

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

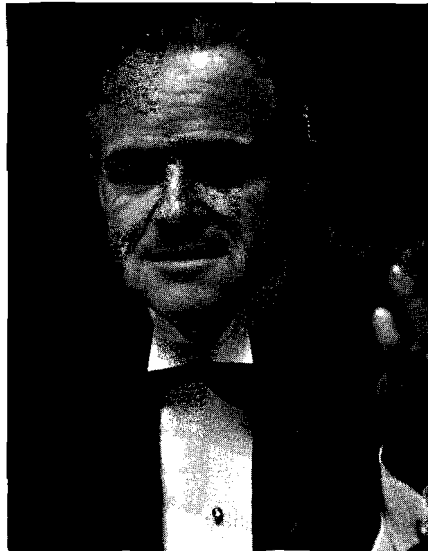
CIESPL ED.

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*.



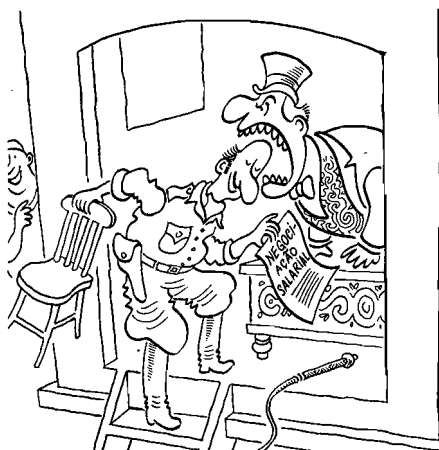
DEL LIBRO A LA PANTALLA

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



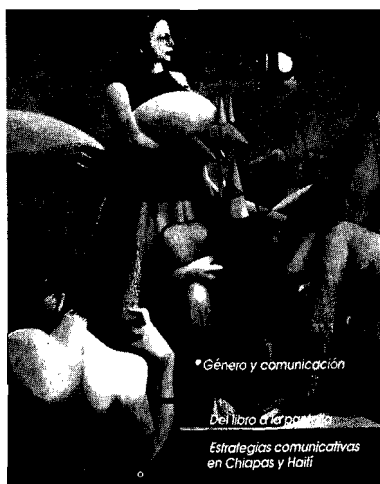
- 86** AVISOS
- 92** UNICEF
- 96** ACTIVIDADES DE CIESPAL
- 99** RESEÑAS

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



Santiago y la caricatura en Brasil

Mostrar que el rey está desnudo

Santiago es uno de los principales caricaturista brasileños. Cuatro veces premiado en el Salón de Humor de Tokio, una vez en el legendario Salón de Montreal (Canadá), una vez en Sofía (Bulgaria), una en Estambul (Turquía), una en Duisburg (Alemania Oriental). Y 17 premios en Brasil. Además de la simpatía y generosidad, su cualidad más evidente es la capacidad de indignarse con las injusticias. Crítico severo de los medios de comunicación brasileños, desmitifica el papel de la prensa en la caída de Fernando Collor de Mello. Durante una conversación acompañada del infaltable chimarrao (el tradicional mate amargo gaucho), habló también de su placer en dibujar caricaturas diarias y analizó el ininterrumpido surgimiento de profesionales del humor con refinada técnica en el estado de Río Grande do Sul.

En los primeros años de la década del 70 el joven Neltair Rebés Abreu dibujaba para el periódico del Directorio Académico de la Facultad de Arquitectura. Eran años de dictadura militar y reírse de las autoridades, inclusive las universitarias, podría costar caro. Decidió adoptar como apodo y cobertura, el nombre de su ciudad natal. De este modo surgió la firma de Santiago, marca registrada de uno de los principales caricaturistas brasileños.

La ciudad de Santiago do Boqueirao es una pequeña comunidad del interior de Río Grande do Sul (estado más meridional de Brasil), ubicada a menos de 50 kilómetros de la frontera con la provincia argentina de Corrientes. Esa proximidad ha provocado, a lo largo de las últimas décadas, un intenso intercambio de influencias culturales que se expresan principalmente en la producción del humor gráfico.

"En Santiago yo oía la radio *El Mundo*, pero no tenía contacto con los diarios argentinos. Conocí a Quino cuando vine a vivir a Porto Alegre en 1970 y pasé a querer a los argentinos. Recibí gran influencia y pasé a tener intercambio con ellos", dice.

En una edición del famoso Salón de Humor de Piracicaba (el más importante de Brasil, que Santiago ganó cinco veces) conoció a Christ y Fontanarrosa. Ante la evidencia que adoptaban el gaucho (tipo típico de la región que abarca el sur del Brasil, Uruguay y la Pampa Argentina) como tema, surgió la idea de un libro internacional: *Gauchísima Trindade*.

Hoy vive en un barrio tranquilo de Porto Alegre, 15 minutos a pie del centro de la ciudad. Dibuja cerca de ocho horas diarias, suficientes para consagrarse como uno de los artistas más premiados dentro y fuera del país. Solamente en el Salón de

PAULO DE TARSO RICCORDI, brasileño. Periodista y profesor universitario. Instructor de Televisión en CIESPAL. Los dibujos que ilustran el artículo son de Santiago.

Yomiuri Shimbun, de Tokio (el principal Salón de Humor del mundo) ganó cuatro premios: en 1980 el Premio Excelencia, en 1983 Mención Honorífica del jurado, en 1987 Medalla de Oro, y en 1989 el Grand Prix que es el más importante.

En Brasil, Santiago tiene sus dibujos distribuidos a través de la Agencia *Pacatatu* de Río de Janeiro, una distribuidora a los moldes de la *Syndicate* norteamericana. Sus tiras llegaron a ser distribuidas a ocho diarios del país, "sin embargo la crisis económica está pegando duro" y hoy tiene trabajos publicados en tres periódicos. Su principal fuente de ingresos son las ilustraciones para *House Organs*, periódicos de entidades especializadas, para publicidad y tiras educativas. Se fijó como renta mínima los mil dólares y ha conseguido mantenerse por encima de eso, sin contar los premios en los salones de humor por todo el mundo. Una ganancia superior a la que obtendría si estuviese trabajando en un diario, "y con mucho menos horas diarias de trabajo, además de disfrutar de mayor libertad de creación".

En sus primeros años de trabajo como caricaturista alimentaba el sueño de ver sus dibujos en las paredes de las humildes casas de los peones, en las más distantes haciendas de Río Grande do Sul. No fueron necesarios muchos años para que yo, viajando como reportero por el interior, encontrase sus dibujos colgados en las paredes de almacenes a la vera de caminos. Es una de sus características querer ser conocido por la gente común que puebla los rincones más distantes. También viene de ahí su pasión de publicar libros: una forma de eternizarse.

"El libro perpetúa, da un sentimiento de eternidad. Aunque el mercado editorial brasileño esté un poco cerrado, tengo proyecto de tres nuevos libros. Trabajo mucho en eso durante las horas libres", comenta. Ha publicado: *Humor macanudo* (1976), *Refandango* (1977), *Gauchíssima Trindade* (con Christ y Fontanarrosa en 1982), *Causos do macanudo Taurino Fagunde* (1982),

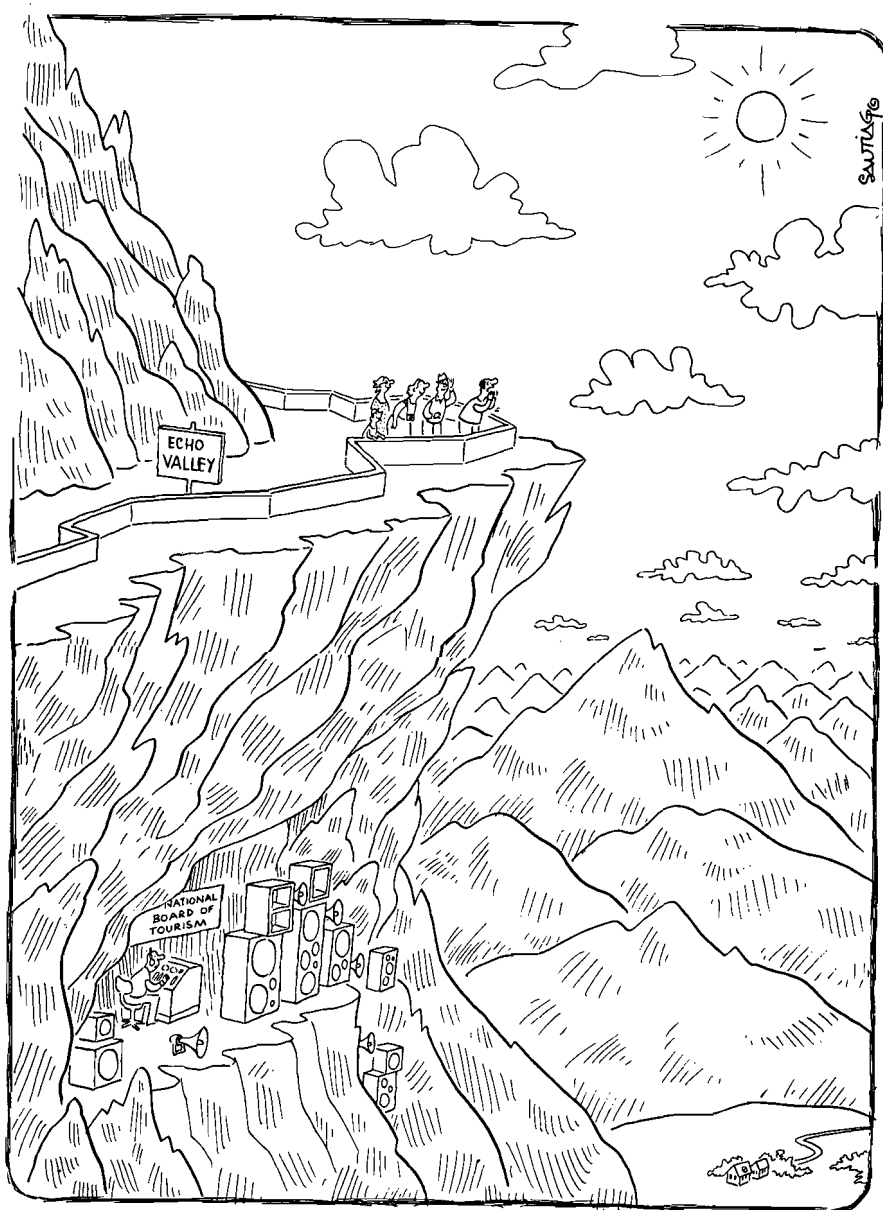
Milongas do Macanudo Taurino (1984), *Bailanta do Taurino* (1986) y *As invenções da Vó Libania* (1988).

Un poquito de sal

Santiago: Cuando se habla de libertad de los caricaturistas brasileños, se está hablando principalmente de dos de ellos: los mellizos Paulo y Chico Caruso, uno en la revista *Isto É* y el otro en el diario *O Globo*. Chico consiguió un estatus tal que le permite imponer su trabajo, y Paulo tuvo su vida facilitada porque *Isto É* siempre fue opositora de Collor. Yo no tuve ese placer. En los diez meses que dibujé para *O Estado* (*O Estado de Sao Paulo*)

50% de lo que hice fue censurado. Las cosas más folklóricas eran publicadas. Un día le dije al editor: "Yo no quiero poner pimienta. Sé que el diario es austero. Pero por lo menos, déjeme poner sal". Los demás diarios tampoco permitieron nada muy fuerte.

La misma prensa que después se vanaglorió de haber derribado a Collor, fue quien lo protegió cuando era poderoso. No publicaba nada contra él. Después que decretaron guerra a Collor, todos pudieron dibujar en contra. Ahí ya no hice más caricaturas sobre él. No me gusta golpear en cachorro muerto. Cuando estaba robando nuestros ahorros y



era poderoso, cuando la tira cómica podría tener efecto y movilizar a la población, no podíamos atacarlo.

La prensa es muy pródiga en criticar cosas que sabe no traerán consecuencias. Desde que se hable sobre ecología (del arbolito, la destrucción de la Amazonía, el agujero de ozono) genéricamente, ¡belleza!. Si hablamos específicamente de la empresa que está contaminando un determinado barrio, mostrando un tumor a extirpar, ahí no se puede. Porque la empresa contaminante es anunciante del diario o amigo del dueño, o argumenta que su industria genera impuestos para el gobierno... Puedes decir que un rey a mil kilómetros anda desnudo, pero del rey de este reino no puedes hablar.

La caricatura, la tira cómica, son piedras en el zapato de los dueños y editores de los diarios. Les gusta tenerlas, porque atraen al público. Es información visual, directa, que viene envuelta en el lenguaje del humor, es jocosa, agrada a personas que van de los 8 a los 80 años. Hay lectores que abren el diario directo en la página donde está la tira cómica. Pero, al mismo tiempo el dueño del periódico tiene que soportar al humorista, que es muy rebelde, muy poco domable. El sueño de los dueños de los diarios es el humor que hacen en la TV, donde todo queda folklorizado, apenas gracioso, sin crítica. Viven intentando domarnos. Exageran, aunque seamos virulentos, aunque el humor de por sí sea destructor, y esté siempre lidiando

con la parte negativa de las cosas, una tira cómica no derriba ningún gobierno.

Los intereses de la prensa

¿La prensa y la tira cómica tienen el mismo objetivo o solo están juntas porque una necesita de la otra?

La prensa ideal tendría el mismo objetivo. Pero la prensa en Brasil y el mundo es, ante todo, una empresa con intereses. En Brasil es portavoz de los intereses de los grupos empresariales. No se habla nada contra las privatizaciones, porque los empresarios tienen interés en ellas. Solo salen cosas a favor. En realidad tira cómica y prensa apenas conviven. No tienen los mismos intereses. Eventualmente, como fue en el final del proceso Collor, la prensa llega cerca de aquel ideal de investigación, denuncia e independencia. Pero es un hecho episódico. No hay como hacer coincidir nuestras indignaciones con las de los dueños de los diarios, y con los compromisos que tienen. Por esas razones Quino dejó de hacer dibujos de actualidad.

Está el conflicto con el editor que, quiera o no siempre es una especie de censor. Y está el conflicto de uno consigo mismo, con su autocensura: ¿será que no estoy exagerando? El humor es un condimento difícil de manejar. Puedes caer en el preconcepción, en la grosería, el mal gusto, el prejuicio, atacar minorías indefensas. La prensa tiene momentos de gran prepotencia. Y el humor tam-

bién. Estamos en una tribuna con un poder incomparablemente superior al de la persona atacada por nosotros, que no tiene el mismo espacio de defensa en su derecho a respuesta.

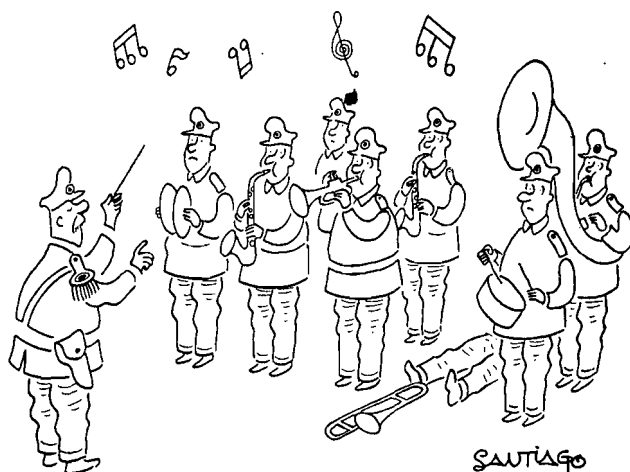
Caricatura de actualidad y tira cómica intemporal

Dibujar caricaturas de actualidad da placer. Es la sensación de que estamos siendo consecuentes con las cosas, mostrando que el rey está desnudo. Tengo algunas indignaciones políticas y la caricatura me proporciona el placer de exorcizarlas.

La diferencia entre el caricaturista y los artistas plásticos es que tenemos que estar siempre pensando en la capacidad del público en comprender nuestra obra. Para mi es fundamental ser entendido. Al final, soy un comunicador.

La tira cómica intemporal es universal, puede tener consecuencias, pero más remotamente. Es más un placer estético, el gusto de filosofar. No proporciona aquel placer (hasta político), de ver las cosas transformándose. Igual me gusta mucho hacer tiras. Digo: "voy a hacer algo para que entienda un japonés. Otra cultura, otra lengua... El vive de cabeza para abajo en relación a nosotros, pero yo dibujo y me entiende. Pienso, me siento, una hoja de papel, un lápiz y una lapicera y conseguí hacer que ese tipo entendiera todo lo que le quise decir. Eso me hizo ganar el Primer Premio, del mayor Salón de Humor del Japón. Eso





es lo bueno de la tira intemporal: la capacidad de ser universalmente entendidos, de codificar la realidad a través del lenguaje visual, saber cuáles son los temas capaces de ser entendidos en cualquier parte del planeta.

Conseguir que un tipo de Tokio o Estambul nos entienda, da hasta una cierta sensación de poder. Ese poder de comunicación universal la caricatura diaria no lo tiene. La caricatura diaria muere al día siguiente.

En la tira, en la producción para los salones internacionales, entra también la pretensión de ser artistas plásticos. Queremos que nuestro trabajo tenga también una importancia plástica, visual. En los salones de humor no hay límites de material. Se puede utilizar el color, se puede sofisticar el dibujo. La satisfacción plástica es muy grande. Además de la idea ser buena, el dibujo también puede ser bonito. Yo abogo una armonía, una igualdad de nivel entre la idea y el dibujo.

Soy un poco demorado para hacer las cosas. Para crear la idea llevo tiempo. Para realizarla llevo otro tanto. A veces dejo un dibujo por la mitad y empiezo otro, porque veo que no está bien la solución visual de la idea.

Amigos por el mundo

Además de ese placer estético, los salones internacionales dan un retorno financiero y divulgan nuestro trabajo. Y hacemos amigos en el mundo entero. Yo recibo constante-

mente correspondencia de nuevos amigos, que no conozco, (de Rumania, Francia, Rusia, Ucrania) Me carteo con todo el planeta. Ayer recibí una carta de Wladivostok. No tenía ninguna idea de donde estaba ubicado. ¡Recibo una carta de un lugar que no se dónde está ubicado!

¿Ser un artista universal te transformó?

En el sentido que descubro que el mundo no es tan misterioso, que las personas son iguales en todas partes. No soy aquel joven venido del interior, con miedo de caminar por las calles de la gran ciudad. Es muy gustoso saber que no tengo fronteras, un cierto cosmopolitismo. Estoy en el mundo gracias a mis dibujos. Lo que quería mismo era estar físicamente en el mundo.

Pero eso no me transforma personalmente, no soy ni estrella, ni poderoso, ni rico... Además un artista gráfico todavía es una persona de poca importancia en relación a los demás artistas. No tiene ni la mitad del prestigio de un músico, por ejemplo.

Además, la tira cómica o la caricatura muchas veces están en oposición a todo lo que la industria cultural es y representa.

El humor de los gauchos

¿Cómo se explica la fama y la cualidad del humor producido en Río Grande do Sul?

Ese fenómeno es impresionante. Aparecen nuevos y buenos caricaturistas, es algo único: Edgar Vásquez, Canini, Guazzelli, Bier... En nuestro estado tenemos algo importante que es la influencia de los argentinos. Ellos tienen una calidad muy alta en los dibujos. Eso debe haber influenciado en la "gurizada", del mismo modo que influenciaron los europeos super sofisticados. El otro dato es que aquí se creó un parámetro de alta calidad con los trabajos de Edgar Vásquez, que es uno de los mejores dibujantes del país.

Existe además un compañerismo que no es muy común. Yo trabajé durante dos años en un taller conjunto con Lotti y Joaquim Fonseca. Edgar Vásquez iba todas las semanas por allá. Intercambiamos experiencias. Uno auxilia al otro.

Pero yo soy muy disperso. Corro siempre el serio peligro de quedarme conversando y no dibujar nada. Además de no hacer nada, no dejar que los otros hagan... (risas). En redacciones de diarios esa característica llegó al punto de que opté por trabajar en casa y llevar la caricatura pronta al finalizar el día. En el taller con Joaquim y Lotti yo trabajaba en una pieza separada, para no escuchar las conversaciones de los otros y tener la tentación de parar el trabajo e involucrarme en el asunto (risas).

Pero trabajar en grupo ofrece enormes ventajas. ¡Cuánta técnica y trucos aprendí con otros artistas! ¡Y también ¡cuánta cosa repasé! ●