

# 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

№ 202 - Septiembre 1988 - 675 Ptas.



## ENTREVISTA

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

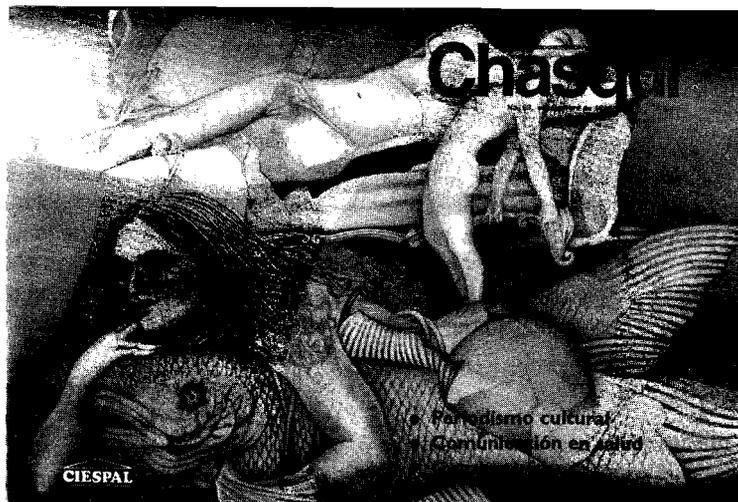


85 NOTICIAS

87 ACTIVIDADES DE  
CIESPAL

RESEÑAS

88 Revistas Iberoamericanas de Comunicación  
*Daniel E. Jones*



## PORTADA Y CONTRAPORTADA

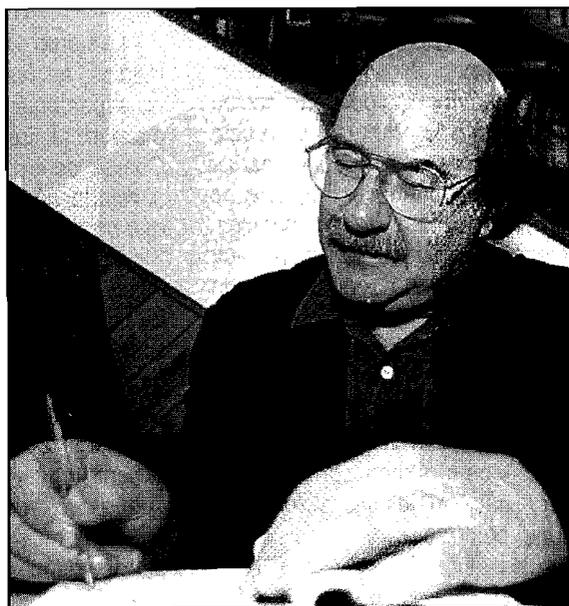
CAROLE LINDBERG

"SIRENAS", 1993

Técnica mixta sobre papel.

56 x 76.5

# ¿Terminó la guerra entre literatura y televisión?



*Para muchos intelectuales, "con la expresión de un cuervo", la TV constituye el principal enemigo de la lectura: mientras crece el número de televidentes y el tiempo de exposición al medio, decrece el de lectores y horas de lectura. Sin embargo, un armisticio ha empezado a declararse en esta guerra y un camino compartido ha empezado a transitarse entre TV y literatura. Uno de los ejemplos más conspicuos y exitosos es el "Show de los libros" que Antonio Skármeta mantiene desde hace 6 años en la TV internacional. En esta entrevista nos da a conocer algunas claves de ese exitoso "cese al fuego".*

**A**sí como los Capuleto y los Montesco se odian a muerte en la obra *Romeo y Julieta*, de William Shakespeare, así también las palabras (literatura) y las imágenes icónicas (televisión y cine) parecían condenadas a un enfrentamiento eterno y feroz.

Prueba de ello es que muchos literatos han condenado el "entretenimiento banal" de la "caja boba", como han denominado a la televisión, a la que consideran un verdadero atentado contra la lectura y los lectores. En cambio, varios productores de televisión han señalado que

MARTHA CECILIA RUIZ, ecuatoriana. Comunicadora social.

la gente encuentra en los programas televisivos nada más y nada menos que aquello que quieren ver y oír (espectáculo y diversión ligera), por lo que un intento por cambiar las pautas de consumo y programación, hacia programas culturales, por ejemplo, resulta difícil y además riesgoso, sobre todo si se pretende conseguir una audiencia masiva.

Pero incluso los Montesco y los Capuleto son capaces de dejar a un lado las diferencias y seducirse mutuamente. Por eso, Romeo y Julieta se enamoran y prefieren la muerte a vivir separados por los odios familiares. Así mismo, las obras de William Shakespeare, venerado en el mundo literario como la piedra angular de las letras anglosajonas, han servido de

fuente de origen de unas 260 películas desde 1899, año en que se estrenó el primer Hamlet cinematográfico.

Algo parecido ha sucedido con otras obras literarias, desde los clásicos, como *Edipo Rey*, llevada al cine por el italiano Pier Paolo Pasolini; pasando por *Tieta*, de Jorge Amado, que se convirtió en una telenovela de la *Red Globo* de Brasil; hasta la novela chilena *Ardiente paciencia* (1983), que salió de los anaqueles para convertirse en la película *El cartero de Neruda* (1996), nominada a cinco Oscars de la Academia de Hollywood.

Y es justamente el autor de *Ardiente paciencia*, el chileno Antonio Skármeta (*Tiro libre*, *Soñé que la nieve ardía*, *Matchball*), quien parece encarnar el ne-

xo vivo entre literatura, televisión y cine. De paso por Ecuador, en agosto pasado, Skármeta dictó una conferencia, en Quito, precisamente sobre esta supuesta "Guerra entre literatura y televisión".

### La TV como género literario

Créalo o no, la literatura tiene que ver con el deporte, la cocina, el amor, la ciudad, los burdeles, la canción popular, la cárcel e, incluso, el pelo. Y es justamente en esta relación, entre libros y cotidianidad, en donde se esconde una de las tantas posibilidades de "cese al fuego" en la guerra entre literatura y televisión. Antonio Skármeta lo sabe muy bien y por eso ha explotado esta relación en un programa televisivo que intenta "mostrar, sin enseñar, que la metáfora, o la imaginación verbal, está repartida en la gente de manera tan generalizada como el sentido común de Descartes. Es decir, que la gente tiene la poesía y la comparación metafórica en la punta de la lengua"

Sonriente, grueso y algo calvo, Skármeta es, desde 1992, el conductor y mentalizador del programa de televisión chileno "El show de los libros", que se transmite a todo el mundo por cable (*People and Arts* y *Discovery*). Además, es guionista de cine y televisión y dirigió, en 1983, la película *Ardiente paciencia*, que rescata la historia de su libro, centrado en la figura del poeta chileno Pablo Neruda.

Según Skármeta -57 años- literatura y televisión no tienen, necesariamente, que estar en guerra. Es cierto -dice- que la televisión pone a consideración del espectador una oferta extensa pero reiterativa; pero también es cierto que se puede ofrecer algo diferente y, sobre todo, entretenido.

Y es que, según el escritor chileno, la televisión es un género literario y, en esa medida, la pantalla y las luces son un soporte para crear, tanto como el papel en blanco. "Como crecí con los medios de comunicación, me resulta bastante fluido el tránsito de la esfera de la imagen literaria a la imagen fílmica", dice, y agrega que la televisión es un medio nuevo y expresivo que puede ser utilizado para crear o hablar de arte y sin necesidad de caer en lugares comunes.

La idea de producir "El show de los libros" nació cuando Skármeta regresó a su país, después de un exilio de 12 años en Alemania. "Entonces, escuché que los

intelectuales seguían despreciando la televisión como medio expresivo. Ellos decían que la televisión no había cambiado mayormente desde sus inicios como 'caja idiota', por lo que no había ninguna razón para suponer que desde allí pudiera surgir alguna propuesta que alentara la fantasía y excitara la curiosidad de los espectadores para otra cosa que no fuera la mera entretención banal". A Skármeta le apenaron estas opiniones, pues, según dice, él pertenece a una generación que creció mirando televisión y adora el cine. "Desde muy temprano -señalé- amé la relación que había entre el arte y el arte que se establece como comunicación, ese que salta al espacio público y convierte en tema de conversación a los actores, las historias de fantasía, las películas de Hitchcock o los labios de Marilyn Monroe".

En efecto, en ese entonces había dos grupos de intelectuales: por un lado estaban aquellos, "con la expresión de un cuervo" (con mirada dura y chaquetas de cuello negro y subido, como dice Skármeta), que miraban con desprecio a la televisión; por otro, aquellos que pensaban que un escritor puede trasladarse de medio y también allí resultar expresivo. Antonio Skármeta pertenecía al segundo grupo, así que acudió a *Televisión Nacional de Chile* y propuso crear un programa que zanjara la disputa ciega entre el libro y la televisión. "Quería hacer algo para llevar el libro al espacio público y sacarlo de los anaqueles, de las universidades, de las librerías y de las penumbras en las que ha caído por el atractivo de los nuevos medios electrónicos", cuenta.

### Libros, vida cotidiana y TV

Pero, en América Latina no es fácil lanzarse a la aventura de crear un programa cultural. Muchos intelectuales lo han intentado, pero los programas, con escasísimo público, han terminado por sucumbir. Los productores de *Televisión Nacional de Chile* tomaron en cuenta estos antecedentes cuando aceptaron la propuesta de Antonio Skármeta. Por ello, el programa empezó con un ánimo bastante disminuido, un presupuesto casi invisible y la salvaje competencia de una programación que, como dice el escritor chileno, entretiene con chistes de doble sentido, modelos que mueven la colita y, en definitiva, una espantosa "reducción de la realidad, que es más potente y

creativa" (basta ponerse a pensar en todas las estrategias que encuentran los latinoamericanos para sobrevivir).

Pero, "El show de los libros" lleva en el aire cerca de seis años sin interrupción. Su *rating* ha subido como espuma e, incluso, el programa ha recibido varios premios internacionales (el último es el premio 1997 del Mercado Iberoamericano de la Industria Audiovisual al Mejor Programa de Televisión y al Mejor Programa de Entretenimiento). ¿Cómo ha conseguido todo ese éxito? Con un poco de ingenio y, principalmente, relacionando los libros con la vida cotidiana.

La estrategia, señala Antonio Skármeta, es acercar los libros a la gente, pues muchas personas todavía tienen un respeto pavoroso por los libros o consideran que el acto de leer es fatigante. "En las escuelas, los maestros han hecho leer a los estudiantes libros que no tienen nada que ver con sus experiencias de la vida cotidiana; los abrumaron en

**E**n definitiva, el programa tiene que ser un espectáculo, pues se trata de la televisión, y tiene que basarse en la literatura y sus imágenes. Para lograrlo, no hay necesidad de comprometer a los telespectadores a leer, sino, más bien, de proponer al público la convivencia no intencional con imágenes que provienen o se asocian al mundo de los libros y los autores.

una edad inoportuna con algunas lecturas espantosas", dice, y explica que por ello el libro está estigmatizado como algo arduo y que recuerda un tiempo de esfuerzos y no de diversión.

Frente a esta cruel realidad, "El show de los libros" ha intentado ligar lo cotidiano de la gente con imágenes y temas arrancados de ciertas obras literarias. Por ejemplo, en el programa pelo y literatura el espectador común y corriente se mira a sí mismo asistiendo al barbero o al peluquero de la esquina; mientras tanto, y muy sutilmente, es insertado, a través de una dramatización, en el cuento del colombiano Hernando Téllez, *Espuma, nada más*, que polemiza sobre la violencia, el perdón y el olvido, y tiene como protagonistas a un barbero y a un sanguinario general que fusila a sus presos. En el programa no puede faltar el humor, la música popular, las imágenes cotidianas, ni la ironía. Por eso, el lenguaje que utiliza el conductor es lúdico y de esta forma introduce a los televidentes en las obras de escritores que "no tienen pelos en la lengua" ni "un solo pelo de tontos", entre ellos, García Márquez o Baudelaire, que hablan y recitan sobre el sensual y cotidiano pelo.

Con esta misma propuesta, Skármeta ha entrevistado a Nicanor Parra sobre la literatura y el primer amor y ha metido un caballo al set de televisión para leer, con la presencia de Rocinante, un diálogo de *El Quijote*.

En definitiva, el programa tiene que

ser un espectáculo, pues se trata de la televisión, y tiene que basarse en la literatura y sus imágenes. Para lograrlo, no hay necesidad de comprometer a los telespectadores a leer, sino, más bien, de proponer al público la convivencia no intencional con imágenes que provienen o se asocian al mundo de los libros y los autores. Esto significa que "en el programa está prohibido señalar con el dedo, y decir ¡lea!". La curiosidad por la lectura se puede despertar sin necesidad de ser didácticos, ni pomposos, ni serios, ni formales. Tampoco hay necesidad de santificar la literatura. "Solo se debe seducir con los instrumentos estéticos de que se dispone".

#### **Relaciones y diferencias, pero no guerra**

Varios escritores han sido embrujados por las imágenes del cine y la televisión. Gabriel García Márquez tiene relación directa con la Escuela de Cine de La Habana, Cuba, y ha escrito varios guiones para cine y TV; la francesa Marguerite Duras ha dirigido varias películas, mientras Antonio Skármeta está a cargo del guión de *Eva Luna*, la novela de Isabel Allende que pronto será llevada al cine.

Entonces, palabras e imágenes icónicas ya no están en abierta confrontación. Es más, muchos escritores reconocen el poder de los medios electrónicos, y lo utilizan. Jorge Amado decía que en 1974, cuando el libro *Gabriela* fue publicado,

vendió 800.000 ejemplares en Brasil, mientras la telenovela, de la *Red Globo*, fue vista todas las noches, durante varios meses, por 20 millones de telespectadores, y eso solo en su país. Cientos de personas que no saben leer, algunos que no tienen tiempo ni paciencia de hacerlo, y otros que no tienen capacidad económica para comprar libros, se sientan delante de la televisión y ven.

"Es que el poder difusor del cine y la televisión es inmenso; además, el guión, que es un texto escrito, los relaciona a ambos con la literatura", dice Antonio Skármeta, y agrega que él, personalmente, aprendió a narrar mirando películas de cine como *West Side Story*, *Sunset Boulevard* o *Nido de ratas*, con Marlon Brando. "Hoy, en el momento que construyo mis novelas, tengo el hábito espontáneo de darle una suerte de montaje y de elegir imágenes que después puedan ser expresadas fílmicamente", señala.

Claro que también hay evidentes diferencias entre escribir un libro y elaborar el guión de una película. "En la literatura es posible buscar lo que quieres hacer mientras estás escribiendo, mientras que en el guión tienes que saber de antemano lo que quieres decir". O sea, "escribir una novela es una aventura sin puerto final", donde uno deja que todos los factores emocionales e intuitivos surjan desordenada y naturalmente, mientras en el guión hay que proceder de manera más orgánica y saber dónde se va a poner el pie un minuto más tarde. ●

## **ECUADOR Debate**

**Publicación cuatrimestral del Centro Andino de Acción Popular**

**No. 44**

**Agosto de 1998**

### **DESCENTRALIZACIÓN: ENTRE LO GLOBAL Y LO LOCAL**

Suscripción anual: exterior US\$ 24, Ecuador S/. 55.000,00

Ejemplar suelto: exterior US\$ 9, Ecuador S/. 20.000,00

Diego Martín de Utreras 733 y Selva Alegre.

Fax: (593-2) 568 452

Apartado aéreo 17-15-173 B. Quito - Ecuador

E-mail: caap1@caap.org.ec

