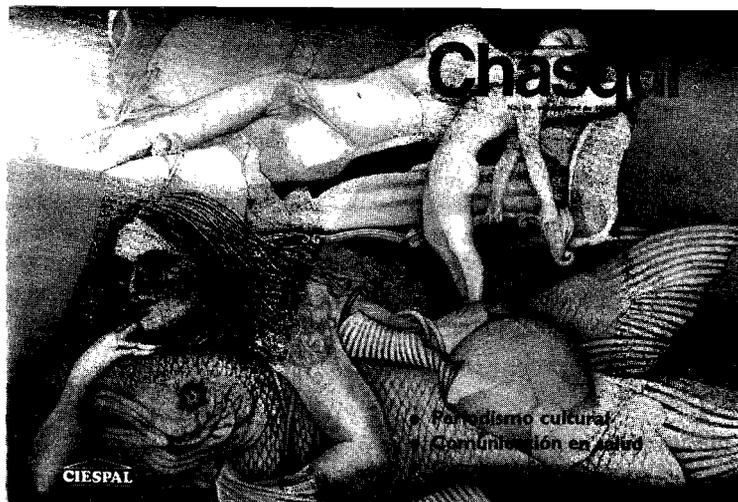


85 NOTICIAS

87 ACTIVIDADES DE  
CIESPAL

RESEÑAS

88 Revistas Iberoamericanas de Comunicación  
Daniel E. Jones



## PORTADA Y CONTRAPORTADA

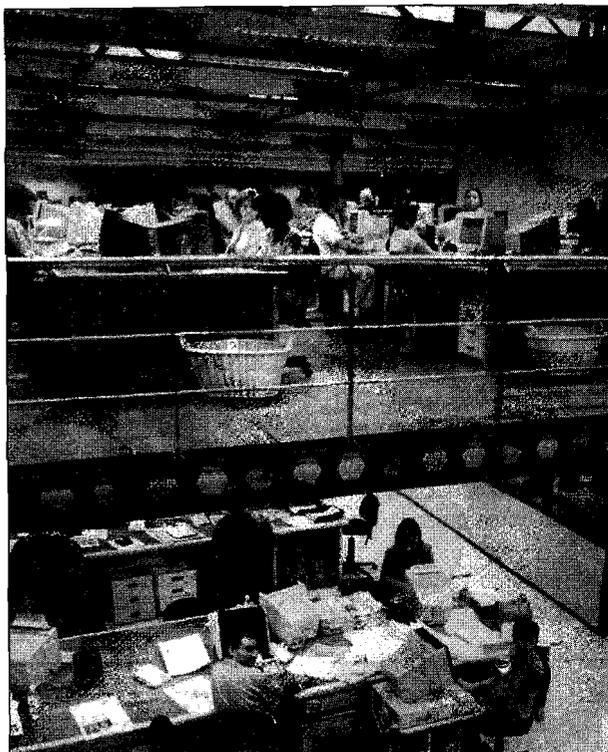
CAROLE LINDBERG

"SIRENAS", 1993

Técnica mixta sobre papel.

56 x 76.5

# Innovaciones en la noticia



Calpe, 80, España

*En la Chasqui 62, Carlos Morales escribió un artículo crítico ("Plan para desactivar cerebros") del estilo periodístico que está utilizando un diario de Costa Rica, La Nación, que rompe los moldes tradicionales de estructura en la redacción de noticias. Eleazar Díaz rebate lo expuesto por aquel, presentando una breve reseña histórica de cómo ha evolucionado el estilo noticioso hasta llegar a lo que se ha denominado "nuevo periodismo", más atractivo -dice- y que no tiene "por qué descerebrarnos".*

**E**n el párrafo introductorio del artículo de Carlos Morales se lee: "Con el argumento de procurar 'un estilo más literario', que termina con los casi cien años de la 'pirámide invertida', el diario *La Nación*, de Costa Rica, ha introducido un nuevo estilo para el tratamiento periodís-

tico, una nueva forma de leer la realidad. Este estilo es cuestionado acremente por el autor de este artículo, quien advierte el peligro de 'descerebramiento' de los lectores por acercarse a informaciones cuyo tratamiento las hace insustanciales y subjetivas. Más grave aún en un diario que es el más influyente de ese país".

En el último párrafo, el autor remata

así su cuestionamiento: "He revisado la prensa de otras latitudes y confirmo que el hallazgo es completamente local. Me da miedo que no sea la simple ocurrencia de algún periodista bisoño, que, por tratarse del diario más serio, pueda ser algo más planeado, más científico y que, en menos que el doctor Debayle sutura y trepana, quedemos todos descerebrados".

Naturalmente, no quedé conforme con la lectura del artículo y los ejemplos que ofrece, sino que hice un esfuerzo por leer los fragmentos de las noticias que reproducen. Y quien ahora no sale de su asombro soy yo. Lo que hacen los periodistas de *La Nación* se está haciendo desde hace años en otros diarios, incluso aquí en Venezuela. Nace en los años 70, se le llamó "nuevo periodismo", y las primeras experiencias fueron recogidas por Tom Wolfe en un libro titulado *El nuevo periodismo*.

## Evolución estructural de la noticia

La estructura de la noticia ha tenido cambios de significación. Originalmente se escribió en forma cronológica, en épocas en que los lectores tenían tiempo suficiente de leerla toda para saber qué había ocurrido. Todavía a comienzos de siglo en la prensa latinoamericana se escribía en esa forma. Cualquier investigación que permita asomarse a las páginas de los más importantes diarios de la región permitirá observar que no existía lo que desde hace un siglo se emplea en la prensa norteamericana, que se dio en llamar "pirámide invertida", y que Morales explica: "...la redacción periodística se caracteriza por un lenguaje muy austero y preciso, sin subjetividad y estructurado en forma decreciente: de los hechos más importantes a los menos importantes, los cuales deben ser escogidos según un criterio técnico que denominamos 'valores objetivos de la noticia'".

**ELEAZAR DÍAZ RANGEL**, venezolano. Periodista, director de la revista *Tribuna* y profesor de la Universidad Central de Venezuela. E-mail: diaze@camelot.rect.ucv.ve

Naturalmente, en la escogencia de los hechos, en su valoración y jerarquización, por muy técnicos que sean los criterios, entrará siempre una cuota de subjetividad. Precisamente, por esa circunstancia vemos cómo un mismo hecho noticioso puede ser presentado en formas distintas en dos o tres diarios igualmente distintos.

Fue en Estados Unidos, a mitad del siglo XIX, cuando se produjo una gran transformación de la prensa, expresión a su vez de los cambios habidos en la sociedad, de su industrialización y la aparición de algunos inventos e innovaciones como el telégrafo (1840), la prensa rotativa (1846), el cable submarino (1850), la expansión del ferrocarril (1828-50), la linotipia (1886) y la perfección del fotograbado (1897). Si a tales procesos le añadimos el aumento de la población, el descenso del analfabetismo, el desarrollo del correo, etc., se explican los cambios en la prensa. Se abarataron sus precios, aumentó su circulación y pasó a convertirse en un *mass media*. Producirlo costaba mucho más, pero el desarrollo del capitalismo vino en su auxilio, y además de sus ingresos por la venta al pégón, obtuvo los que en el futuro serían los más importantes, generados por la publicidad.

Como los lectores se habían masificado, la mayoría de ellos tenía menos tiempo para ver el periódico, eran trabajadores; hubo necesidad de introducir cambios en la presentación del periódico, en su titulación y en el diseño, así como en la extensión de las noticias, y después, en su estructura.

La guerra de secesión en Estados Unidos fue el escenario para otro cambio importante. A menudo se interrumpían las comunicaciones por telégrafo, y la información se cortaba sin que llegara lo más importante, como, por ejemplo, el desenlace de una batalla. Fueron los corresponsales de la *Associated Press* quienes primero recibieron instrucciones de que enviaran lo más noticioso en el primer párrafo, y luego desarrollaran, en orden decreciente, el resto de la noticia. *The New York Times* habría publicado la primera noticia con "pirámide invertida" en 1861: "Charleston, 12 de abril. Comenzó el baile. La guerra ha principiado. Las baterías de la isla Sullivan, de la isla Morris y de otros puntos, abrieron fuego contra el fuerte Sumter esta mañana, a las 4. El Fuerte devolvió el fuego y desde

entonces se ha sostenido un nutrido cañoneo".

Lo demás ha sido su expansión. Hasta donde sé, la "pirámide invertida" comienza a usarse en el periodismo latinoamericano después de la Segunda Guerra Mundial, cuando las agencias norteamericanas informativas, *UP* y *AP*, llegan y desplazan a la francesa *Havas*, y se consolida con la fundación de las primeras escuelas de periodismo en los años 30. Pero durante varios años coexistieron esta nueva forma, que se expandía lentamente, y la cronológica, en vías de desaparecer. A propósito, precisar su origen en cada país, es una interesante investigación, que yo apenas he intentado en Venezuela, donde la "pirámide invertida" empieza a utilizarse con la Segunda Guerra Mundial.

### Un nuevo estilo de noticia

A mediados de la década de los años 50, en el periodismo norteamericano se observan las primeras críticas a la "pirámide invertida". En 1954, Turner Catledge, jefe de Redacción de *The New York Times*, hizo colocar este aviso en la Redacción: "Creemos que ya no es necesario, y que tal vez nunca lo fue, incluir en un solo párrafo u oración las seis preguntas tradicionales".

A partir de ese momento, es de suponer, comenzó una búsqueda de nuevas formas de escribir y estructurar la noticia. Sin embargo, tales innovaciones irrumpen por la puerta grande del reportaje y de las entrevistas. Fueron pioneros Norman Mailer, Gay Talese, Jimmy Bresley, el mismo Wolfe, que después, creo que todos se hicieron novelistas.

Pero no pasó mucho tiempo sin que se vieran los primeros esfuerzos de inventar una nueva manera de escribir el más elemental de los géneros periodísticos: la noticia. Algunos periodistas, e incluso, algunos periódicos, desafiaron las rígidas y centenarias normas de la "pirámide invertida", y en número creciente ofrecen la noticia dentro de un estilo distinto, con una estructura más flexible y variable, un lenguaje más atractivo, de suerte que se observa una mayor participación personal del periodista.

Diarios como *El País*, de España, la considera "conveniente, pero no obligatoria", y el libro de estilo de *La Nación*, de Buenos Aires, reconoce que ha perdido fuerza. El caso es que en muchos periódico-

cos subsisten ambas formas, pues para muchas noticias, breves, con escasos datos, siempre es preferible la "pirámide invertida".

En Venezuela se encuentran estas formas nuevas de redactar noticias desde hace unos 20 años. El 27 de noviembre de 1979, un funcionario de la Comisión Investigadora contra el Enriquecimiento Ilícito (CIEI) llevó a las oficinas del expresidente Carlos Andrés Pérez un sobre contentivo de un cuestionario sobre un escandaloso caso de corrupción. El título del diario *El Nacional* al día siguiente, a 8 columnas, fue: "Cuestionario sobre el Sierra Nevada - Entregó la CIEI al expresidente Pérez".

El reportero José Emilio Castellanos echó a un lado las rígidas normas del *lead*, y escribió este primer párrafo: "¿Qué está pasando aquí?", preguntó con las manos en alto, sonriendo e irrumpiendo fugazmente, el expresidente Carlos Andrés Pérez, en el *penthouse* de la Torre Las Delicias, al ser abordado por los periodistas en momentos en que tomaba el ascensor para descender, mientras, al mismo tiempo, en otro ascensor subía el

**P**ero en muchos diarios, incluidos latinoamericanos, al lado de noticias estructuradas con la centenaria pirámide, es posible encontrar otras que ya no responden a las clásicas preguntas en el primer párrafo, y ofrecen otra escritura necesariamente más atractiva para asegurar que el lector no la abandone hasta el final. ¿Por qué va a descerebrarnos?



Cappellera 76, España

Secretario de la CIEI, Baudilio Crespo, para entregarle el cuestionario sobre el caso Sierra Nevada, que deberá responder en 72 horas". Como pueden leer, allí no hay nada que se parezca a un *lead*.

Veamos otro ejemplo, relacionado con el mismo caso, pero procesado en *El Diario de Caracas*. Pérez convocó a una rueda de prensa para informar sobre sus respuestas al cuestionario y de un reciente viaje a Ecuador. En la prensa del día siguiente, los primeros párrafos de la noticia recogieron lo que cada reportero consideró el aspecto más noticioso de las declaraciones, pero Elizabeth Baralt quiso ser distinta, ajustada al estilo de su periódico:

"Desde tempranas horas de la mañana de ayer hubo actividad en el *penthouse* de La Torre Las Delicias. Se presentaba como un día de suma importancia: el expresidente Carlos Andrés Pérez enviaría sus respuestas a la CIEI. La secretaria del despacho pasaba en limpio la contestación de Pérez. Cuando el reloj marcaba las 11:10 de la mañana, escribía la respuesta número 92. José Manzo González no podía precisar si el documento sería recogido por un emisario de la CIEI. Más de 10 periodistas aguardaban por la anunciada rueda de prensa del exmandatario. Corrían los minutos. El cuestionario ya estaba pasado en su totalidad:

102 preguntas con las respectivas argumentaciones de quien fuera el Presidente de Venezuela hasta el pasado 12 de marzo".

Fue en el segundo párrafo donde comenzó a soltar algo de lo que dijo: "Era más de la una de la tarde cuando Carlos Andrés Pérez se sentó al lado de los periodistas. Sonriente, ratificó que había contestado el cuestionario en el cual encontró 50 preguntas repetidas. 'Me siento complacido. No temo absolutamente a que surja un problema, pero me preocupa que pueda estarse creando una situación que lesione la institución presidencial y la Contraloría'".

De otro reportero, Fabricio Ojeda, años después leímos en una de mis clases de Periodismo, una información suya sobre el atraco a un banco, de donde se llevaron millones de bolívares. El comenzó a narrar cómo esa mañana estaban unos obreros reparando unas líneas telefónicas, frente al banco, pero en realidad, eran miembros de la banda que minutos después lo asaltaron.

#### ¿Por qué va a descerebrarnos?

Naturalmente, esta estructura noticiosa obliga al lector a leerla íntegra para enterarse de lo ocurrido, a diferencia de la pirámide que reúne en su primer párrafo o *lead*, lo esencial. Retener la atención

del lector exige en este caso, naturalmente, un esfuerzo mayor en la escritura, alguna pizca de imaginación y más creatividad, que, supongo, es lo que están haciendo los reporteros de *La Nación* de Costa Rica.

Cuando enseñaba Periodismo en la Universidad Central de Venezuela, les hablaba a mis alumnos de cómo ha evolucionado la noticia, desde su forma original, cronológica, pasando por la "pirámide invertida", hasta, en años recientes, llegar a esta que por comodidad llamaremos de "nuevo periodismo". Las dos primeras coexistieron muchos años en la prensa europea. En la de los países del Sur de América, a donde llegó más tarde -que a Cuba y a México-, por ejemplo, la influencia del diarismo norteamericano, coexistieron durante mucho más tiempo. Las agencias noticiosas internacionales fueron determinantes en la expansión de la "pirámide invertida", que hoy sigue siendo la estructura que más utilizan.

Pero en muchos diarios, incluidos latinoamericanos, al lado de noticias estructuradas con la centenaria pirámide, es posible encontrar otras que ya no responden a las clásicas preguntas en el primer párrafo, y ofrecen otra escritura necesariamente más atractiva para asegurar que el lector no la abandone hasta el final. ¿Por qué va a descerebrarnos? ●