

# 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 Aníbal 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

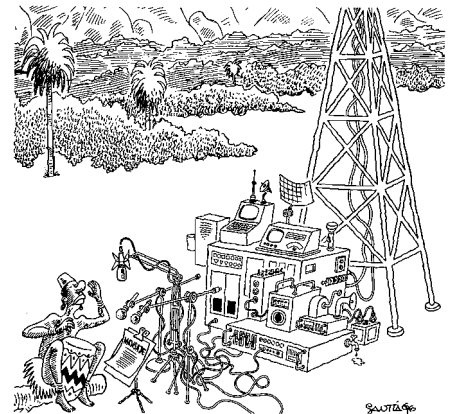
- 83** Comunicación y medio ambiente, *Maudie Kunst y Nieske Witlox*
- 87** La edad del asombro, *Manuel Calvo Hernando*
- 89** Las máscaras del SIDA, *Christine Horak y Haydée Sijo-Maldonado*
- 91** Breve ensayo sobre el ensayo, *Luis García Núñez*
- 92** Televisión y ecocrisis, *Ricardo Potts Cabrera*

## 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



CHRISTINE HORAK  
HAYDEE SIJO-MALDONADO

# Las máscaras del SIDA

*Salud, prevención y cura son temas del periodismo científico. Las epidemias del cólera y del SIDA recibieron abundante atención de los medios latinoamericanos. Sus prejuicios y actitudes influyen para bien o para mal sobre los programas de concientización. Horak y Sijo-Maldonado analizan la cobertura del SIDA en revistas de Argentina, Brasil y Colombia en 1992. Su estudio sugiere formas de integrar más efectivamente a los medios en las campañas preventivas.*

**L**os casos de SIDA se han multiplicado en Latinoamérica, convirtiéndose en un problema de salud y social de la magnitud que lo es ya a nivel mundial. Las estadísticas actualizadas se encuentran en los Reportes Anuales del Instituto Panos y en el Boletín de la Organización Panamericana de la Salud (PAHO).

¿Cómo han tratado los medios el tema de la epidemia en América Latina? Resumimos dos trabajos tendientes a responder a esta pregunta. El primero es un análisis de contenido, de enfoque cultural que analiza el significado del SIDA en Brasil, Colombia y Argentina. El segundo se basa en entrevistas cualitativas con periodistas y editores de tres ciudades de Brasil.

Los artículos sobre el SIDA publicados entre 1985 y 1987 en tres revistas semanales: *Veja* en Brasil, *Semana* en Colombia, y *Siete Días* en Argentina, se calificaron según estos criterios:

- Fecha, clase de artículo y extensión
- Ilustración visual, fotografías, caricaturas, tablas o diagramas.
- Objetivo y temas centrales.
- Énfasis nacional o internacional.
- Información preventiva para evitar el contagio.
- Fuentes y bibliografía, nacional o extranjero; oficial, médica, pacientes.
- Descripción de casos, síntomas y causa del contagio.
- Acercamiento al SIDA: general, científico, emocional.

## Algunas conclusiones

Hay diferencias en la cobertura en los tres países. Estas reflejan diferentes condiciones geográficas, históricas y culturales. Los parámetros sexuales y culturales distintos deben tomarse en cuenta en los programas de educación y prevención. Los reportajes acerca del peligro para la población heterosexual variaron en el transcurso del estudio, reflejando los cambios en la cobertura internacional. Los casos tipo de pacientes con SIDA y los representaciones visuales, permiten a cada país producir su propia imagen interpretativa del SIDA.

CHRISTINE HORAK y HAYDEE SIJO-MALDONADO son candidatas doctorales en el Instituto de Investigación en Comunicaciones, Universidad de Illinois, 222-B Armory Bldg., Gregory Drive, Champaign, Illinois 61820



H. R. Giger, Taschen

**Dimensión internacional.** En 80% de los artículos de *Semana*, 66% de los de *Siete Días*, y 62% de los artículos de *Veja*, el tema principal trataba sobre las dimensiones internacionales del SIDA.

**Fuentes.** Más del 50% de las fuentes de *Semana* y *Siete Días* eran extranjeras, mientras que *Veja* tendía a usar más fuentes locales (51%). En las tres publicaciones, las fuentes más usadas eran médicos, investigadores científicos y funcionarios de salud; en mucho menor grado las fuentes eran familiares y amigos de pacientes y activistas.

**Diversidad temática.** *Veja* trataba más frecuentemente tratamientos y posibles curas (38%), el impacto en el sistema de salud (33%) y la actitud respecto a la enfermedad y cómo prevenirla (43%). *Siete Días* y *Semana* no mencionaban en igual medida estas categorías.

**Enfoque humano.** Reportajes con pacientes y aspectos humanos de la enfermedad. *Veja* los utilizó en un 57% de todos sus artículos; *Semana*, 31% ; *Siete Días*, 26% . Los artículos sobre pacientes estaban más ligados a la realidad local en *Veja* donde 74% de los casos eran brasileños.

**Ilustraciones.** 85% de los artículos en *Veja* incluían ilustraciones, 72% en *Semana*, y 76% en *Siete Días*. Las ilustraciones incluían símbolos con referencias sociales y culturales locales. Todos usaron muchas fotografías. *Semana* y *Siete Días* mostraban homosexuales de la mano o besándose, y pacientes con SIDA en prisión.

**SIDA y clase social.** *Veja* mostraba a muchos pacientes de clase alta, en lugares lujosos, rodeados de sus obras (muchos de ellos eran artistas) y de su familia. A los pacientes de clase baja se los mostraba sin rostro, aislados y en condiciones hospitalitarias deplorables.

### Definición de contenidos

De este primer estudio surgieron nuevas preguntas: ¿Qué factores influyen sobre el contenido de los artículos? ¿Cómo se toman decisiones editoriales sobre el SIDA? ¿Qué opiniones se incluyen y cuáles se omiten? En el segundo estudio examinamos los factores individuales e institucionales que afectan a periodistas y editores.

Entrevistamos a periodistas y editores con los siguientes intereses:

1. La mecánica de producción. Localización de fuentes. Orientación editorial general.
2. Percepción y opiniones que puedan influir sobre contenidos.

La investigación se realizó solamente en Brasil: Belo Horizonte, Rio de Janeiro y São Paulo, en julio y agosto de 1992. Las entrevistas nos llevaron a concluir que los medios abordan el tema SIDA con distintos propósitos. Para los reporteros y editores el tema es de gran valor periodístico.

Los periodistas se concentran en la epidemia y la enfermedad, en parte, porque hay una gran cantidad de información estadística y científica disponible. Los periodistas se especializan en reportajes científicos y médicos y son reconocidos como "expertos", en su medio y en círculos profesionales más amplios. El SIDA les permite formar opinión y liderar en el tema.

### La prensa vende SIDA, y el SIDA vende prensa.

Los editores valoran reportajes sobre pacientes, controversias acerca del ori-

gen del contagio, crónicas sobre la élite social con SIDA. Los editores asignan crónicas específicas basadas en lo que creen que atraerá lectores. Para un reportero su editor manejaba un menú imaginario: mujer contagiada por sexo con adicto a drogas intravenosas, niño con SIDA excluido de escuelas públicas. Algunos periodistas reportan haber contactado grupos de ayuda de pacientes para encontrar individuos con las características que sus editores buscaban. Los editores estaban tan motivados por atraer lectores como por la responsabilidad social.

Intentamos aclarar por qué ciertos aspectos del tema no recibían cobertura: el sistema de salud y bienestar social, carencia de fondos federales, falta de liderazgo ante la epidemia. Muchos periodistas nos contaron que los artículos sobre prevención no eran "vendibles". La información sobre prevención se incluye hacia el final de la nota allí donde se tiende a cortarlas cuando no alcanza el espacio. ☛

### REFERENCIAS

- Adams, M. (Spring 1991): *The house that Brenda built: A transvestite response to AIDS in Brazil*. Outlook.
- Albert, J. (1989): *AIDS and the press: The creation and transformation of social problems*. Images of Issues. J. Best (ed.). New York: Aldine de Gruyter. pp. 39-53.
- Drushel, B. (1991): Sensationalism or Sensitivity: Use of words in stories about AIDS by Associated Press Viedotext. *Journal of Homosexuality* 21, 1-2, pp. 47-62.
- Kinsella, J. (1989): *Covering the plague*. New Brunswick: Rutgers University Press.
- Lull, J. (1991): Gay People, sex and the media. *Journal of Homosexuality* 21, 1-2, pp. 1-4.
- Parker, R. (1987): AIDS in Urban Brazil. *Medical Anthropology Quarterly*, 1 (2), pp. 155-175.
- Reardon, K. y Richardson, J. (1991): Mass media and accurate AIDS information. *Journal of Homosexuality*, 21, 1-2.
- Treichler, P. (1989): AIDS and HIV infection in the Third World. En: *Remarkable History*. Barbara Kruger y Phil Marianai (eds.). Seattle: Bay Press.
- Wolf, M. y Kielwasser, A. (1991): The body electric - Human sexuality and mass media. *Journal of Homosexuality* 21, 1-2, pp. 7-18.