

Chasqui

Revista Latinoamericana
de Comunicación

No. 52 - NOVIEMBRE 1995

Director

Asdrúbal de la Torre

Editor

Fernando Checa Montúfar

Consejo Editorial

Jorge Mantilla Jarrín

Edgar Jaramillo

~~Luís Castro~~

Nelson Dávila

**Consejo de Administración de
CIESPAL**

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

Roberto Passailague,

Ministro de Educación.

Byron Morejón,

Mín. Relaciones Exteriores.

~~Luís Castro, UNP.~~

~~Luís Castro, UNP.~~
Mario Chávez, UNESCO.

Louis Hanna Musse, AER.

León Roldós, Universidad Estatal de
Guayaquil.

Edgar Jaramillo S.

FENAPE.

Asistente de Edición

Martha Rodríguez

Portada

Gustavo Cáceres

Impreso

Editorial QUIPUS - CIESPAL

Chasqui es una publicación de CIESPAL.

Apartado 17-01-584. Quito, Ecuador

Telf. 506 149 544-624. Telex: 22474

CIESPAL ED.

Fax (593-2) 502-487

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

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

NOTA A LOS LECTORES

El periodismo y la literatura son ejercicios escriturales que han suscitado discrepancias abismales entre sus grandes exponentes. Ahí está, por ejemplo, la drasticidad de Borges quien afirmaba que "el periodismo distorsiona la mentalidad del escritor" o la neutral de Hemingway: "el trabajo periodístico no le hará daño a un escritor joven y podrá ayudarlo si lo abandona a tiempo" o la de uno de los más grandes en los dos campos, Gabo: "el periodismo me ha sido muy útil en el oficio literario, me enseñó recursos para darle validez a mis historias" o, en tono muy similar, la del ecuatoriano Raúl Andrade quien definía al periodista como "un escritor que publica su obra en los periódicos". En todo caso, sobre **Periodismo y literatura** la polémica es muy antigua. Sin duda, este tema que *Chasqui* lo presenta por primera vez será de mucho interés para nuestros lectores, pues reúne artículos de connotados escritores-periodistas y, también, sobre connotados periodistas-escritores.

Si bien, en 1895, Marconi y Popoff no transmitieron la voz humana (esto lo haría Reginald Aubrey Fessenden, en 1906), su experiencia de transmisión inalámbrica de mensajes en clave morse se convirtió en un hito importante de la historia humana. No obstante el desarrollo vertiginoso de otros medios de comunicación, especialmente de la TV., el siglo XX puede llamarse **El siglo de la radio** por el servicio y la trascendencia que este medio, el medio por excelencia, ha tenido en el desarrollo de la sociedad. En este módulo ofrecemos artículos que dan una visión panorámica de lo que ha sido y es "la mayor pantalla del mundo" como gustaba a Brecht llamar a la radio.

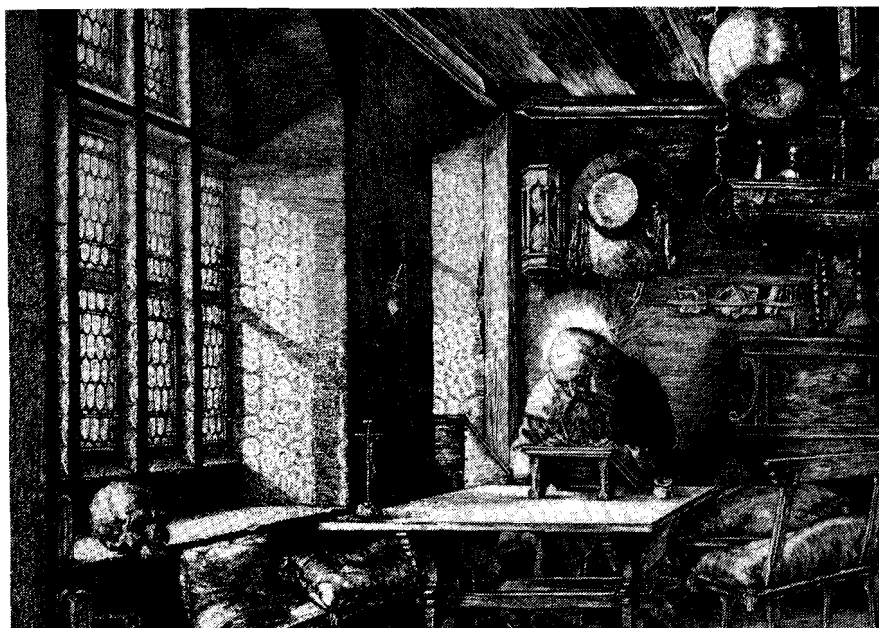
Terremoto de México (1985), erupción del Nevado del Ruiz (1985) y deslave-embalse de La Josefina, Ecuador (1990). Si bien estos desastres se produjeron hace algunos años, el análisis del papel que desempeñaron los medios tiene mucha actualidad por la función educativa (por tanto, preventiva) que deben tener, más aún debido a las frecuentes e intempestivas catástrofes que sufre nuestro continente. Los artículos correspondientes provienen del seminario sobre **Comunicación y Desastres Naturales** que realizó la UNESCO en junio de este año, en Quito. Además, esa función educativa y preventiva de los medios, adquiere una relevancia fundamental cuando de lo ambiental se trata pues las catástrofes que al respecto se presentan, de manera creciente, demandan un trabajo más responsable de los medios y mayor preparación de los periodistas.

¿Quiénes y qué se debería hacer si alguna inteligencia extraterrestre nos visita? Un análisis sobre el tema y propuestas a los medios entregamos en **Para el debate**. Incluimos un artículo sobre los logros de algunas ONG's para incorporar la comunicación en los planes de acción, luego de Beijing 95, y un agudo análisis sobre lenguaje y género.

Nuevamente, las páginas plurales de *Chasqui* están abiertas a los colegas de América Latina y el mundo que las quieran aprovechar para el debate y el intercambio de pareceres acerca del multifacético mundo de la comunicación.

PERIODISMO Y LITERATURA

Son aguas de un mismo caudal o trabajos excluyentes? La polémica es antigua: desde las crónicas de indias, maravillosa simbiosis de estos dos ejercicios escriturales, hasta algunos escritores contemporáneos que rechazan el trabajo periodístico.



EL SIGLO DE LA RADIO

- 4 De hoy a la eternidad
Jorge Enrique Adoum
- 8 Aguas de un mismo caudal
Carlos Morales
- 12 ¿Trabajos excluyentes?
Pedro Jorge Vera
- 14 Las crónicas de indias:
¿periodismo o literatura?
Olga Fernández
- 17 Una agencia de prensa
llamada José Martí
Julio García Luis
- 20 Rodolfo Walsh: el peso del
cuerpo en la palabra
Alejandro Luna
- 23 Nicolás Guillén: el olor a tinta
Joaquín G. Santana
- 26 Carpentier: cronista de su
tiempo
Alejandro Querejeta
- 30 Osvaldo Soriano: "ante todo
soy un escritor"
Juan Carlos Calderón

Desde la primera transmisión inalámbrica, 1895, hasta nuestros días, la radio ha sido el medio por excelencia. Ofrecemos una panorámica de lo que fue, es y debe ser "la mayor pantalla del mundo".

- 32 La radio: aquellos primeros
años
Luis Dávila Loo
- 36 El instrumento de la intimidad
Santiago Rivadeneira A.
- 40 En defensa de la radionovelas
Lola García V.
- 44 Ritualismo jurídico o derecho
a las comunicaciones
Arturo Bregaglio
- 47 Radio, jóvenes y el tercer
milenio
Sandro Macassi
- 51 ¿Qué hace comunitaria a una
radio comunitaria?
José Ignacio López Vigil
- 55 Una entrada popular al
Internet
Bruce Girard



COMUNICACION Y DESASTRES

Puesto que es imposible predecir con precisión los desastres naturales, la educación y la prevención son ineludibles. En este sentido, los medios deben cumplir un papel importante en los desastres cíclicos y en aquellos que se derivan de los conflictos ambientales.

- 58 Terremoto en México (1985): enfrentar la emergencia
Javier Esteinou M.
- 62 Nevado del Ruiz: lecciones para la comunicación
Patricia Anzola W.
- 66 En medio del aislamiento
Susana Klinkicht
- 70 Cinco frases que hacen crecer la nariz de Pinocho
Eduardo Galeano
- 75 Del conflicto rojo al conflicto verde
Hernán Dinamarca
- 79 Periodismo ecológico: propuestas
Fernando Checa M.



PARA EL DEBATE

- 83 Comunicación y extraterrestres
Peter Schenkel
- 87 Beijing: comunicación, tema estratégico
Sally Burch

- 91 IDIOMA Y PERIODISMO
Lenguaje y discriminación de la mujer
Susana Cordero
- 95 ACTIVIDADES DE CIESPAL
- 97 AVISOS
- 98 RESEÑAS



NUESTRA PORTADA

Taky Onkoy. Oleo sobre tela, 60 x 40, de GUSTAVO CACERES.

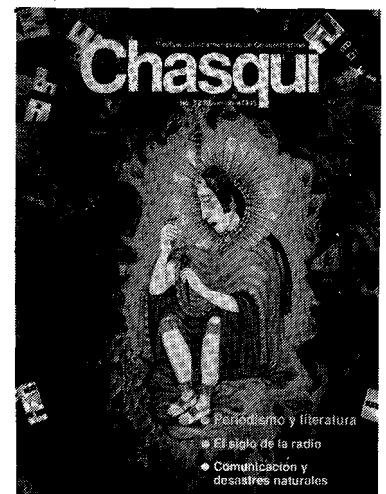
Serie "Iconos de los Andes"

El autor es ecuatoriano y su obra ha sido expuesta a nivel nacional e internacional.

Telf. (593-2) 532 326

DISEÑO PORTADA Y CONTRAPORTADA

ARTURO CASTAÑEDA V.



Terremoto en México (1985): Enfrentar la emergencia

En los últimos 30 años, los medios electrónicos de información en México han operado en función de cuatro principios de reproducción del orden establecido: la lógica de acumulación de capital, la lógica de la legitimación del sistema, la lógica de la evasión de la realidad y la lógica de la atomización de la conciencia. Dentro de este modelo, se ha marginado el empleo de los canales de información para el impulso de proyectos de desarrollo social.

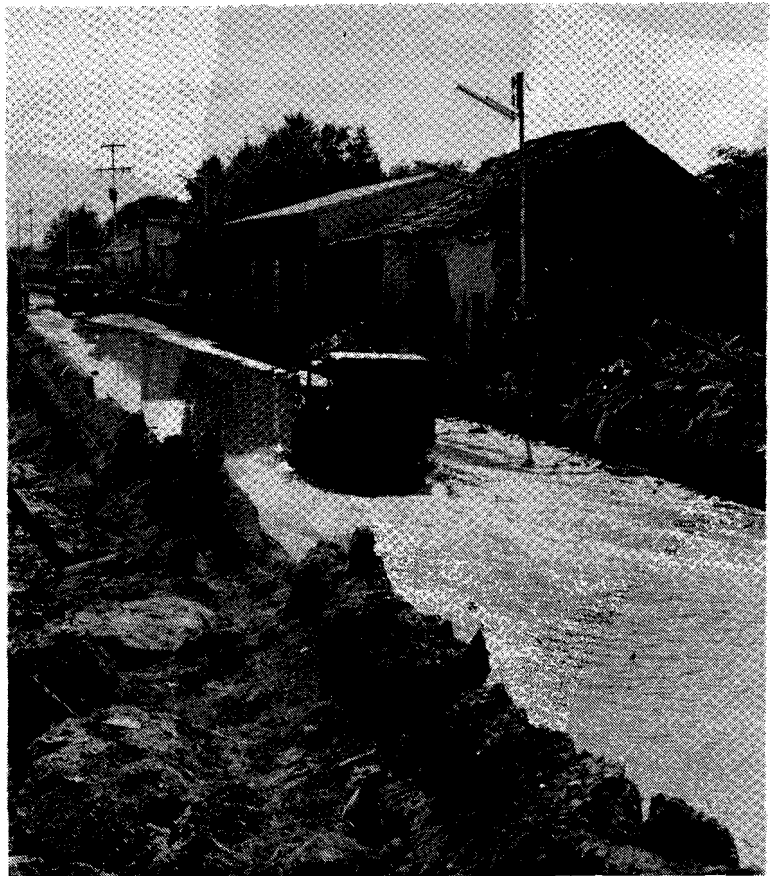
Sin embargo, el 19 de septiembre de 1985, el terremoto hizo que los medios cambiaran drásticamente su transmisión cultural. Los medios que sobrevivieron reaccionaron y alteraron por algunos días sus tendencias y lógicas de producción de la tradicional cultura de masas. Frente al desastre no hubo tiempo para esperar la ayuda internacional, ni para diseñar un proyecto meditado de difusión de información, por lo que aceptando las circunstancias radicales de la situación de emergencia improvisaron un desordenado y contradictorio, pero a la vez, útil programa de conducción social. Así, se olvidó por unas semanas la división y competencia entre instituciones públicas y privadas y, tanto medios oficiales como comerciales, trabajaron durante varios días con todo su poder tecnológico de movilización, convocatoria y persuasión de la población en una sola línea de apoyo social: el rescate de las víctimas, la asistencia a los dañados y la reorganización de la ciudad.

Organizadores culturales

Aprovechando su capacidad de relación ampliada con los receptores y ocu-

DR. JAVIER ESTEINOU MADRID, mexicano. Profesor Investigador del Departamento de Educación y Comunicación de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México, D.F.

El autor analiza el papel que tuvieron los medios de comunicación en el tratamiento del Terremoto de México en 1985, para aprovechar las experiencias logradas y rescatar las enseñanzas que nos permitan avanzar en este difícil terreno de las emergencias nacionales. Plantea la urgencia de elaborar una "Cultura básica de enfrentamiento de las emergencias nacionales", cultura preventiva que nos permita encarar de mejor forma los desastres, tan frecuentes en nuestra región.



Ag 05 Pérez-Luna

pando los espacios tradicionales que momentos antes le correspondían al teléfono, al telégrafo y al télex, que quedaron destruidos e inutilizados en un alto porcentaje; los medios de comunicación sobrevivientes se convirtieron en el principal sistema nervioso de la ciudad y actuaron como grandes organizadores culturales que enlazaron las urgentes demandas de auxilio con los apoyos de la colaboración espontánea que ofrecieron la multitud de ciudadanos afectados indirectamente.

Los medios recobraron el único sentido que los puede justificar en el país: su carácter altamente social. Desde la radio y la televisión se produjo un intuitivo y espontáneo proyecto de educación de masas que se expresó a través de un permanente flujo de dirección auditiva y visual que gobernó a la capital en estado de emergencia.

Así, a través de los medios se sensibilizó a la ciudadanía de la gravísima realidad que se vivía y se informó de los apoyos de urgencia que exigía la sobrevivencia social. Durante más de una semana se produjo un ambiente cultural que osciló desde la aportación de medicinas para hospitales, Cruz Roja, centros de emergencia y puestos de socorro; hasta la donación de cascos, tiendas de campaña, serrucho de concreto para las cuadrillas de rescate que tenían que remover los escombros. El informe de la localización de los refugios, centros de auxilio, heridos trasladados de un hospital a otro, personas extraviadas, instrucciones generales frente al desastre, realización de llamadas angustiosas a las cuadrillas de rescate, solicitudes por parte de las autoridades, anuncios de cambio de rutas de tránsito, etc.

Ante esta distribución de información de emergencia se removieron los escombros de frialdad ciudadana, acumulados durante muchos años sobre nuestras conciencias. La ruptura emocional que provocó el movimiento telúrico y que varió desde el miedo, la histeria, la angustia, la depresión, el llanto, la tristeza, el dolor, se convirtieron en un enorme movimiento de solidaridad y de heroísmo de todos los estratos sociales de la población.

Ocupar espacios perdidos

A los quince días de ocurrido el drama, los medios de información volvieron

a ser atrapados lenta y sutilmente por las lógicas del desarrollo desigual. Tendencias que más que continuar centrando la atención en la cruda situación nacional y en los difíciles caminos de la reconstrucción que había que apuntalar, la desviaron nuevamente hacia los deportes, las series de entretenimientos, las telecomedias, la publicidad, los éxitos musicales, la programación extranjera, etc.; y las realidades fundamentales de la problemática nacional, exclusivamente fueron recobradas por los noticieros y uno que otro programa o mensaje especial.

Después de la respuesta inmediatista de los medios ante el desastre, las viejas inercias del poder volvieron a ocupar, dentro de estos, sus espacios perdidos durante algunos días. De esta forma, los aparatos electrónicos volvieron a separar el corazón y la inteligencia del país, que días antes se unió en una sola expresión: la ayuda al vecino.

Esta situación fue reforzada por la proximidad de la Navidad. En 45 días de trabajo publicitario se desviaron los efectos, la energía colectiva y el presupuesto familiar hacia el consumismo. Ciclo mental que posteriormente fue reforzado por las vacaciones de fin de año en las cuales el conjunto social buscó vivir las catarsis que provoca el descanso y el olvido del peso de la crisis social acumulada durante todo el año. Realidad que fue rematada por la desorganización ideológica, especialmente de la juventud, que provocó la celebración del campeonato Mundial de Fútbol en nuestro país, en los primeros meses de 1986.

Proyecto colectivo

El terremoto nos enseñó que los medios masivos son capaces de realizar exitosamente un proyecto colectivo de apoyo al crecimiento social. Cuando todos los canales de difusión trabajan en una sola línea son capaces de producir un proceso de desarrollo social de infinitas dimensiones. Aprendimos que la conservación de un programa de promoción social, a través de las industrias culturales en situaciones de emergencia nacional o local, no se mantiene por la sola presencia de la catástrofe, por más grave que esta sea; sino que requiere la presencia y acción constante de nuevas fuerzas y actores sociales que orienten el uso de estas instituciones mentales

Ciudad de México, 19 de septiembre de 1985. Terremoto de 8.1 grados en la escala Richter

Dejó más de diez mil muertos, 5.500 desaparecidos, 7.000 heridos, 6.000 edificios dañados, 137 escuelas afectadas, 97 cines y teatros resentidos, 11 hospitales cancelados, 35 personas sin vivienda, 100.000 trabajadores sin empleo, 6 millones de habitantes sin agua potable, 4 millones sin energía eléctrica, suspensión del 60% de las comunicaciones locales y del 100% de las nacionales e internacionales. Una destrucción por más de 5.000 millones de dólares.

hacia la resolución de las principales necesidades comunitarias.

Por todo ello, uno de los desafíos centrales de la reconstrucción de nuestros países, en etapas de urgencia, se enfrenta en el terreno cultural: es aquí desde donde se moviliza solidariamente o se inmoviliza individualmente al conjunto social, frente al proyecto de reedificación de nuestras comunidades. De no trabajar arduamente en esta esfera, los monótonos ritmos de vida cotidiana y las tendencias enajenantes de la vida urbana, insensibilizan nuestra participación y convierten el anhelo de recons-

trucción de nuestra urbe y de nuestras naciones en tortuosos procesos burocráticos, como ha sucedido en México con el sismo de 1957, el temblor de 1973 en Cd. Serdán (Puebla), las recientes inundaciones y desastres naturales en el Bajío y la explosión del gasoducto en Guadalajara, Jalisco, en 1990.

Por ello, consideramos como prioridad política que la sociedad civil oriente el funcionamiento de los medios hacia la atención de los conflictos centrales que obstaculizan nuestro proyecto de desarrollo nacional, particularmente en las fases de emergencia nacional.

Cultura básica

Los siguientes 11 aspectos pueden contribuir a formar la "Cultura básica para el enfrentamiento de las emergencias nacionales":

1. Distinguir la existencia de dos tipos de catástrofes: los conflictos ocasionales, impredecibles, que aparecen repentinamente y se desvanecen en periodos cortos de vida; y los cíclicos que se caracterizan por presentarse de forma repetida en periodos de tiempo más o menos regulares.
2. Ante los desastres impredecibles los medios de comunicación tienen que informar lo más objetiva, oportuna, plural y participativamente sobre los acontecimientos espontáneos de la agresión de la naturaleza. Sobre estos eventos, el grado de control o planificación preventiva que se puede ejercer es reducido.
3. Frente a las catástrofes repetitivas, los medios tienen que enfocar a mediano y largo plazo el diseño de sus políticas de contenidos informativos, porque sobre estas realidades la acción comunicativa puede incidir con fuerza en la corrección de las consecuencias que se van a provocar. Por ejemplo, planificar los contenidos informativos ante la falta de agua que se repite todas las épocas de estiaje; ante los incendios forestales que se repiten cada temporada de sequía, etc.
4. Formar un nuevo currículo de información colectiva de emergencia que transmita una nueva racionalidad acorde con las realidades apremiantes que se enfrentan en las coyunturas de urgencia social, para educar

a la población frente a tales situaciones y provocar el cambio de conducta colectiva.

5. La construcción de la nueva propuesta de los medios no puede ser levantada desde las viejas lógicas que sostienen a los medios tradicionales sino desde las nuevas demandas de comunicación que está exponiendo la sociedad y que provienen de la solicitud de elevación de sus niveles materiales, culturales y espirituales de sobrevivencia en los momentos de urgencia social. Por consiguiente, hay que alejarse de las lógicas de mercado o de poder como directrices centrales.
6. Cada una de las realidades cíclicas debe ser analizada en su perspectiva histórica, su fase actual, sus causas, sus consecuencias, las soluciones respectivas y las propuestas de acción televisiva factibles de proponer para contribuir a resolverlas.
Cada ciclo debe precisar como mínimo el año, día y mes en que sucede cada hecho, el evento y periodo en que se efectúa, las características del fenómeno, las causas que lo originan, los efectos que produce sobre la población, las soluciones pertinentes para atenuarlo, las propuestas culturales que deban desarrollarse a través de los medios de comunicación y los efectos de cambio ideológico y afectivo que produce sobre la población.
7. Las directrices de las políticas de contenidos audiovisuales deben provenir del examen sistemático que los científicos sociales (antropólogos, sociólogos, políticos, comunicólogos, etc.) realicen sobre las necesidades centrales de emergencia de los auditorios. Esto quiere decir que los contenidos de la programación de los medios debe surgir del análisis, reflexión y discusión de los requerimientos objetivos que encara la vida de los públicos y no de la telaraña de "presiones" o "relaciones públicas" que se despliegan alrededor de las autoridades de los medios.

En la conducción política de los medios de información, especialmente en los periodos de emergencia, hay

Los medios de comunicación sobrevivientes se convirtieron en el principal sistema nervioso de la ciudad y actuaron como grandes organizadores culturales que enlazaron las urgentes demandas de auxilio con los apoyos de la colaboración espontánea.



Hacia una cultura de la prevención

que elevar a rango de prioridad estratégica el trabajo de investigación social sobre las necesidades de crecimiento material, cultural y espiritual de los espectadores, para convertirlo en el criterio guía desde el cual se construyan las políticas comunicativas de las emisoras. Así, la ofensiva del proyecto de medios ante las urgencias sociales se logrará en la medida en que su dinámica cultural parta del descubrimiento y resolución de las grandes problemáticas de superación humana y social de la población, a través de la investigación y no de los compromisos del poder público o privado.

Un nuevo prototipo de comunicación en América Latina, ante las fases de emergencia, solo podrá surgir si se parte de una profunda relación orgánica de los medios con las prioridades de desarrollo de cada región.

Situación que será aportada por la investigación y una nueva voluntad política para crecer.

8. La información producida en las fases de urgencia social debe incitar a la movilización de los auditorios hacia las propuestas de soluciones prácticas que ofrecen las secretarías de gobierno sobre las áreas del desarrollo nacional.

De esta forma, la información diseminada por los medios debe despertar y movilizar a las células básicas de la sociedad para impulsar su desarrollo. Así, por ejemplo, los paquetes de comunicación distribuidos en los hogares deben revivir a los maestros como los coordinadores más cercanos a la juventud, a la familia como el centro protector de los desvalidos, a las agrupaciones campesinas como los sectores abastecedores de alimentos, etc.

9. Los medios no deben funcionar aislados del resto de los órganos de gobierno. De no trabajar de manera conjunta se continuará produciendo toneladas de información desvinculada de las capacidades de intervención de la sociedad, y por lo tanto, retardadora del desarrollo de los grupos humanos.

Es imprescindible producir conciencia colectiva sobre nuestros conflictos de desarrollo, acorde con los programas de trabajo de las instituciones de gobierno y de las demandas de apoyo que ofrece la sociedad civil. No se puede crear niveles de expectativas colectivas más allá de las posibilidades reales de respuesta del Estado y de la sociedad civil. El éxito del desarrollo de una comunidad no se da por la sola presencia de información o conciencia sobre las problemáticas en cuestión, sino por la existencia paralela de acciones materiales y políticas que sustenten y visualicen los conflictos detectados.

10. El proyecto de comunicación pública estará cimentado sobre las problemáticas cíclicas y no coyunturales, por lo que la difusión de los mensajes deberá adelantarse a la presencia de los hechos e intentar su corrección.

Los paquetes informativos se deben difundir con antelación a la repetición de los fenómenos para propiciar las conductas colectivas correctivas que fomenten el desarrollo de las comunidades. De no adelantarse a los eventos, el proyecto comunicativo no podrá modificar los hábitos de los ciudadanos, y por consiguiente, la inversión de todo este esfuerzo se reducirá sustancialmente.

11. La modificación de las actitudes concretas guarda una relación estrecha con el porcentaje de difusión de los mensajes específicos. Si solo se difunden mensajes esporádicamente, su impacto será muy reducido o nulo.

No se debe confundir la continua presentación de mensajes, con la saturación de los mismos en el auditorio, pues el efecto será totalmente contrario al esperado. ●