

MUJER, DESAFIOS DE LA COMUNICACION**10**

La inserción de la Mujer en los medios de comunicación es cada vez mayor. Esto ayuda a consolidar sus conquistas y acelerar sus progresos. Eso sí, en América Latina, 80 millones son pobres-pobres.

Dunja Pastizzi, Lola Rocha, María Yáñez, Mercedes Pulido, Jaime Niño Diez, Halfdan Mahler, Angharad Valdivia, Mariana Landázuri, Jessica Ehlers, Attilio Hartmann, Lucía Lemos, Martha Rodríguez.

**PERIODISMO DEPORTIVO****56**

Gracias a la alta tecnología, la TV y la publicidad, el periodismo deportivo es el género de mayor crecimiento en todo el mundo. Pero, irónicamente, en América Latina no hay universidades en donde especializarse.

Michael Real, James Larson, Gilberto Fregoso, Máximo Simpson, David Landesman, Daniel Samper, John MacAloon, Huntington Williams, Pete Axthelm, Craig Neff, Orivaldo Perin, Fausto Jaramillo.

ENTREVISTAS A: MUJERES COMUNICADORAS

Patricia Anzola, Juan Braun	48
Rigoberta Menchú, Kintto Lucas	52
Amalia Pando, Ronald Grebe	53
Ana María Romero de Campero, Ronald Grebe	54

NOTICIAS	2	ACTIVIDADES DE CIESPAL	6
EUROPA	4	NUEVAS TECNOLOGIAS	8
AFRICA	5	LIBROS	95

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

Carta del editor

Mujeres comunicadoras. Cada vez son más. Hasta hace muy poco las redacciones eran un Club de hombres. Ciertamente, "ellas" no podían quedarse en el diario hasta la medianoche. ¿Viajar solas? ¡Imposible! Tampoco iban a la Universidad ¿Para qué? Pero hoy son muchas. Mañana serán miles. Deben comprometerse no solo a luchar por ellas mismas, sino por una sociedad más libre, más justa. Y de la mano con los hombres.

CHASQUI intenta saldar una deuda con sus lectores. Nunca, en sus 19 años de existencia, ha incluido en sus páginas una sección de Periodismo Deportivo, a pesar de que

este tema ocupa una gran parte del contenido de un medio de comunicación. Y millones se sientan frente a un televisor para gozar de un partido de fútbol.

Del circo romano al circo de la TV. Claro, 2.000 años después. Lo que era un evento para unos pocos es ahora un espectáculo para las masas. ¡El mundo es un estadio!

La portada de CHASQUI es obra del famoso pintor ecuatoriano Oswaldo Guayasamín. ¡Muchas gracias!

Juan Braun

DIRECTOR: Asdrúbal de la Torre. **EDITOR:** Juan Braun. **DIRECTOR DE PUBLICACIONES:** Nelson Dávila. **ASISTENTE DE EDICION:** Wilman Sánchez. **COMPOSICION:** Martha Rodríguez. **DISEÑO:** Fernando Rivadeneira. **PORTADA:** Oswaldo Guayasamín y Jaime Pozo. **IMPRESO:** Editorial QUIPUS. **COMITE EDITORIAL EJECUTIVO:** Jorge Mantilla Jarrín, Peter Schenkel, Edgar Jaramillo, Fausto Jaramillo, Gloria Dávila, Lucía Lemos, Jorge Merino, Francisco Ordóñez. **CONSEJO ASESOR INTERNACIONAL:** Luis Beltrán

(Bolivia); Reinhard Keune (Alemania Federal); Humberto López López (Colombia); Francisco Prieto (México); Máximo Simpson (Argentina); Diego Echeverría (Chile). Servicios Especiales de IPS, OIP, IJI. Chasqui es una publicación de CIESPAL que se edita con la colaboración de la Fundación Friedrich Ebert de Alemania Federal. Apartado 584. Quito-Ecuador. Teléfono: 544-624. Telex: 22474 CIESPL ED. FAX (593-2)502-487

nario y el popular, porque la guerrilla es muy antigua y secreta, pues si no fuera así ya la hubieran destruido.

K. L. ¿Qué opina del plan contra-insurgente de su país?

R. M. El plan contrainsurgente que implementan los sectores dominantes es el más sofisticado de América Latina, en cuanto que ha impuesto no solo métodos de tortura, sino también ha destrozado los sistemas de organización de los pueblos indígenas. Hablamos 22 idiomas y ésta es la principal impotencia del ejército y de los sectores dominantes para entender nuestra mentalidad; y no la descubrirían sin utilizar la tortura psicológica, moral y física ... y con los bombardeos. La famosa campaña contra la droga, en Guatemala no tiene sentido; nuestro alimento es el maíz, los frijoles, no conocimos antes la cocaína. Está cultivada por los altos mandos y los funcionarios del gobierno con grandes inversiones en el exterior, pero no por los pueblos. Se justifica la represión al movimiento popular diciendo que se combate la droga. Para contrarrestar el plan contrainsurgente el pueblo creó sus mecanismos: Nadie habla con desconocidos, nadie se queja. Hay en lo cotidiano un nivel de clandestinidad para evitar la represión.

K. L. ¿En el gobierno de Vinicio Cerezo, mejoró la situación de los Derechos Humanos?

R. M. Si hablamos del número de muertos decimos que ahora son menos. Ríos Montt masacró poblaciones: 440 aldeas en tres años. Mientras que durante el gobierno de Cerezo, hubo tres masacres y menor cantidad de muertos individuales.

K. L. Usted tiene treinta años. Ya ha perdido a sus padres y seis hermanos. A pesar de ello ¿qué significa para usted la lucha popular?

R. M. No luchamos para que haya más muertos. Una vez les dije a unas personas, que el mundo empieza a acostumbrarse a que los héroes que quieren ver no son los muertos, sino los que día a día protagonizan las luchas en el campo, la ciudad, con grandes convicciones y sacrificios. Tenemos mucha confianza que los pueblos son capaces de hacer su destino y lo están haciendo. Lograremos vivir en una patria libre.

Amalia Pando: Reportera de TV



“El periodismo que entra al ‘status quo’ ya no sirve de nada”, Amalia Pando

Se la considera la entrevistadora estrella de la televisión boliviana. Trabaja como reportera en el Canal Dos de la ciudad de La Paz y tiene un programa de periodismo de investigación llamado “Frente a Frente” que se transmite quincenalmente los días miércoles.

Amalia sintió una devoción por el periodismo desde muy pequeña. Su madre era Trabajadora Social y Amalia la acompañaba a hacer encuestas. “Preguntar, escribir y jugar al periodista fue mi pasión desde muy chica”, cuenta Amalia.

Cuando terminó la secundaria, no había carrera de periodismo en Bolivia y ese fue el gran pretexto para salir a otro país y desplegar las alas. Del 70 al 73 estudió en Santiago de Chile y, como ella dice, “eso me empalmó con la época de Salvador Allende y fue un aprendizaje técnico-político extraordinario, de alto nivel”. Después escribió en varios periódicos populares políticos y vivió tres años en Colombia, donde cuenta que, entre otras cosas,

Ronald Grebe, boliviano. Doctor en Comunicación y Secretario Ejecutivo de ERBOL.

servía cafecito en las oficinas de Periodistas Asociados de Daniel Samper.

En 1978, retorna a La Paz donde trabajó en la Agencia de Noticias Fides y luego en Radio Fides, como Jefe de Información. “Radio Fides para mí fue el periodismo en serio, muy bueno. Me encantó en el marco de la libertad porque había libertad y eso me permitió avanzar. Y de ahí a la televisión”, recuerda Amalia.

RONALD GREBE: ¿Cómo fue tu lucha para imponerte en un medio controlado por hombres?

Amalia Pando: No luché mucho. Cuando entré a trabajar a Radio Fides me llamaron directamente para ser Jefe de Información. Los colegas con los que trabajaba no tenían preparación. Entonces, el desnivel era evidente y hacía la diferencia, que no era por sexo sino por nivel educativo y eso a mí me parece que es lo que marca en nuestro oficio.

R. G. ¿Cuántos hombres y cuántas mujeres hay en el canal donde trabaja ahora?

A. P. Una sola mujer y el resto varones.

R. G. ¿Cómo se da la relación con tu superior inmediato?

A. P. Mi superior es amigo mío, una siempre es mujer, es difícil ser asexual. Una es mujer, coquetea con los compañeros y entabla una relación afectiva gracias a que es del otro sexo. Tal vez los otros (los hombres) también se quieren, pero no lo expresan.

R. G. En el programa "Frente a Frente" donde entrevistas agudamente a ciertos hombres ¿cómo percibes tu relación con los entrevistados?

A. P. La relación con entrevistados varones de alguna jerarquía es siempre una lucha de inteligencias. Ellos piensan: "Dicen que esta chica es inteligente, yo no puedo ser menos inteligente que ella". Entonces lo que yo hago es hacer el rol de tonta. No sé nada. Todo es agradable y al principio hago entrevistas sin intenciones. Les digo: Mi-re explíqueme todo porque yo de su tema no sé nada. Y eso les gusta, asumen el rol de que son ellos los que saben y los que están enseñando.

R. G. ¿Cómo ves la situación de la mujer en la década de los 90 en el campo de la comunicación? ¿Va a mejorar?

A. P. Las carreras de Comunicación están llenas de mujeres ¡Hombres, agarranse porque vamos a reventarlos! En una década más y copamos todo. ¿Será verdad lo que digo? No se...

Es la única carrera donde no tienes que pelear mucho para imponerte. El problema es si puedes o no puedes hacer tu trabajo. Hay mujeres que saben hacerlo bien y hay mujeres que no lo saben hacer. Hay hombres extraordinarios y hay quienes no lo son.

R. G. ¿Tu recomendación para las futuras comunicadoras que están en las carreras?

A. P. Que no pierdan tanto el tiempo en las carreras. Soy enemiga de los Colegios de Periodistas, de la profesionalización de los periodistas. Lo que creo es que hay que trabajar. El punto central del buen periodismo es que ese periodismo no puede estar sometido al Estado, al "status quo". El periodismo que entra al "status quo" ya no sirve de nada. Eso es Relaciones Públicas. El buen periodismo es el periodismo de combate.

Ana María Romero: Directora de diario



Son pocas las mujeres que se quedan y hacen carrera profesional

"Empecé en 1968 por puro impulso y ganas de escribir", cuenta Ana María Romero. A ella le ha tocado muchas veces, ser la "primera mujer periodista". Pero, ya en 1921 la mujer boliviana incursionó con brío en la comunicación. Unas cuantas chiquillas fundaron en aquel año en Oruro, la primera revista femenina del país y la llamaron "Feminiflor". La gran animadora del emprendimiento, muy audaz para la época, fue Betshabé Salmón Fariñas (+).

Ana María Romero anota: "...Sus redactoras no solo inician a la mujer en el oficio del periodismo sino que ello implicó un adelanto en lo que hoy se conoce como la comunicación alternativa..."

Cuando la contrataron para el trabajo de la Agencia Nacional Fides, el Padre José Gramount, periodista jesuita Director de la agencia, le di-

jo: "Nunca se me hubiera ocurrido tomar una mujer, pero ya que los muchachos dicen que tú puedes responder, veremos qué pasa". Con el tiempo toda la redacción de Agencia Fides llegó a estar compuesta por mujeres.

De la agencia se fue al matutino católico Presencia y durante mucho tiempo fue la única mujer redactora.

Junto a otras dos compañeras creó el círculo de mujeres periodistas conformado por 17 mujeres que después se incorporaron a la Asociación de Periodistas, un espacio hasta entonces tradicionalmente masculino.

Fue elegida Presidenta de la Asociación de Periodistas de La Paz en 1989; fue la primera vez en 60 años de la historia de la Asociación, que una mujer ocupaba ese cargo.

En 1979 ocupó el Ministerio de Informaciones cuando asumió la Presidencia el Dr. Walter Guevara Arce.

Actualmente es Directora de Pre-

ENTREVISTA

sencia, el diario de mayor circulación en Bolivia y que el experto en Comunicación, Benito Spoleitini, califica como el diario católico más importante de Latinoamérica.

Y cuando Monseñor Jesús López de Lama, Presidente del Directorio de Presencia posesiona a Ana María, aclaró: "No la hemos invitado como mujer sino porque es una periodista con una larga trayectoria y tiene talento".

RONALD GREBE: Como directora tienes entre los colegas a hombres y a mujeres ¿Cuál es el trato que tienes con ambos sexos? ¿Es similar, diferente? ¿Existe una mejor relación con las mujeres?

ANA MARIA ROMERO DE CAMPERO: Yo no hago diferencias. Pero lo que sí puedo percibir en las mujeres es que se prestan mucho más para el periodismo interpretativo. Se sienten como en una camisa de fuerza el momento que tienen que hacer el trabajo de rutina.

R. G. En la época en que estabas cubriendo fuentes directamente tenías que entrevistar a hombres y mujeres. ¿Había diferencias o había un trato similar?

A. M. R. C. Diría que me he movido en un mundo terriblemente masculino.

Pero, entre mi generación y la que viene ya hay una diferencia en relación a la participación de la mujer. Hoy día parece la cosa más natural del mundo.

En una ocasión, el Presidente del Banco Central de Bolivia me dijo en una entrevista que le estaba haciendo, "discúlpeme señora pero estoy tan sorprendido que una mujer pueda hacer esas preguntas".

Ahora a nadie le sorprende que una mujer hable de economía, de política o pueda hacer un editorial. En ese sentido la mujer ha avanzado muchísimo pero no ha sido un camino rápido; estamos hablando de dos décadas.

R. G. ¿Cómo ves el rol de las mujeres para esta década?

A. M. R. C. La mujer se muestra cada día más activa, pero el hecho de que pueda tener una continuidad sigue siendo el cuello de botella. No se cómo lo logré, pero no he dejado el periodismo; he mantenido un cierto ritmo con períodos de ausencia, como el nacimiento de mi tercer hijo.

A la mujer la veo con mucha fuerza, en el sentido de que es una comuni-

cadora nata, pero tendríamos que ver cuántas mujeres se quedan y hacen carrera profesional. Creo que son pocas.

R. G. ¿Qué recomendaciones darías a las futuras comunicadoras?

A. M. R. C. En el terreno del periodismo como tal, diría que primero hace falta un poco de continuidad y no ser "cometas". Segundo, que participen a todo nivel, tanto en sus asociaciones profesionales como en los diferentes rubros, porque es la única manera que se sienta su presencia.

R. G. ¿Qué comentarios has recibido del interior de la Iglesia, en relación a tu nombramiento como Directora de Presencia?

A. M. R. C. He notado que las monjitas se sienten muy reivindicadas con mi participación en la dirección del diario católico Presencia; y esto es porque si hay un ámbito de la sociedad terriblemente machista, es el de la Iglesia. Yo misma me quedé sorprendida cuando supe que los Obispos votaron unánimemente para elegirme como Directora. Las monjitas dicen que ellas tienen una función muy secundaria dentro de la Iglesia y que el hecho de ver a una mujer que dirija Presencia las hace sentir felices. ■

MEDIA CULTURE & SOCIETY

Edited by
John Corner
Professor Nicholas Garnham
Paddy Scannell
Professor Philip Schlesinger
Colin Sparks
Nancy Wood

Media, Culture & Society is the leading international forum for research and discussion across the whole field of cultural practice. The journal focuses primarily on the mass media (television, radio, press) within their political, cultural and historical contexts, but its development has brought additional issues into focus:

- Concepts of the Information Society
- Issues raised by the convergence of the mass media with systems of cultural production
- Diffusion based upon telecommunications and computing
- The social role of various categories of intellectual in the full range of cultural practice
- The relationship of all these to literature, and to more general cultural and artistic practices

Media, Culture & Society is essential reading for anyone concerned with the mass media within their social, political, economic and cultural contexts.

Published in January, April, July & October
ISSN 0163-4437

SUBSCRIPTION RATES, 1990

	Institutional	Individual
One Year	£60 (\$104)	£27 (\$39)
Two Years	£120 (\$208)	£54 (\$78)
Single Issue	£16 (\$27)	£8 (\$12)

SAGE Publications Ltd, 28 Banner Street, London EC1Y 8QE, UK
SAGE Publications Inc, PO Box 5096 Newbury Park, CA 91359, USA