

Chasqui

Revista Latinoamericana
de Comunicación

No. 48 - ABRIL 1994

Director

Asdrúbal de la Torre

Editor (E)

Jorge Mantilla Jarrín

Coeditor

Kintto Lucas

Consejo Editorial

Jorge Mantilla Jarrín

Edgar Jaramillo

Luis Castro

Nelson Dávila

**Consejo de Administración de
CIESPAL**

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

Presidente Alterno, Rubén Astudillo,
Min. Relaciones Exteriores.

Rosalía Arteaga,

Ministra de Educación.

Luis Castro, UNP.

Fernando Chamorro, UNESCO.

Flavio de Almeida Sales, OEA.

Raúl Izurieta, AER.

Julio Camba, Universidad Estatal de
Guayaquil.

Fernando Naranjo Villacís, FENAPE.

Asistente de Edición

Martha Rodríguez

Portada

Yenny Jaramillo

Impreso

Editorial QUIPUS - CIESPAL

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

Tel. 506 149 544-624. Telex: 22474
CIESPAL ED.

Fax (593-2) 502-487 - E-mail/correo
electrónico: editor@chasqui.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*.

COMUNICACION INTERPERSONAL

La comunicación interpersonal, muchas veces es dejada de lado por los comunicólogos, sin embargo tiene suma gravitación en las relaciones cotidianas entre las personas y en los procesos comunicacionales.

- 4 Las palabras de la realidad,
Mario Benedetti
- 7 El lenguaje de los gestos,
Martha Cecilia Ruiz
- 10 La incomunicación política,
Fernando Paulsen S.
- 12 Ceremonial y protocolo: Un
espacio para la participación,
Miguel Angel Tréspidi
- 16 Agencias de matrimonio:
intermediarias en la
comunicación,
Mónica Rector
- 18 Los supersecretos de
nintendo: Los jóvenes se
incomunican,
Margarita Ferro



PERIODISMO INVESTIGATIVO

A pesar de los riesgos que implica el periodismo investigativo, muchos profesionales de América Latina no dudan en practicarlo, escudriñando muchas veces en temas que de no ser por ellos permanecerían ocultos.

- 21 ¿Importa un iceberg afuera
cuando el barco está en
llamas?,
Daniel Samper Pizano
- 24 Denunciar, deshacer
entueros...,
Fernando Checa
- 30 Testigo y protagonista de la
historia,
Kintto Lucas
- 32 La lucidez es la herida más
cercana al sol,
Juan Manuel Roca
- 33 Ubicarse "aquí y ahora",
Lautaro Ojeda



CONCURSO DE PERIODISMO INVESTIGATIVO CHASQUI

El concurso Chasqui tuvo importante repercusión en América Latina con la participación de profesionales de todo el continente. En esta edición se presentan los primeros premios.

- 40** El maltrato infantil: un monstruo de mil cabezas,
Miriam Bautista González
- 46** Desarrollo y medio ambiente: La opción municipal,
Gustavo Isch Garcés
- 51** Crisis hospitalaria en Costa Rica,
Milena Fernández Morales

ENTREVISTAS

Los tres entrevistados en esta edición, *Juan Padrón, Paolo Gasparini y María Ester Gilio*, son comunicadores que se han destacado ampliamente en América Latina. Ellos brindan sus experiencias en diálogos de alto nivel.

- 61** Juan Padrón y los dibujos animados: Un humor más que blanco... transparente
Paquita Armas Fonseca
- 65** Paolo Gasparini y la fotografía: "Para verte mejor América",
Valeria Rodríguez

- 67** Con María Esther Gilio, preguntando a la preguntona,
Anibal Paiva



NUEVAS TECNOLOGIAS

- 71** Red de noticias vía satélite, Diógenes y el reto de América Latina,
Thomas Nell
- 75** Transmisiones vía satélite,
Charles Morrow
- 77** Desde Moscú vía electrónica,
Peter Waterman

- 79** Hacia la TV de alta definición,
Antonio Montalvo

- 82** ¿Aldea global o aldea local?
Carlos Eduardo Colina

- 85** AVISOS

- 91** ACTIVIDADES DE CIESPAL

- 93** UNICEF

- 99** RESEÑAS

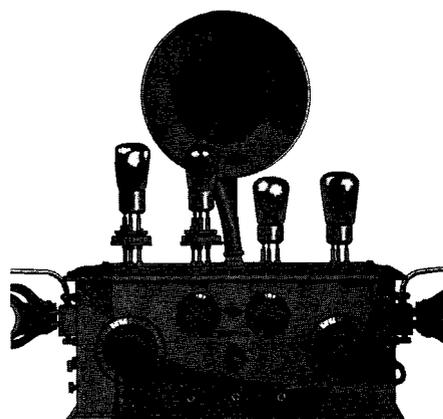
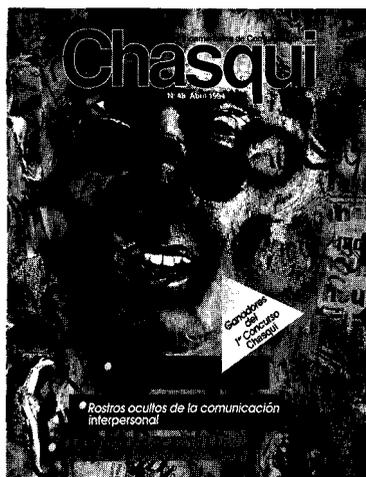


FOTO DE PORTADA INTERIOR

CRISTIAN TAUCHNER SVD



NUESTRA PORTADA

Sin título. Acrílico sobre papel de Yenny Jaramillo, 1.77 x 1.30.

La autora es ecuatoriana y su obra ha sido expuesta en diversas exposiciones nacionales e internacionales.

Taller: Záparos 145 y Av. Florida.
Telf. 435 - 515. Quito - Ecuador

Fotografía: Kira Tolkmint

AGENCIAS DE MATRIMONIO

Intermediarias en la comunicación

La comunicación entre hombres y mujeres en el mundo moderno parece depender cada vez más de determinados estímulos. Ese es el caso de quienes se relacionan en pareja a partir de espacios especializados de TV, radio, diarios, o mediante entidades "casamenteras". Mónica Rector analiza las agencias de matrimonio en Estados Unidos y su papel como intermediarias en la comunicación interpersonal.

En el fondo ninguna mujer quiere quedarse sola. Y para encontrar compañía deambula por los más diversos caminos, empolvados, asfaltados pero siempre con obstáculos imprevisibles. Hay muchas piedras en el medio del camino como diría Drummond.

En los Estados Unidos hay una solución práctica para la soledad. Existen agencias para promover encuentros. No son agencias "casamenteras", si bien que ésta es una de las finalidades.

La sociedad norteamericana es bien diferente de la brasileña, en ese sentido. En el Brasil, la gente nace, crece, trabaja y muere casi siempre en el lugar de origen. La sociedad americana no está tan atada a las raíces, se moviliza. Va para donde haya empleo o trabajo, independiente de cualquier lazo afectivo. Al llegar a este nuevo local, además del trabajo, la mayoría de las perso-

nas no tienen otros conocimientos. Entonces ¿cómo se entablan relacionamientos? Por medio de estas agencias.

Este es el caso de una brasileña, que llamaremos María. Vio el anuncio de una de esas agencias, que llamaremos "Juntos". Hizo una cita para una entrevista por teléfono y fue a la oficina en el día y la hora marcadas. La oficina era un local amplio y atractivo; amueblado con gusto y con una recepcionista que la hizo sentirse bien. Una vez en la sala de espera encontró en la mesa varios álbumes: con cartas de los asociados (con el nombre cubierto con un adorno para guardar sigilo), y otros con invitaciones de casamientos, que ocurrieron a través de la agencia. En seguida fue conducida a la sala de "Juntos" y se le entregó un cuestionario de aproximadamente cien preguntas sobre sus preferencias y su personalidad.

Las preguntas a "María"

A título de ejemplos citaremos algunas de las preguntas de las cuales María se acordaba:

- 1) ¿Usted desea conocer a alguien para tener compañía, para tener un relacionamiento serio o para casarse?
- 2) ¿En cual estrato de edad colocaría a la persona?
- 3) ¿La religión es un factor importante para usted?
- 4) ¿Prefiere encontrar a alguien soltero, viudo, divorciado, o le es indiferente?
- 5) ¿Qué nivel educacional esta persona deberá tener: curso primario, secundario, superior, depende de la persona?
- 6) ¿Acepta alguien que fume: siempre, solo socialmente, que no fume, o le es indiferente?
- 7) ¿Cuáles son los intereses que desea compartir: deporte, actividad cultural, baile, música, otros?
- 8) ¿Cuáles las características que desea colocar como importantes? Especificar. Belleza, Altura, Peso.
- 9) ¿Usted está encontrándose con alguien en este momento: con una, con varias personas, con ninguna?
- 10) ¿Cómo acostumbra conocer personas?
- 11) ¿Cuál es su estado civil en el momento?
- 12) ¿Vive recientemente en esta área?
- 13) ¿Cuál es su profesión?
- 14) ¿En qué faja salarial usted se encuentra (la ficha cita algunas fajas salariales)?
- 15) ¿Usted gustaría de encontrar alguien que ganase dentro de qué faja salarial?

Estas son apenas algunas de las cien preguntas propuestas, que llevan de una hora a una hora y media para ser respondidas. Solo entonces se efectúa una entrevista con un(a) consejero(a), que avisa con antelación que hay otros consejeros, y que, caso que no haya compatibilidad con el entrevistador, la persona

podrá escoger otro. Esto es importante pues el consejero escogido será el punto de contacto con la agencia.

En la entrevista se repasa las preguntas principales con detalles. Lo más importante, previno el consejero, es que después de salir con una o varias personas se ve que las respuestas dadas tienen que ser modificadas. Es un proceso analítico en el cual la persona acaba conociéndose mejor a sí mismo, y aquello que pensaba ser básico, de repente nota que es secundario. En seguida se observa el contrato, que está hecho de acuerdo con el número de presentaciones a realizarse: se puede escoger para ser presentado a 18, 24 o 36 hombres, en el caso de María. El costo depende del número escogido, y va de los US\$ 1.500 a US\$3.000. La suma elevada indica que las personas que firman tal contrato no están jugando,

y muestra que son de un nivel social elevado. El argumento de "Juntos", con relación al precio es: ¿Dónde se va a encontrar tantas personas juntas, dentro de un cuadro de referencia deseado? ¿Cuál sería el costo en viajes, restaurantes para conocer alguien que sea compatible?

Los hombres de "Juntos"

¿Quién procura esta agencia y por qué? ¿Serán personas sin la oportunidad de encontrar o de encantar a alguien para salir? No, en absoluto. Los motivos por los cuales se busca estas agencias son los más diversos:

1) Economizar tiempo: la mayoría de las personas no tienen tiempo para perder, yendo a lugares donde tal vez puedan conocer a alguien.

2) Economizar dinero: viajes, restaurantes, bares, clubes, etc. cuestan más que firmar el contrato con la agencia.

3) Ser selectivo: encontrar personas dentro de las especificaciones deseadas.

4) Porque se saben que en los Estados Unidos estas agencias son serias y de hecho funcionan.

El paso siguiente es ir para su casa y dentro de unos 10 a 20 días viene el primer nombre escogido por la agencia. María recibió una ficha con el nombre, dirección y teléfono del elegido. Al mismo tiempo, el también recibió los datos de ella. No importa quien telefonee primero; los dos están en el mismo juego y conocen las reglas. Si María quisiera podría haber llamado a "Juntos" y consultar sobre cualquiera de las cuestiones que habían sido preguntadas a ella, y por tanto son las mismas preguntadas a él, pero ella no quiso. María recibió una llamada, de digamos Juan. Se encontraron en un restaurante. Ellos tenían afinidad y fue atracción a primera vista.

Dos días después, María recibió el segundo nombre escogido. Y ahora ¿qué hacer? Se citó con él en otro restaurante. Nuevamente se trataba de una persona compatible. Ella dio una de brasileña y comenzó a salir con los dos. No es problema si la persona sale con más de uno al mismo tiempo, pero "Juntos" solo mandará un tercer nombre si María telefona informando como fueron los encuentros anteriores, y si desea alterar algún dato en su ficha. María dio el "feedback", la información, y le pidió que su contrato se quede "suspense", hasta decidir si se queda con uno, con el otro o con nadie.

Esta historia comenzó hace dos años y medio. Con el tiempo María se decidió por Juan, pero el otro todavía continúa siendo su amigo. Ella está con fecha de casamiento marcado para de aquí a seis meses.

Su contrato fue de 18 hombres, por lo tanto todavía le restan conocer 16 más... lo que jamás ocurrirá, porque ella ya hizo su opción. Parece que la posibilidad de encontrar alguien dentro de los "sueños" de cada uno de nosotros, no es una mera probabilidad, sino algo viable, gracias a estas agencias de matrimonio que ofician de intermediarios de la comunicación interpersonal. ●

Foto: Revista Gaceta, Colcultura. Colombia

