

Nº 72 Diciembre 2000

Director

Edgar Jaramillo

Editor

Luis Eladio Proaño

Consejo Editorial

Washington Bonilla	Nelson Dávila
Lolo Echeverría	Héctor Espín
Luis Espinosa	Guadalupe Fierro
Florha Proaño	Francisco Vivanco

Consejo de Administración de CIESPAL

Presidente, Víctor Hugo Olalla,
Universidad Central del Ecuador
Paulina García de Larrea,
Ministerio de Relaciones Exteriores
Gabriel Pazmiño,
Ministerio de Educación y Cultura
Juan Centurión,

Universidad de Guayaquil
Carlos María Ocampos, OEA
Consuelo Feraud, UNESCO
Luis Espinosa, FENAPE
Florha Proaño, UNP
Washington Bonilla, AER

Asistente de Edición

Jorge Aguirre

Corrección de Texto

Manuel Mesa

Portada y diagramación

Mateo Paredes

jmparedes@andinanet.net

Impresión

Editorial QUIPUS – CIESPAL

Chasqui es una publicación de CIESPAL

Apartado 17-01-584

Quito – Ecuador

Tel.: (593-2) 506149 – 544624

Fax (593-2) 502487

e-mail: chasqui@ciespal.org.ec

web: www.comunica.org/chasqui

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

ISSN 13901079

La colaboraciones y artículos firmados son responsabilidad exclusiva de sus autores y no expresan la opinión de CIESPAL.

Todos los derechos reservados.

Prohibida la reproducción total o parcial del contenido, sin autorización previa de Chasqui.

Carta a nuestros lectores

Se ha dicho insistentemente que las Escuelas y Facultades de Comunicación se oponen, por inercia o comodidad, a los cambios fundamentales que exigen las nuevas tecnologías y la globalización respecto a los contenidos de las materias que en esos centros se imparten. Miquel de Moragas Spá, investigador y profesor de la Universidad Autónoma de Barcelona, escribe sobre la necesidad y la dirección de ese cambio ineludible.

Javier Ronda Iglesias, de la Universidad de Sevilla, reflexiona en el artículo de opinión sobre el interrogante que todo periodista se plantea en algún momento de su vida profesional: ¿cuándo se debe escribir y cuándo se debe callar?, es decir, ¿existen oportunidades en las que el periodista no debe informar sobre las noticias que obtiene?

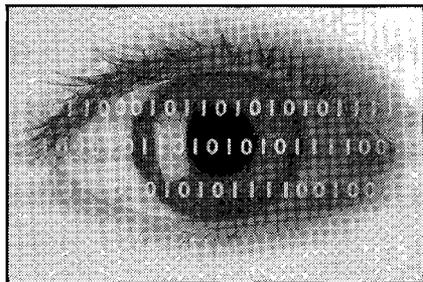
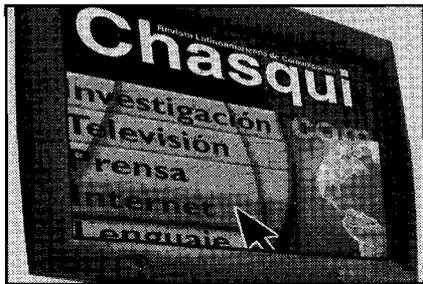
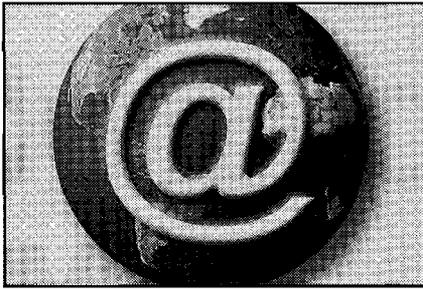
En un análisis diferente al de Enrique Maza y más ceñido a la teoría de la comunicación y la opinión pública, Irving Berlín Villafaña, de la Universidad Autónoma de Yucatán, descubre las interioridades de la campaña electoral que llevó a la Presidencia de México a Vicente Fox, poniendo fin a un predominio político de más de 70 años del Partido Revolucionario Institucionalista (PRI).

El colombiano Orlando Gómez León, aprovecha una interesante experiencia desarrollada por la televisión ecuatoriana para tratar de desentrañar la vieja cuestión de si la pantalla chica o "caja de tontos", como algunos la conocen, constituye en realidad un cementerio de la cultura.

Y respecto también a la televisión, el español Ángel Cortés Lahera desarrolla para Chasqui lo que está ocurriendo con ella, la programación que utiliza, los "talk-show" y los "reality soap" que ocupan espacios preferentes y nos anticipa cómo será la televisión del futuro, en especial de latinoamérica.

Los problemas de los derechos humanos en el Perú, durante la administración de Alberto Fujimori, desde la óptica de varios periódicos de Lima y una aproximación a los problemas éticos que plantea la autopista de información de Internet, son, entre otros, algunos de los temas que desarrolla la presente edición.

CHASQUI



PORTADA

- 4 LAS FACULTADES DE COMUNICACIÓN EN EL UMBRAL DE LA ERA INTERNET**
Miquel de Moragas Spá

OPINIÓN

- 12 LO QUE SE QUIERE CONTAR NO SIEMPRE ES LO QUE SE DEBE CONTAR**
Javier Ronda Iglesias

ENSAYOS

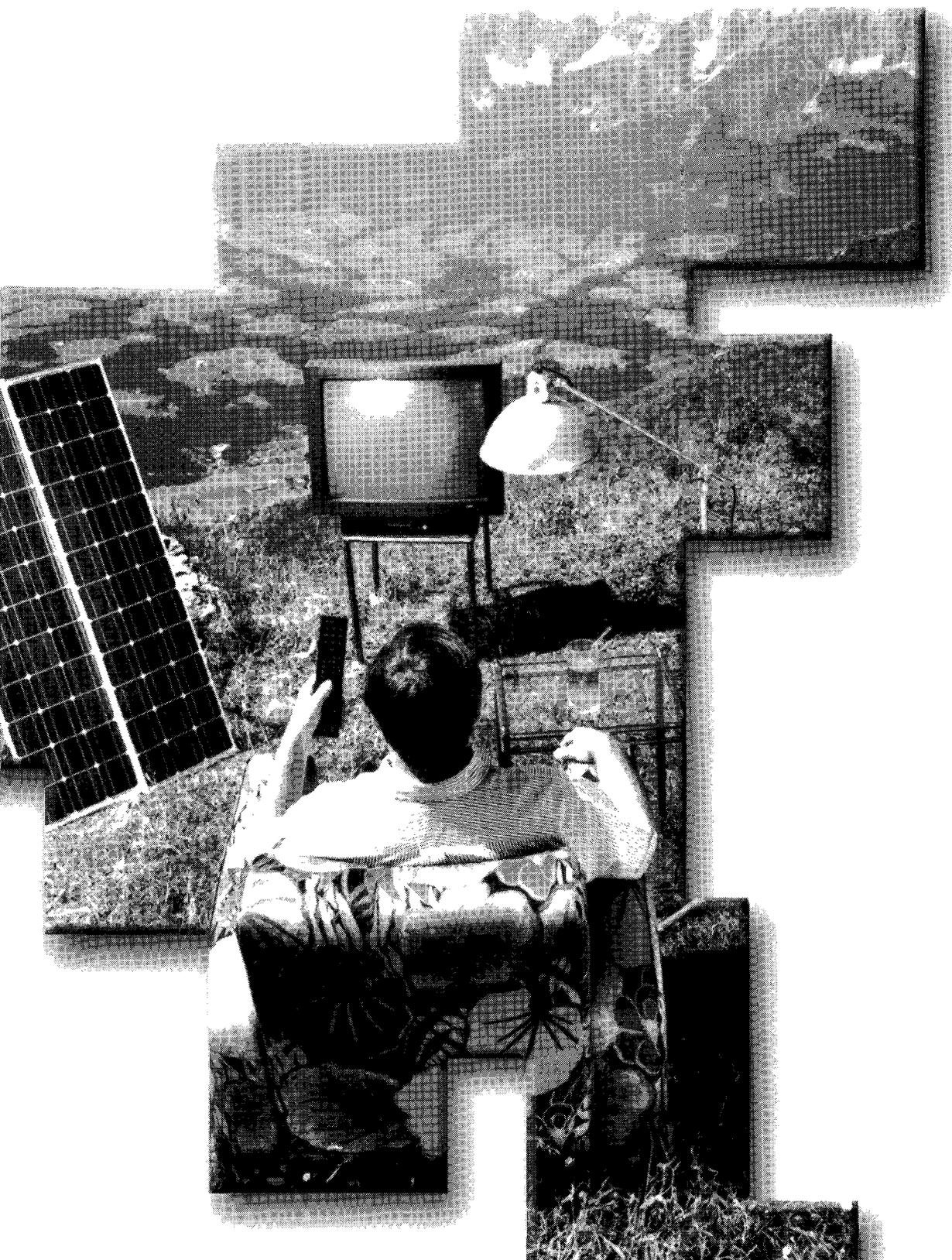
- COMUNICACIÓN POLÍTICA*
- 14 MÉXICO: LA SEDUCCIÓN ELECTORAL**
Irving Berlín Villafaña
- TELEVISIÓN*
- 22 ¿ES LA TELEVISIÓN EL DESIERTO DE LA CULTURA?**
Orlando Gómez León
- 28 TELEVISIÓN DE HOY, TELEVISIÓN DE MAÑANA**
José Ángel Cortés Lahera
- PRENSA*
- 34 FUJIMORI: DERECHOS HUMANOS Y PRENSA**
Jorge Acevedo Rojas
- INFORMÁTICA*
- 38 LA ÉTICA EN INTERNET**
Issa Luna Pla
- 46 LA CIBERNÉTICA Y LOS PELIGROS DE LA PRIVACIDAD**
Jorge Aguirre Charvet
- LENGUAJE*
- 52 ERRORES COMUNES EN EL LENGUAJE PERIODÍSTICO**
Juan Manuel Rodríguez

54 BIBLIOGRAFÍA SOBRE COMUNICACIÓN

58 PERISCOPIO TECNOLÓGICO

62 ACTIVIDADES DE CIESPAL

**¿Es la Televisión
el desierto de la**



CULTURAS?

Orlando Gómez León ■

Son muy pocos los esfuerzos que se han hecho en el país en materia de programación cultural. De paso, el televidente no tiene quién lo defienda.

En televisión, crisis y creatividad son sinónimos, o al menos en el Ecuador ambos términos parecen ir de la mano. Mientras las cifras de ventas del sector reflejan el difícil momento que vive la economía del país, en el terreno de la creatividad se nota muy poca renovación. Pero, hay excepciones, claro, que confirman la regla: las crisis también generan grandes oportunidades. Es lo que parece haber ocurrido con el programa "Nosotros Ecuador", de Teleamazonas, en el que se ha aprendido ejemplarmente a hacer más con menos.

Por otra parte, en la televisión nacional es frecuente que triunfen series y programas hechos en Estados Unidos. "Nosotros Ecuador", sin embargo, ha logrado sobreponerse a esa costumbre, con una ficción que cruza el escenario de la historia. Conservando los hechos relatados en crónicas y los personajes, junto con un montaje basado en la fuerza actoral, la serie (que ahora, para suerte de muchos, ya se encuentra hasta en videotiendas) cuenta con todos los ingredientes para hacerse acreedora a varias nominaciones internacionales (si se enviara a uno de tantos festivales).

Es el retrato de una nación atrapada en medio de colonialismos, conquistas y guerras, que demuestra de paso que patriota es quien vive y muere por su patria y que la patria -con su riqueza racial y lingüística- no es sólo el lugar del nacimiento sino, también, el territorio de la vida de los hijos.

Este largometraje nacional, aunque realizado para televisión, es agudo, humano y combativo como sus personajes. A pesar de que por momentos el ritmo puede parecer lento, los rasgos generales y el argumento compensan de forma grata la versión general. En pocas palabras, explora la propia voz del país -desde sus raíces- y logra conmover para ganarse aplausos con el drama, la fotografía de inmensos y reales paisajes y, por encima de todo, la emoción pura.

La mencionada serie demuestra que la producción televisiva en el Ecuador sí ha evolucionado, aunque todavía le falta "algo" para alcanzar el nivel de las grandes potencias en este sentido. Pero ya empezó el camino. Hasta hace unos pocos años nos conformábamos con leer libros y mirar videos de festivales y pasábamos saliva como niños pobres en la vitrina de una pastelería. Ahora se están logrando cosas importantes. Se está trabajando más profesionalmente. Antes dependíamos más del chispazo, ahora se buscan más las ideas. Y eso, por supuesto, está bien.

Ecuador bajo la lupa

Así, sobre la base de este esfuerzo nacional, vale la pena preguntarse por qué la televisión ecuatoriana tiene tan pocos programas culturales, por no decir ninguno. Ejecutivos del medio sostienen, ante todo y sin rubores, que la cultura, si bien es importante, no da plata.

"Un buen programa cultural tiene que entretener. Si el televidente me regala 18 minutos de su valioso

***Vale la pena
preguntarse ¿por
qué la televisión
ecuatoriana tiene
tan pocos programas
culturales?***

tiempo (y otros 12 para propaganda), es absurdo que, como contraprestación, yo lo aburra o insulte su inteligencia", señala un productor y publicista.

Añade que los televidentes, generalmente y de acuerdo con sondeos especializados, prefieren observar series extranjeras o películas de acción violenta, que participar de un programa en que se tratarán temas relacionados con el idioma, la geografía o la historia. Ello, empero, no es tan cierto como se afirma. Veamos:

Al parecer —desde el punto de vista de los programadores— es muy poco el verdadero interés del público hacia temas como el cine, el teatro, la música, la lectura y el arte. Mas si en algo se han puesto de acuerdo los investigadores que se han preocupado por comportamientos en torno a la cultura, es que el concepto de la misma es mucho más amplio y complejo que determinar el consumo de un país frente a expresiones como las mencionadas, pues el término no es sinónimo de gustos de elites sino también de las infinitas manifestaciones populares.

También advierten que un continuo estudio sobre este aspecto es algo tan necesario y tan poco trabajado que son contados los países que conocen a ciencia cierta los gustos de sus habitantes, frente a la opción de enfrentarse al consumo de bienes culturales. En el Ecuador, que se sepa, por lo menos, ese sondeo no se ha hecho.

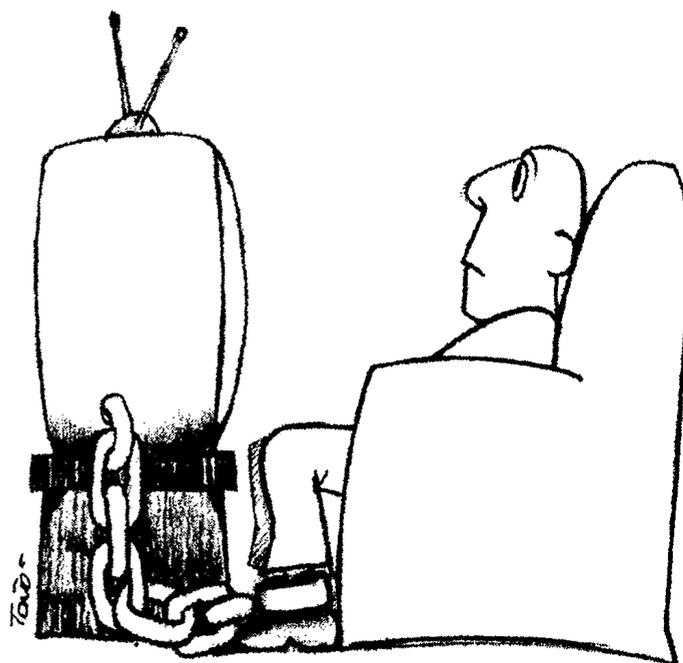
CHASQUI realizó una encuesta, partiendo del público en general, con el fin de acercarse al consumo de esos cinco entre los múltiples aspectos que puede abarcar el término cultura y su relación con la televisión. Los índices que revelan los resultados, sumados a las reacciones de publicistas, productores, críticos y programadores, denotan un panorama que no es muy alentador, pero que tampoco es tan dramático como pudiera pensarse.

A la hora de las comparaciones con otras naciones latinoamericanas, Ecuador está mejor que muchas. El hecho de que el 79 por ciento de los consultados no vayan a teatros, ni a museos, ni a galerías, y que el 43 por ciento de la población asegure no leer nunca, son índices que no sorprenden a nadie y constituyen algo que siempre se ha sabido. A la vez,

eso no quiere decir que a esa misma población no le guste ver un programa cultural. El 65 por ciento desearía verlo, pero como no existe... En lo que sí coinciden los entendidos es en que todavía falta mucho para consolidar una conciencia sobre los movimientos y figuras culturales que se están gestando en el país.

La cultura sin apoyo

Mientras la televisión chilena transmite tres programas culturales diarios, la mexicana cuatro, la argentina dos, la brasileña tres y la venezolana y la boliviana uno, en Colombia —para no ir más lejos— existe un canal que presenta televisión educativa durante 18 horas diarias, pero es una estación del Estado y el patrocinio es fundamentalmente oficial. Además de ello, cuatro programadoras particulares presentan en otros canales, igual número de eventos culturales el fin de semana. En Cuba, los dos canales —estatales, por supuesto— deben presentar diariamente un programa cultural como mínimo.



Aquí, en tanto, solamente Telerama transmite programas de tipo cultural, que incluyen teatro, ballet, ópera y arte, en general. Pero, en su mayoría, son filmados en el exterior o tomados de estaciones extranjeras (europeas, casi siempre). Y si bien tienen un patrocinio, éste se debe a que los propietarios del canal son los mismos distribuidores de los productos que se anuncian.

En el Ecuador, para decirlo de una vez por todas, no hay quien apoye la cultura y mucho menos en la televisión. Y no lo hacen, sencillamente porque no es un negocio rentable. Un alto ejecutivo de un canal -que por razones lógicas prefiere no ser identificado- defiende este punto de vista abiertamente: "¿Cómo vamos a invertir 100 mil dólares, pongamos por caso, realizando un programa cultural, cuando podemos ganar lo mismo transmitiendo un partido de fútbol sin esforzarnos demasiado y sin gastar nuestro dinero? Todavía no estamos locos".

El interés gubernamental por estas actividades, en tanto, no pasa de realizar un "Mes de las Artes" al año en algunas ciudades o invertir algo del escaso presupuesto en algún festival cinematográfico, en el que también participan representaciones diplomáticas. De televisión, nada.

En esta materia, como lo explicara Octavio Arbeláez, presidente de la Red Latinoamericana de Promotores Culturales, siempre se ha vivido una relación de amor y odio entre los hacedores de la cultura y los gobiernos.

"La relación ideal es la que equilibre al sector público, mediante la erogación de parte de un presupuesto, el privado, con patrocinios y apoyo de estrategias adecuadas de marketing cultural, y los propios grupos, por el ingreso que generen sus producciones una vez en el mercado", indica. Eso, empero, está muy lejos de ocurrir en nuestro país.

El desierto de la cultura

A semejanza de la opinión que se tuvo durante mucho tiempo sobre la televisión estadounidense, en el sentido de que era (y sigue siendo) el desierto de la cultura, la ecuatoriana no se queda atrás. ¿Cuántas

A la hora de las comparaciones con otras naciones latinoamericanas, Ecuador está mejor que muchas

veces al año algún canal presenta una obra de teatro nacional, habiendo tantos y excelentes grupos dispuestos a colaborar? ¿Existe algún programa, así sea de apenas 15 minutos, que enseñe a los televidentes algo de gramática castellana? No; y esto último hasta sería en cierta forma un contrasentido si se tiene en cuenta que no pocos de los mismos presentadores de noticias, locutores y reporteros no saben hablar correctamente.

No obstante, a pesar de las frías cifras de las encuestas, sí existe consumo y actividad cultural. Tal vez poco, como en muchas partes, pero tal como en el cuento de los brujos: que los hay, los hay.... Los ecuatorianos no sólo viven rodeados de cultura sino que día a día la están gestando sin percartarse de ello. Desde escuchar a un cuentero hasta pararse a mirar a los zanqueros, aplaudir el teatro de la calle o ver televisión, todas son actividades propias de la vida cotidiana. La cultura está en muchas partes y, por ello, una reflexión al respecto siempre será oportuna.

En el Ecuador contamos con gente capacitada para hacer programas o producciones de corte cultural.

Hay talento de sobra -para el teatro y el cine, por ejemplo- y puede asegurarse que ya empezamos el camino; pero si bien el país ofrece buenas ideas y se está trabajando más profesionalmente, falta presupuesto de producción y una programadora -¡siquiera una!- que se atreva a romper los esquemas, que tenga la osadía de hacer cultura televisiva.

Sobre este asunto, el investigador internacional Omar Rincón, sostuvo recientemente en un seminario en la Fundación Friedrich Ebert que el problema no es tanto de contenido como de expresión. En su opinión, "la televisión ecuatoriana tiene poca producción propia y esto es importante en cuanto permite que la gente vea sus historias y se conozca más. Los noticieros no deben ser el único instrumento para saber del país en que se vive".

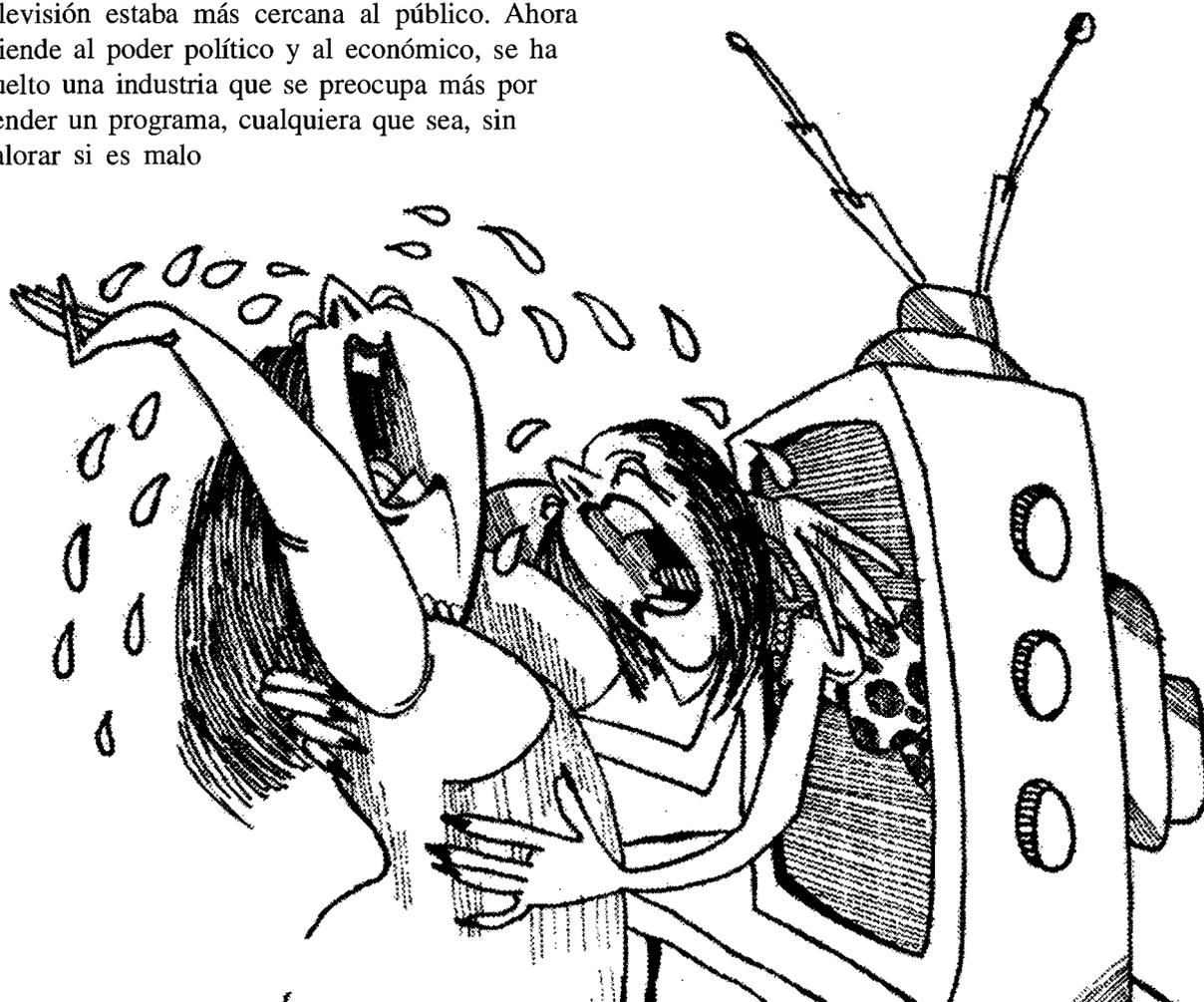
Poder económico y político

Lo grave es que los medios, según Rincón, son el reflejo de la sociedad. Hasta hace unos 10 años, la televisión estaba más cercana al público. Ahora atiende al poder político y al económico, se ha vuelto una industria que se preocupa más por vender un programa, cualquiera que sea, sin valorar si es malo

o bueno. La televisión -lo que es desafortunado para la cultura- es la mercancía que más vale en estos tiempos.

La prueba es que a los canales no les importa repetir cuantas veces sea necesario películas, telenovelas o series que incluso han sido calificadas como pésimas desde su estreno. Es que es mucho más cómodo reponer un enlatado o un culebrón archivados, que no cuestan un centavo, que tener que pagar cuatro o cinco mil dólares en promedio por uno nuevo, y peor si es de corte cultural. La famosa muletilla: "gracias por permitirnos entrar en sus hogares", es una ofensa de verdad.

Y en cuanto a producciones nacionales, pues estas por razones obvias, cuestan mucho más. Por eso, precisamente, no se realizan con la frecuencia con la que todos quisieran. De paso, en el Ecuador la posición del espectador no es importante al diseñar la programación. Es como si los canales no tuvieran en cuenta al televidente, del cual, paradójicamente, de-



Se tiene que encontrar una forma de representar las noticias de una manera que no sea sensacionalista

penden. Para completar, los consumidores de televisión no tienen quién los defiendan.

En el Ecuador, lastimosamente, a los canales parece importarles poco aquello de que la comunicación tiene que ser entendida como una necesidad básica de los seres humanos. En lugar de educar o por lo menos orientar al público, se le atropella sin medida. Es como si los programadores partieran de la base de que el televidente promedio es estúpido y hay que darle todo masticado. Por eso subsisten los programas de crónica roja y los noticieros no tienen el menor empacho en dar a conocer los hechos delincuenciales con imágenes escabrosas.

Noticias y cultura

Con razón, Rincón sostiene que por la televisión pasan más historias de un país que por cualquier otro medio. Y recalca: "Así como la gente se organiza para protestar cuando no hay trabajo o comida, tam-

bién debiera hacerlo cuando los programas de televisión atropellen la dignidad de las personas, o cuando transmitan cosas sin un mínimo de estética". Pero, como se dijo atrás, no existe una defensoría del televidente.

Al respecto, Ricardo Trotti, coordinador del Comité de Libertad de Prensa de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP) declara: "Se tiene que encontrar una forma de representar las noticias de una manera que no sea sensacionalista". De eso, sin embargo, estamos lejos, muy lejos.

Una frase lapidaria de Gabriel García Márquez bien puede aplicarse a nuestros informativos: "la irresponsabilidad y la improvisación propias del maldito síndrome de la chiva (o sea la supuesta búsqueda de la primicia) están acabando con el periodismo y terminarán por acabar con el país".

Mientras tanto, continuaremos sin programas culturales.

Buen negocio

Ojalá programas como "Nosotros Ecuador" no sean lo último que veamos. Ya es hora de que exploremos nuestra propia voz en la televisión. Que no se siga pensando que la cultura se apoya únicamente en hipótesis y planteamientos abstractos, sino también en hechos y programas concretos que le midan el pulso a los ecuatorianos.

Todavía queda mucho trabajo por delante, claro. Los canales lo saben más que nadie. Por ello deberían tener en cuenta que invertir en la cultura, puede ser un buen negocio. Hay que atreverse, eso sí. Especialmente si quieren sobresalir en este mundo altamente competitivo.

Los grandes beneficiados de ese movimiento, un tanto utópico, serán sin duda los telespectadores, que encontrarán finalmente en la televisión ecuatoriana una programación más sofisticada y de mayor calidad. Y que ya están cansados, saturados de tanta basura. De no ser así, de continuar transmitiendo sin tener en cuenta al televidente, las programadoras corren el riesgo de quedarse sin el pan y sin el queso. ●