

Chasqui

Revista Latinoamericana
de Comunicación

No. 43 - OCTUBRE 1992

Director

Asdrúbal de la Torre

Editor

Gino Lofredo

Consejo Editorial

Jorge Mantilla

Edgar Jaramillo

Thomas Nell

Nelson Dávila

**Consejo de Administración de
CIESPAL**

Presidente, Tiberio Jurado, Rector de la
Universidad Central del Ecuador.

Eduardo Peña Triviño,

Ministro de Educación

Luis Castro, UNP

Fernando Chamorro, UNESCO.

Flavio de Almeida Sales, OEA.

Rubén Astudillo,

Mín. Relaciones Exteriores.

Rodrigo Rangles, Min. Educación.

Louis Hanna, AER.

Alba Chávez de Alvarado, Universidad

Estatad de Guayaquil

Asistente de Edición

Martha Rodríguez

Portada

Dayuma, Jaime Pozo

Impreso

Editorial QUIPUS - CIESPAL

Servicios Especiales de AFP, IPS,

OIP, IJI

Chasqui es una publicación de CIESPAL
que se edita con la colaboración de la
Fundación Friedrich Ebert de Alemania

Apartado 17-01-584. Quito, Ecuador
Telf. 544-624. Telex: 22474 CIESPL ED.
Fax (593-2) 502-487

Los artículos firmados no expresan
necesariamente la opinión de CIESPAL o
de la redacción de *Chasqui*.



CINE, VIDEO Y FOTOGRAFIA

La producción de cine y
audiovisuales atraviesa por
una extraña crisis de
crecimiento y contracción. Las
innovaciones técnicas y la
apertura de mercados crean
oportunidades sin precedentes.

- 4 El cine y el Estado mexicano,
Eduardo de la Vega Alfaro
- 7 La escurridiza integración del
cine latinoamericano, *Joëlle
Hullebroeck*
- 11 ¿Qué cine está en crisis?,
Gino Lofredo
- 12 Video popular y
democratización del discurso,
Paulo de Tarso Riccardi
- 13 Regina Festa y la TV de los
trabajadores, *Kintto Lucas*
- 15 Los culebrones trepan en
España, *Daniel E. Jones*
- 18 El arte fotográfico para
comunicar el pasado,
Alexandra Ayala Marín

ENTREVISTAS

- 23 Eliseo Subiela: Animarse a
volar, *Adriana Schettini*
- 27 Gilberto Gil: La magia de la
comunicación, *Kintto Lucas*

PERIODISMO CIENTIFICO

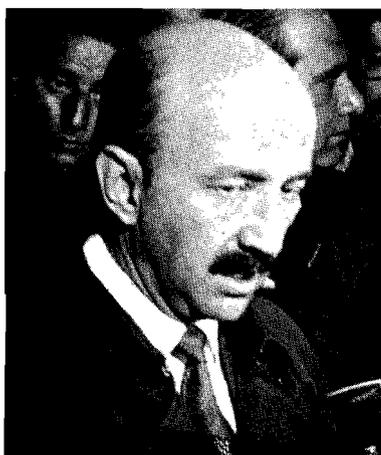
Son pocos los aspectos de la
vida cotidiana que escapan
al impacto de la ciencia y la
tecnología. Pero los periodistas
carecen aún de la formación
especializada para incorporar
esta perspectiva de la realidad.
Dedicamos esta sección a
Aristides Bastidas, pionero del
periodismo científico en América
Latina y Presidente de Honor de
la Asociación Internacional de
Periodismo Científico. *Aristides
Bastidas* falleció los primeros
días de octubre en Caracas.

- 29 Divulgando ciencia y técnica,
Sergio Prenafeta Jenkin
- 34 Completando el círculo,
Manuel Calvo Hernando
- 39 Brasil: Ganando espacios en
la sociedad industrial, *Julio
Abramczyk*
- 41 Venezuela: Acumulando
experiencias, *Luis Moreno
Gómez*
- 42 Costa Rica: Formación
especializada, *Marcela
Guzmán O.*
- 44 Colombia: Aumenta la
demanda de divulgación
científica, *Antonio Cacua
Prada*

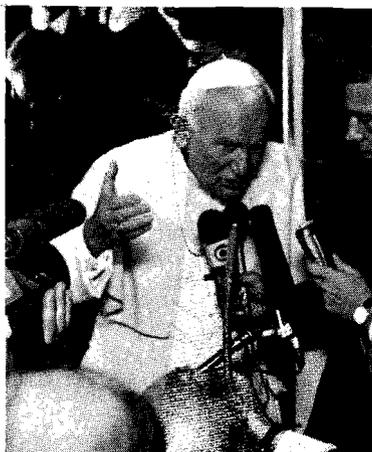


MEDIOS EN TRANSICION

Los cambios en curso desafían las generalizaciones. En toda la región se acumulan experiencias de signos contradictorios y enriquecedora diversidad.



- 46 México: Desastre urbano y renovación en los medios, *Carlos Luna Cortés*
- 51 Crónicas del fin del mundo, *Rosana Reguillo*
- 52 Puerto Rico, Estado 51: Cultura boricua y asimilación política, *Eliut Flores Caraballo*
- 54 Colombia: Mercados regionales y medios, *Humberto López López*
- 56 La Escobarización del periodismo colombiano, *Enrique Santos Molano*
- 57 Venezuela: La pantalla omnipresente, *Marcelino Bisbal*
- 61 Bill Cosby es argentino, *Gino Lofredo*
- 62 Chile: La pendiente democratización de la prensa, *Gustavo González*
- 65 La formación del comunicador posmoderno, *Hernando Bernal Alarcón*



ESTRATEGIAS

Aumenta la prioridad de la reforma de las comunicaciones en la agenda política latinoamericana. Desde diversos frentes sociales surgen y maduran nuevas estrategias de cambio. La amplia participación y la búsqueda de consenso determinan su viabilidad.

- 68 Nuevas estrategias de cambio, *Robert White*
- 72 La Iglesia Católica ante la revolución en las comunicaciones, *Documento Pastoral*



- 76 El mensaje y el mensajero, *Andrés León Calderón*
- 78 Se comunican los investigadores, *Rafael Roncagliolo*
- 80 Avances en la investigación, *José Marques de Melo*
- 81 Los desafíos del libre comercio, *Elizabeth Fox*

ACTIVIDADES DE CIESPAL

- 83 Asdrúbal de la Torre: CIESPAL y la transformación de las comunicaciones

AUTOCRITICAS Y CONTRAPUNTOS

- 87 Misión Imposible, *Allan Castelnuovo*
- 89 Desvíos, errores y omisiones, *Alexis Naranjo*

TENDENCIAS

- 90 Las radios comunitarias

UNICEF

- 93 Los niños de las Américas
- 96 Las caras de la violencia

- 98 RESEÑAS

NUESTRA PORTADA

El acrílico *Interior de bus*, es de la pintora ecuatoriana Dayuma.

Local para la práctica artística.
República de El Salvador 734,
Quito. Ecuador
Telf. (5932) 247-862

LA IGLESIA, EL MENSAJE Y EL MENSAJERO

En Aetatis Novae la Iglesia reconoce el poder inédito de las comunicaciones y se propone influirlas desde una actitud de identificación con los más necesitados y marginados. Andrés León Calderón e Iván Rodrigo Mendizábal comentan.



Oscar Bonilla, Uruguay

Niños trabajando en Asunción, Paraguay, 1992

La Iglesia Católica siempre se ha preocupado de la comunicación tanto desde las evangélicas menciones al Verbo, la palabra o el mensaje, hasta como instrumento para la difusión de las ideas, el rito y la vivencia histórica de dos mil años.

La potencia espiritual y aún política de la Iglesia Católica reconoce la trascendencia de la evolución tecnológica de las comunicaciones y su extraordinario impacto sobre la sociedad de fines del siglo XX. Frente a este fenómeno universal e inédito, la Iglesia está tratando de encontrar en la comunicación las respuestas a las circunstancias, a los modelos, las ideologías, la praxis del momento. A la marginalidad de miles de hombres y mujeres condenados a niveles de pobreza crítica. A las consecuencias del consumismo impuesto desde fuera, de la deuda externa que agobia, de la dependencia en todas sus fórmu-

las. La Iglesia busca respuestas que proyecten los valores de las culturas ancestrales y que limiten la invasión de la violencia, de las guerras absurdas transmitidas supuestamente desde el lugar del hecho.

Ética cultural

El documento destaca el poder de influencia de los medios, que afectan la percepción individual y comunitaria y hasta la posibilidad de "fortalecer o destruir las referencias tradicionales en materia de religión, de cultura y de familia". Los medios alteran los conceptos éticos y los valores históricos de los pueblos. La Iglesia reconoce la necesidad de una ética cultural que respete lo histórico, lo étnico, lo íntimamente compartido por los grupos humanos, como forma de mantener su individualidad, su personalidad y su proyección hacia el futuro.

¿Privatización de la información?

Resulta sumamente actual la advertencia que Juan Pablo II hace de los peli-

gros que conlleva el mal uso de los servicios públicos, la comercialización no reglamentada y la privatización. La corriente privatizante preocupa al Pontífice que textualmente manifiesta que en el área de la información "se tiende a evaluar su éxito en función del beneficio y no del servicio", lo cual distorsiona el legítimo derecho de informar y de ser informado. La propuesta intenta evitar los extremos de una comunicación estatuante dirigida políticamente, o de una acción simplemente comercial de propaganda interesada.

La necesidad de una política de comunicación amplia, democrática y científica, aflora en el texto que estudiamos, reviviendo aquella vieja discusión tan querida en los años sesenta, que demandaba la instauración de un esquema de comunicaciones que garantice la comunicación, el diálogo y la relación equilibrada entre emisores y públicos.

El documento insiste en que los medios de comunicación deben respetar y participar en el desarrollo integral de la persona. Esta es una postura distinta de

la dominante porque al identificarse con el pueblo rompe con la comodidad, la pompa y el homenaje, la postura prepotente del que todo lo sabe. Es distinta en cuanto orienta toda la capacidad profesional y la vocación de servicio hacia los grupos sociales que más necesitan y hace del individuo parte de una comunidad, a la cual se debe.

La Instrucción Pastoral plantea los retos actuales de la comunicación en cuatro grandes acápites:

- La necesidad de una evaluación crítica, que parte de una actitud positiva y abierta hacia los medios de comunicación.
- Solidaridad y desarrollo integral, en base al concepto de que la comunicación es el camino privilegiado para la creación y la transmisión de la cultura.
- Políticas y estructuras que garanticen el intercambio de ideas y la posibilidad compartida por todos de ser oídos en las propias iniciativas y necesidades.
- Defensa del derecho a la información y a las comunicaciones, que no puede depender del poder sino que es un bien universal.

Por cierto, el documento va más allá, y se dirige a aspectos internos del quehacer comunicacional de la Iglesia en cuanto a sus prioridades pastorales, llegando inclusive a la determinación de un instructivo moderno que contiene los elementos de un plan de acción de los comunicadores cristianos.

Conclusiones

El documento concluye que para que la Iglesia pueda interpretar los signos de nuestro tiempo y realizar su misión profética debe estudiar y evaluar el recto uso de la tecnología y medios de comunicación.

Estos signos son los de la miseria, la dominación, el analfabetismo, las carencias de salud, la drogadicción y tantos otros que hunden al hombre en el terror y la angustia. Pero son también la rebeldía, la búsqueda de una auténtica liberación, la solidaridad y el compromiso.

Esa búsqueda de la utopía de la esperanza y solidaridad humana debe ser el objetivo principal de la comunicación, sus teorías y medios. ●

CREAR CONCIENCIA SOCIAL

A *etatis Novae* retoma lo que en su momento MacLuhan definió como la aldea global, caracterizando al mundo de la comunicación como "el primer aerópago del mundo moderno".

El aerópago es un espacio, una asamblea, un tribunal de confluencias variadas, de múltiples voces sociales pero también fragmentaciones por la fuerza de los instrumentos tecnológicos que hacen que las voces y sus actores se amplifiquen al universo.

El potencial tecnológico, inocuo en su propósito, sirve para este mundo de las comunicaciones como instrumento de formación de nueva conciencia social. Entonces la comunicación, sin ser necesariamente el acto de entrega y de amor que señala el documento pontificio, es sobre todo un acto de mediación social.

Aetatis Novae, precisa la misión del comunicador como un dinamizador de esa conciencia nueva que nace del hecho comunicacional. Y va más allá señalando la necesidad de inculturar los medios, es decir, comprender, introducirse y expresarse a través de ellos, probablemente hacerlos propios.

Andrés León, en su texto señala que la "iglesia está tratando de encontrar en la comunicación las respuestas a las circunstancias, a los modelos, a las ideologías, a la praxis del momento". De acuerdo a nuestra lectura, tal aseveración es imprecisa porque "en" la comunicación (en ese contexto del documento, medios-tecnología) no hay respuestas sino validaciones de actos concretos y por lo tanto afirmaciones, cuyo impacto busca seguir creando conciencias sociales.

El documento pontificio prepara el camino para esbozar políticas institucionales en el seno de la Iglesia para afrontar con más decisión el tema de la comunicación como bien público y social, de servicio y de entrega hacia la comunidad. ¿No será acaso éste un reconocimiento implícito de las formas de organización incluso ideológica de los sistemas de medios que han sabido vencer -por lo menos en muchos de nuestros países latinoamericanos- la hegemonía del Estado?

El documento, a diferencia de lo que señala León, más bien define la comunicación desde el impacto y no tanto desde los procesos comunicativos. Es decir, hace muy poca referencia a aquellos procesos donde la organización social ha logrado configurar otro tipo de medios, horizontales, participativos y no necesariamente masivos. El video llamado popular, las radios comunitarias, la televisión por cable, los periódicos barriales, son promovidos por sectores de base de la Iglesia. Estas son experiencias contraculturales, es decir, exceden la simple definición de los medios de masa ligado al desarrollo de la tecnología.

La *Aetatis Novae* refleja en sí misma la posición de una Iglesia diferente que está comenzando a enfrentar sus oposiciones internas. Más que teorizar, plantea líneas concretas de acción frente a la realidad de los medios de comunicación de cara a las culturas actuales. Paradójicamente, mientras el Pontificio Consejo para las Comunicaciones del Vaticano emite este documento pragmático de acción, la Congregación para la Doctrina de la Fe saca a luz otro documento que reglamenta y sugiere encarar con más cuidado la producción y publicación de textos que se enfrenten con la moral y la praxis cristiana: por ello una lectura del documento pontificio desde la perspectiva de esa otra Iglesia, la popular, para muchos alimentada o nacida de la teología de la liberación, es quizá más que un acierto, una expresión de deseo. ●

IVAN RODRIGO MENDIZABAL, Secretario General de OCIC-AL. Organización Católica Internacional de Cine para América Latina