

Chasqui

Revista Latinoamericana
de Comunicación

No. 46 - JULIO 1993

Director

Asdrúbal de la Torre

Editor

Gino Lofredo

Consejo Editorial

Jorge Mantilla

Edgar Jaramillo

Thomas Nell

Nelson Dávila

Luis Castro

**Consejo de Administración de
CIESPAL**

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

Presidente Alterno, Rubén Astudillo,

Mín. Relaciones Exteriores

Eduardo Peña Triviño,

Ministro de Educación

Luis Castro, UNP

Fernando Chamorro, UNESCO.

Flavio de Almeida Sales, OEA.

Louis Hanna, AER.

Alba Chávez de Alvarado, Universidad
Estatad de Guayaquil

Fernando Naranjo Villacís, FENAPE

Asistente de Edición

Martha Rodríguez

Portada

Carole Lindberg

Impreso

Editorial QUIPUS - CIESPAL

Portada: Imprenta Mariscal

Servicios Especiales de AFP,

COMUNICA, IPS, OIP, IJI

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. Telex: 22474 CIESPAL ED

Fax (593-2) 502-487 - E-mail/correo

electrónico: editor@chasqui.ec

editor%chasqui@ecuanex.apc.org

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

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

VIDEO Y TV

L ascenso vertiginoso de la
producción del video en
América Latina no ha sido
acompañado de una ampliación
de la distribución. La TV sigue
siendo el espacio más buscado
por los videastas para difundir su
trabajo, pero a pesar del
aumento de canales y sistemas
de cable, los videos nacionales
siguen en busca de la difusión
adecuada.



- 4 Colombia: TV mito y Video tabú, *Ricardo Gómez*
- 11 Argentina: Utopía y difusión, *Susane Velleggia y Octavio Getino*
- 15 Chile: Video animación, *Yéssica Ulloa*
- 20 Gustos jóvenes, *Bradley S. Greenberg y Rick Buselle*
- 26 México: La pantalla hacia afuera, *Delia Crovi Drueta*
- 28 España: La doma del negocio salvaje, *Daniel E. Jones*
- 31 Brasil: Favela, niños y video, *Denise María Cogo*
- 33 Brasil: Video en casa, *Arnaldo César*

- 35 Uruguay: El auge del video independiente, *Kintto Lucas*
- 37 El Salvador: La guerra transparente, *Richard Luers*

TELENOVELAS

L as telenovelas crean
mundos dentro de la
realidad. Atraen publicidad
y comercialización. Es el único
producto cultural -junto a la
literatura- que América Latina
exporta mundialmente. El género
y su potencial son aún sujetos de
exploración.

- 41 Creer, llorar y reír, *Nora Mazziotti*
- 46 Los gestos del hechizo, *Aluizio R. Trinta y Mónica Rector*
- 50 Ficción, placer y desarrollo, *Everett M. Rogers, Arvind Singhal y William J. Brown*

ENTREVISTAS

- 57 Juan Acevedo: "Salvo la ilusión todo es poder", *Antonio Cisneros*
- 62 José Sacristán: Las puertas abiertas de América Latina, *Jesús Milla y Consuelo Benítez*





ECOCRISIS Y PERIODISMO

El periodismo ecológico y científico consolida su espacio ante el público y los medios. Pero en búsqueda de ampliar su alcance algunos medios recurren al gancho del entretenimiento en perjuicio de la sensibilización científica y tecnológica.

- 64** Brasil: Ciencia para muchos, *Manuel Carlos Chaparro*
- 68** Vértigo compacto, *Antonio Pasquali*
- 72** Concisa brevedad, *Julio Abramczyk*
- 73** Europa: El dulce encanto de la ciencia, *Pierre Fayard*
- 78** Trivia y ecocrisis, *Fabiola de Oliveira*
- 79** Cousteau: Ciencia, moral y medios
- 81** Intolerancia, *Luis Anibal Gómez*

FOTO DE PORTADA INTERIOR

Luis R. Morilla
 Av. Juan B. Alberdi 126/128
 (1424) Buenos Aires, Argentina
 Telf. 923-5470 / 922-9272
 Fax 3315106 / 343-3169

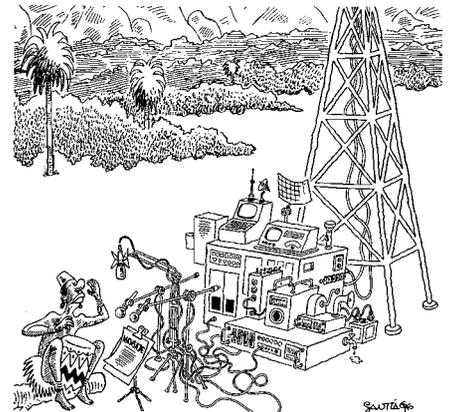
- 83** Comunicación y medio ambiente, *Maudie Kunst y Nieske Witlox*
- 87** La edad del asombro, *Manuel Calvo Hernando*
- 89** Las máscaras del SIDA, *Christine Horak y Haydée Sijo-Maldonado*
- 91** Breve ensayo sobre el ensayo, *Luis García Núñez*
- 92** Televisión y ecocrisis, *Ricardo Potts Cabrera*

DEL MEGAFONO A LOS HIPERMEDIOS

La comunicación alternativa y popular que ya vivió su auge esperanzador hoy intenta evitar la marginalidad y aprovechar los nuevos espacios que abre la metamorfosis tecnológica y los nuevos marcos ideológicos.

- 95** Comunicación, democracia y desarrollo social
- 97** Medios alternativos en El Salvador, Bolivia, Chile, Costa Rica y Venezuela
- 104** Los errores cometidos, *José Martínez Terrero*
- 106** Declaración de Quito

- 107** Redes en la tercera dimensión, *Oswaldo León*
- 111** Relaciones públicas y cambio social, *Cicilia M. Krohling*



INDUSTRIAS, EMPRESAS Y TELEMÁTICA

- 115** Redes empresariales, *Sibylla Brodzinski*
- 119** Banca electrónica en el Ecuador, *Christian Salazar V.*

ACTIVIDADES DE CIESPAL

- 127** Daniel Prieto Castillo y la utopía pedagógica, *Kintto Lucas*

UNICEF

- 130** La buena educación
 Las mujeres que se atrevieron a cambiar, *Patricia Iriarte*

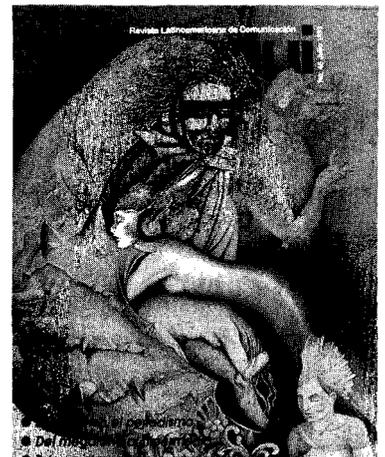
- 135** RESEÑAS

NUESTRA PORTADA

Cornucopia es de la artista norteamericana Carole Lindberg, radicada en Ecuador desde 1978.

Casilla Postal 428-A
 Quito - Ecuador

Foto de Kira Tolkmitt



*Concisa brevedad

En la prensa brasileña actual observamos alteraciones en la forma, técnica y contenido de la divulgación científica y técnica. Dominan las notas cortas, sintéticas y explicativas, simultáneamente informativas y formativas. Son en la realidad un "lead" discretamente aumentado a dos o tres párrafos pero cortando la extensa elaboración tradicional.

La extensión máxima es una página de veinte líneas, una columna de 12 centímetros, una nota breve con información condensada.

La *Folha de São Paulo* observó que el lector dedica cada día menos tiempo a la lectura del periódico y respondió haciendo los textos más cortos y su estilo más sintético. El periódico no disminuyó su tamaño por eso. Al contrario: aumentó multiplicando el número de notas breves.

Folha introdujo también en el periodismo diario la expansión de las unidades informativas. Las estadísticas son más frecuentes y se presentan con mayor frecuencia como infográficos en sustitución de los textos largos. Se abandona el texto corrido en favor de los cuadros, mapas, gráficos y tablas.

En el Brasil, los otros tres periódicos de circulación nacional (*O Estado de São Paulo*, *Jornal do Brasil* y *O Globo*) acompañan esta tendencia, pero más tímidamente. En relación al periodismo científico esta propuesta sugiere que decodificar la ciencia no es más traducir para el gran público la misma ciencia. Pasó

JULIO ABRAMCZYK, brasileño, es redactor científico de *Folha de São Paulo* y Vicepresidente de la Asociación Iberoamericana de Periodismo Científico.

a ser, principalmente, sintetizar y reducir al mínimo posible el máximo de informaciones. Una buena explicación no necesita de muchos argumentos. Para explicar adecuadamente un hecho científico no son necesarias notas largas. La capacidad de síntesis caracteriza al periodismo competente, particularmente en el área de divulgación científica.

Personas de nivel educativo alto dedican un promedio de 30 minutos diarios a la lectura de un periódico. Usualmente se quedan en las primeras planas y en los títulos de las páginas interiores, deteniéndose un poco más en materias de su interés inmediato. Para esa gama heterogénea de lectores, la forma de hacerlos leer integralmente una materia sobre ciencia es ofrecérsela en estilo casi telegráfico, en una nota breve o *pirulí* en la jerga periodística brasileña.

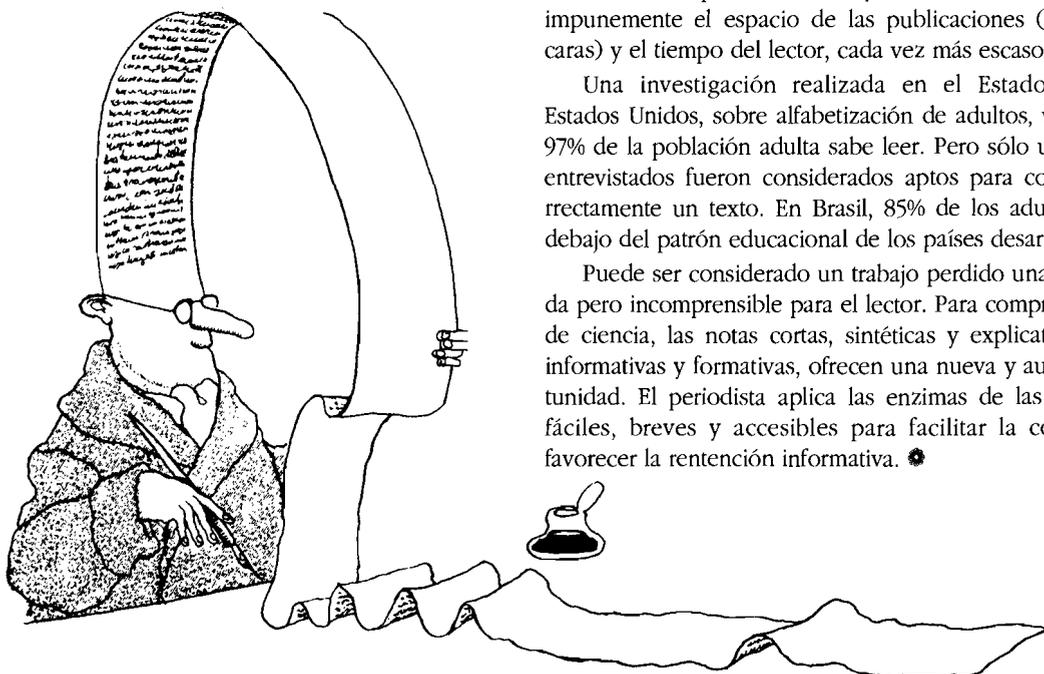
El periodismo científico no es más un compartimiento estanco o un cuerpo extraño en la prensa diaria. Es uno más de sus secciones especializadas, como economía, deportes o política. De esta forma, compite permanentemente por espacio con todas las otras áreas temáticas del periódico.

Neils E. Miller, en "*Scientists and Journalists*", señala que los redactores científicos compiten por espacio y tiempo con otros sucesos y crónicas. Deben publicar o perecer. La competencia es intensa. Una nota de 500 palabras es típica, según Miller. Ahora, lo típico se acerca a una hoja mecanografiada a doble espacio, equivalente a 11 centímetros de columna.

Hubo una época en que la publicación de una materia periodística era valorizada más por el espacio que ocupaba en las páginas del periódico que por la calidad de su contenido. Actualmente importa la calidad y la brevedad. No se ocupa más impunemente el espacio de las publicaciones (cada vez más caras) y el tiempo del lector, cada vez más escaso.

Una investigación realizada en el Estado de Oregon, Estados Unidos, sobre alfabetización de adultos, verificó que el 97% de la población adulta sabe leer. Pero sólo un 8.7% de los entrevistados fueron considerados aptos para comprender correctamente un texto. En Brasil, 85% de los adultos están por debajo del patrón educacional de los países desarrollados.

Puede ser considerado un trabajo perdido una nota publicada pero incomprensible para el lector. Para comprender asuntos de ciencia, las notas cortas, sintéticas y explicativas, a la vez informativas y formativas, ofrecen una nueva y auspiciosa oportunidad. El periodista aplica las enzimas de las explicaciones fáciles, breves y accesibles para facilitar la comprensión y favorecer la retención informativa. ●



Ni ante ni parte, QUINO