

Chasqui

Revista Latinoamericana
de Comunicación

No. 49 - octubre de 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.

Fausto Segovia,

Ministro de Educación.

Ab. León Roldós A., Rector de la
Universidad de Guayaquil.

Luis Castro, UNP.

Fausto Jaramillo, UNESCO.

Raúl Izurieta, AER.

Fernando Naranjo Villacís, FENAPE.

Asistente de Edición

Martha Rodríguez

Portada

Washington Iza

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

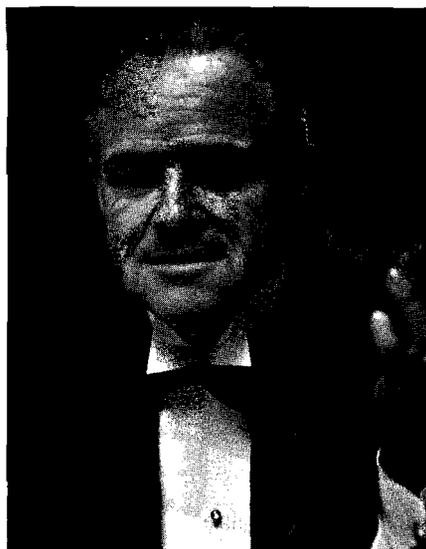
Telf. 506 149 544-624. Telex: 22474

CIESPL 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*.



DEL LIBRO A LA PANTALLA

La adaptación de
cualquier novela al cine
o la televisión, siempre
despierta polémica. No son
pocos los que señalan que la
mayoría de las veces la
trama se ve desfigurada. Este
módulo acerca algunas
reflexiones sobre el proceso
que lleva del libro a la
pantalla.

- 4 Cine y literatura,
Jorge Enrique Adoum
- 6 García Márquez en el cine,
Jorge Cisneros
- 8 Cine en la biblioteca,
Iñaki Esteban Bilbao
- 9 "Siempre que leemos una
novela estamos viendo una
película",
Anibal Alexandre
- 10 Entre Marx y una mujer
desnuda,
Omar Ospina García
- 13 Comunicación y democracia,
Asdrúbal de la Torre
- 17 Escenario de democracia,
Javier Ponce C.
- 21 Imaginando el futuro,
ALER
- 26 Capacitación radiofónica en
los nuevos tiempos,
María del Carmen Cevallos
- 28 Clausuran Panamericana de
Uruguay,
Jorge Velásquez
- 29 Juventud en FM,
Lourdes Barrezueta
- 32 Primeras, populares,
educativas,
Liliana Berta
- 35 ¿Qué hacer para instalar una
radio popular?,
Carmen Pueyo
- 38 El Club de amigos,
Hernán Gutiérrez
- 40 "No queremos una sola voz",
Lourdes Barrezueta
- 44 Hacer radio es producir
realidad,
María Cristina Mata

DIAS DE RADIO

A pesar de la censura y
los problemas
económicos
que deben enfrentar,
las radios populares de
América Latina, siguen
ganando espacios.
De su desarrollo depende en
gran parte, una mayor
profundización de la
democracia.



ENTREVISTAS

Dos comunicadores que han hecho de su vida un compromiso con la sociedad: Santiago es uno de los mayores caricaturistas de Brasil, Arturo Pérez Reverte es uno de los corresponsales de guerra de más prestigio.

- 48** Santiago y la caricatura en Brasil: mostrar que el rey está desnudo
Paulo de Tarso Riccardi
- 52** Arturo Pérez Reverte: la vida de un corresponsal de guerra,
Carmen de la Serna

COMUNICACION Y GENERO

En los últimos años se comenzó a dar más importancia a la relación entre género y comunicación, sin embargo, todavía queda un largo camino por recorrer.

- 55** Periodismo diferente,
Yoloxochitl Casas Chousal
- 59** El olvido de la mujer sujeto,
Rosa María Alfaro
- 65** Género, comunicación y desarrollo,
Fabiola Campillo
- 67** Resolución de Ecuador.
- 69** Mirta Rodríguez y "Bohemia",
Lucía Lemos
- 72** El ejemplo de la revista Domingo: Sherezade,
Kintto Lucas
- 73** Análisis de materiales educativos,
César Herrera

DEBATE

- 77** Chiapas: los protagonistas y sus estrategias de comunicación,
Guillermo Orozco Gómez
- 81** Haití: Recuerdos de Truman Capote,
Marcia Cevalos
- 84** Golpes contra la prensa haitiana,
Nellio Palanquet



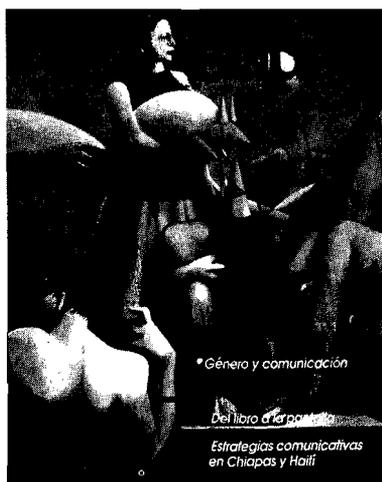
- 86** AVISOS
- 92** UNICEF
- 96** ACTIVIDADES DE CIESPAL
- 99** RESEÑAS

NUESTRA PORTADA

Yaraví. Oleo sobre tela, 60 x 80 de Washington Iza.

El autor es ecuatoriano y su obra ha sido exhibida en diversas exposiciones nacionales e internacionales.

Taller Línea Luz
Telf. 265 - 608 623 - 619
Quito - Ecuador



*Género y comunicación

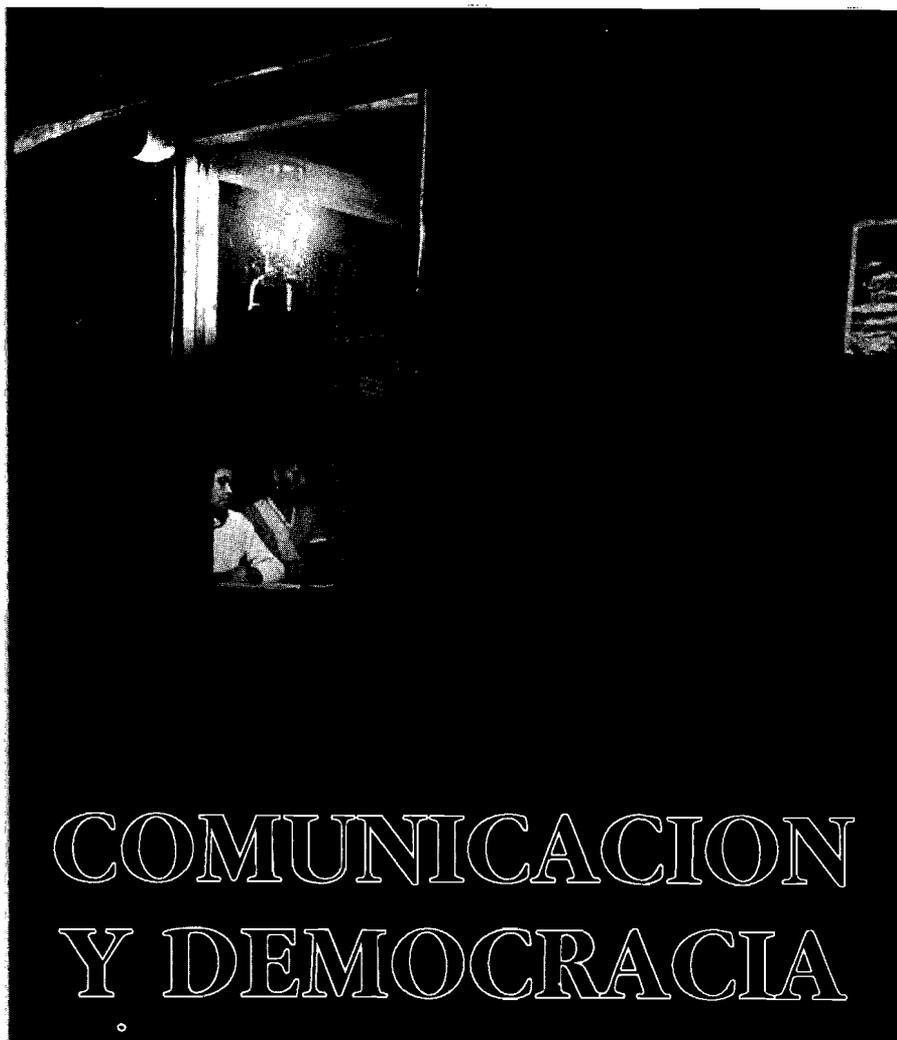
Del libro *El lenguaje de la comunicación*
Estrategias comunicativas en Chiapas y Haití

FOTO DE PORTADA INTERIOR

EDGAR NARANJO
MARIUSHKA BONILLA

fotografiARTE

Alemania 876 y Mariana de Jesús
Telf. 553- 829



Edgar Naranjo, Ecuador

COMUNICACION Y DEMOCRACIA

Este ensayo analiza importantes temas que aportan al conocimiento global de la situación de la comunicación en Latinoamérica: los avances tecnológicos proyectados al próximo siglo, el estado actual de los grandes medios de comunicación y los problemas de desinformación

La realización del "Seminario sobre el desarrollo de los medios de comunicación y la democracia en América Latina y El Caribe", organizado por la UNESCO en la ciudad de Santiago de Chile, en junio de 1994, y el encuentro sobre "Comunicación y Democracia", organizado por la Asociación Latinoamericana de Educa-

ción Radiofónica en el marco de su IX Asamblea Ordinaria, en Quito, julio de 1994, tuvieron como ejes centrales la comunicación radial y, dentro de ésta, la radio popular. Esto nos demuestra el crecimiento y destaca la importancia de los medios de comunicación comunitarios en el proceso de democratización de la región.

A pesar de la distancia existente entre el seminario de Santiago de Chile y la IX Asamblea General Ordinaria de

ALER, considero necesario tomar conocimiento de "La Declaración de Santiago" por constituir un adecuado documento en el proceso de desarrollo comunitario y en la ampliación de la cobertura de medios en las zonas rurales y urbano marginalizadas.

La primera y segunda declaración referentes a la libertad de expresión, libertad de prensa, derecho de información; garantías constitucionales de libertad de expresión, de libertad de

prensa para todo tipo de medios de comunicación, de libertad de asociación y de libertad sindical, toman vigencia en nuestro país a las pocas horas de la clausura de una emisora popular, *Radio Latacunga*, emisora comunitaria que ostenta una larga y admirable trayectoria de acción social y defensa de la dignidad del campesino ecuatoriano, clausura que se hizo extensiva a la radio de las escuelas radiofónicas populares, que ha servido y sirve en forma superlativa a la educación de la población de escasos recursos. Esta ofensa al proceso democrático de la comunicación nos alerta sobre la permanente amenaza de sectores de poder sobre los medios de comunicación comunitarios y nos induce a coordinar las acciones de las organizaciones populares, adoptando estrategias de investigación, desarrollo tecnológico, capacitación y promoción de los medios de comunicación de las comunidades.

La condena al hecho de que los periodistas, editores y radiodifusores sean todavía víctimas de represión, amenazas, agresiones, asesinatos, arrestos, encarcelamientos, forma parte de la declaración de Santiago y, desde luego, demuestran el repudio de la sociedad civil a la imposición de la fuerza para impedir la libre información.

En otro acápite, recomienda promover y apoyar la capacitación de periodistas radiodifusores y otros trabajadores de los medios de comunicación, especialmente de aquellos que trabajan en las zonas rurales y urbano marginales.

Comunicación inmediata

No hay duda que a partir de la invención del transistor y posteriormente la aparición del chip, los medios de comunicación disponen de una tecnología en permanente cambio. Lamentablemente esta tecnología es de avance acelerado y alto costo, razón por la cual está al alcance de pocos medios de comunicación.

Para el año 2000 se prevé una verdadera revolución en la información a base de la "fibra óptica" en los EE.UU. Se ha iniciado la construcción de una gran vía interestatal de fibra óptica que unirá las casas, fábricas, oficinas, universidades y prácticamente a cada habitante con las estaciones de radio, canales de televisión y periódicos. Esta

En esta región de gran diversidad étnica y cultural y pródiga en recursos naturales, coexisten situaciones extremas. De México a la Patagonia encontramos "la miseria más estremeceadora junto a una riqueza inverosímil".

enorme red ha sido denominada "la gran carretera de la información".

Un gran consorcio formado por la empresa de telefonía A.T. y T., la Sony del Japón, la IBM y otras, pretende extender estas redes a toda la región.

Esto, como es lógico supone, transformar la actual forma de transmisión, permitiendo una inmediata comunicación, de doble vía, para la prensa, la radio y la televisión.

El paquete típico de fibra óptica es similar a un cable telefónico. Contiene treinta y dos hebras de vidrio del grosor de un cabello, alternadas con hebras de hilo para proporcionarle la maleabilidad necesaria para la instalación. La información se transporta como impulsos de luz y puede viajar por kilómetros sin necesidad de amplificación. El cable mide media pulgada de diámetro y puede transportar 5.000 canales de video o 500.000 comunicaciones de radio o telefonía. Se calcula que con los futuros avances se incrementará la capacidad a un millón de conversaciones o informaciones por cada fibra o sea treinta y dos



Oscar Bonilla, Uruguay

Mirando el desfile

millones de informaciones por cable, todo esto en doble vía. (Fran, Vizard).

A la caja terminal de recepción le llamarán "el terminator" y será una computadora de multimedia (ordenador aplicable a la prensa, radio y televisión). Con estos potentes dispositivos se podrá ordenar programas de radio, películas, en las que se podrá acercar, alejar la imagen o visualizar escenas de diferentes ángulos; recibir su periódico a través de una telecomputadora, hacer sus llamadas locales e internacionales, acceder a juegos interactivos de video. Asistir a una universidad a distancia, tratar negocios, servicios de salud, compras, etc.

Parecería que hemos entrado en una etapa de ficción. Sin embargo, en el mes de abril de este año, la empresa Thomson Consumer Electronics (Compañía matriz de la RCA), conjuntamente con Huges Communications comenzó a usar video digital y tecnología de compresión (fibra óptica) para ofrecer a sus usuarios 150 canales de TV.

Los usuarios podrán confeccionar sus programaciones a medida: por ejemplo, de noticias. Como las noticias llegan en forma digital, es sumamente fácil recibir y grabar una emisora de radio, mirar por televisión o, en su defecto, sacar artículos de interés impresos en su telecomputadora digital.

El periodista Frank Vizard de cuyos artículos he sintetizado esta información, nos dice: "Thomas Jefferson señaló que la información es la moneda de la democracia". Seguramente gracias a la gran carretera de la información es probable que esta moneda llegue a más manos que nunca antes.

Situaciones extremas

Salgamos de la especulación científica y miremos la realidad de América Latina:

A 1994, concentra una población de 436.214.000 habitantes con una densidad de 53 habitantes por km², concentrados en gran mayoría en las áreas urbanas. La población rural es de 114 millones de habitantes.

La tasa promedio de crecimiento es de 1.9 anual (0.5 los países desarrollados). Al finalizar el siglo se prevé llegar a 526 millones de habitantes.

El país más poblado es Brasil, seguido de México con 154 y 85 millones, res-

pectivamente. El menos poblado Panamá con 2.5 millones.

En los últimos veinte años, América Latina ha pasado de un predominio rural a una mayor población urbana. En 1994, el 74% de la población habita en la zona urbana. En la actualidad la tasa de natalidad llega a 27.0 y la de mortalidad 7.0.

UNICEF señala que la realidad socio económica de Latinoamérica es una de las más complejas del mundo. En la región, de gran diversidad étnica y cultural y pródiga en recursos naturales, coexisten situaciones extremas, pues de México a la Patagonia encontramos "la miseria más estremecedora junto a una riqueza inverosímil".

En Caracas, Río de Janeiro, Santiago de Chile o Bogotá, junto a los grandes edificios se encuentran los barrios marginalizados, de quienes están en el límite de subsistencia. De acuerdo con un informe de UNICEF, cerca de 200 millones de latinoamericanos y caribeños se encuentran en estas condiciones. Es decir, casi la mitad de la población actual de la región. De este altísimo porcentaje de pobres, más de 78 millones tiene menos de 18 años.

Población desinformada

Según el inventario de medios de comunicación en América Latina, realizado por CIESPAL, existen mil ciento cincuenta diarios, cinco mil ochocientos setenta y seis emisoras, quinientas noventa y cinco estaciones de televisión. La circulación de la prensa diaria es de treinta y un millones de ejemplares, correspondiendo setenta y un ejemplares por mil habitantes. En comparación, Japón alcanza a quinientos cincuenta ejemplares por mil habitantes, Alemania Federal quinientos cincuenta, Reino Unido cuatrocientos catorce y Estados Unidos, doscientos setenta y ocho.

La radio es sin duda el medio de mayor penetración en la población latinoamericana y cubriría un 75% del total de esta población. El 82% de los medios pertenecen a la empresa privada, así: prensa 92%, radioemisoras 85%, estaciones de televisión 71%. Los radios culturales y educativas alcanzan el 7%. Las estaciones de televisión culturales 10% del total de la región. Periódicos locales, 66%. Radios de alcance local 57%. Estaciones de TV. de alcance local 50%.



Zanqueros en el centro histórico de Quito

Edison León, Ecuador

Al sintonizar una emisora en cualquier país latinoamericano encontramos que los programas musicales abundan. Se puede escuchar música a todas horas generalmente bajo la modalidad de disc jockey, que satisface a diferente tipo de público.

Los programas informativos ocupan el segundo lugar y los deportivos el tercero. De acuerdo con una investigación realizada por CIESPAL en 1990, en una muestra de casi cien emisoras latinoamericanas se encontró que el 94% tenía como base de su programación los programas musicales, el 87% transmitían noticieros y el 52% tenía programas deportivos.

Remitiéndonos a esta misma investigación se detectó que menos de la mitad de emisoras (45%) transmitía en la semana programas educativo-culturales con temas de ciencia y tecnología, alfa-

Frente a la gran tecnología como la de la "autopista de la información" ajustada a los cambios macroeconómicos del neoliberalismo, se impone un proceso como el de la emisora popular que rescate la posibilidad de informar a los sectores desinformados de la comunidad rural, dispersa y urbano marginal.

betización, historia, leyendas, información artística y cultural, salud, literatura, ecología y temas de interés social. Esos programas se pasaban en mayor proporción en las radios comerciales.

En cuanto a la televisión la investigación demostró que la tendencia de difusión es fundamentalmente de entretenimiento (75%): seriales, telenovelas, largometrajes, programas deportivos, programas infantiles, etc. Las telenovelas ocupaban 736 horas semanales. Los informativos ocupaban el segundo lugar con el 6% y los programas denominados educativos o culturales llegan a penas al 5% de la programación total.

No es necesario una profundización en el análisis estadístico para observar que existe un 35% de población desinformada o mal informada. Esta población desinformada se concentra en la zona rural, en especial en las serranías andinas y en la población urbana marginal. La concentración de este sector social al parecer sería mayor en las grandes ciudades que en el campo.

El politólogo alemán Herman J. Hillman califica a la problemática social de los campesinos de los Andes, como una población con "sabiduría acorralada". El desarrollo, la modernización y el progreso, nos dice, no son expresiones de evolución armónica dentro de su cultura y su sociedad.

Por su parte, Hernán Uribe en un estudio sobre la "desinformación para la agresión" analiza el ángulo cuantitativo de la desinformación y considera que influye en el comportamiento de la comunidad y, por lo mismo, en el desarrollo de los acontecimientos.

Miguel Urioste economista agrario boliviano plantea que: "en los últimos años se hayan escrito centenares de miles de páginas con estudios, ensayos, investigaciones, sobre el campesinado de América Latina, de cuya cuidadosa selección se pueden extraer aportes significativos, pero que no han sido suficientes para que planificadores, organismos internacionales y gobiernos se convenzan de la imperiosa necesidad de cambiar los actuales patrones de desarrollo en nuestros países, incorporando a los campesinos (y a la población urbano marginal), su cultura, sus valores étnicos y sociales, su racionalidad productiva, como dinamizadores del desarrollo socio económico, así como el fortalecimiento de nuestras identidades nacionales".

Información endógena

CIESPAL a través de su departamento de investigación propuso a la Organización de Estados Americanos un proyecto de "Comunicación y desarrollo comunitario" e implementó una experiencia de producción de programas radiales en siete comunidades campesinas en la provincia de Cotopaxi, mediante la capacitación de informadores en comunidades de segundo grado, los que trabajaron en pequeñas cabinas de grabación. Radio Latacunga tuvo una acción decisiva en el resultado de esta experiencia al ofrecer sus espacios para la difusión de los programas preparados por los campesinos.

Esta experiencia permitió visualizar un proceso de comunicación en zonas tradicionalmente desinformadas, a la vez que revalorizar la cultura, rescatar la "sabiduría campesina acorralada".

Esta es una de las razones para destacar la importancia de la radio comunitaria con espacio propio en sectores sociales, urbanos marginal y campesinos al procurar una adecuada información endógena en zonas antes desinformadas.

El trabajo comunitario a través de centenares de radioemisoras comunitarias, el de organizaciones mundiales como UNESCO, AMARC, ALER, la Universidad de Calgary en el Canadá, entre otras nos permite vislumbrar una seria posibilidad de expansión de la radio comunitaria en la próxima década.

Sin embargo, aún había que vencer múltiples obstáculos y dificultades antes de conseguir la "democratización de las comunicaciones", resistencia de determinados sectores de comunicación al avance del proceso, inadecuada legislación o carencia de leyes que permitan el libre funcionamiento de la radio popular, peligro de penetración cultural orientada a la dependencia, dificultades de autofinanciación, para citar unos pocos.

Frente a la gran tecnología como la de la "autopista de la información" ajustada a los cambios macroeconómicos del neoliberalismo, se impone un proceso como el de la emisora popular que rescate la posibilidad de informar a los sectores poco informados o desinformados de la comunidad rural, dispersa y urbano marginal.

La propuesta de ALER para la consolidación de una cadena continental y varias cadenas nacionales, con utilización de tecnología adecuada permitirá a los pueblos pobres de la región:

- Identificar personas y grupos comunitarios con un deficitario acceso a los medios de comunicación.
- La utilización de comunicaciones de doble vía, requisito indispensable para la democratización de las comunicaciones.
- Concientización comunitaria y participación popular en los procesos de cambio.
- Conocimiento de la problemática de su comunidad y priorización de los temas como: medio ambiente, salud, familia, mujer y niño.
- Creación o reforzamiento de una identidad local e incremento de la capacidad de convocatoria. ●