

# Chasqui

Revista Latinoamericana  
de Comunicación

No. 63 - SEPTIEMBRE 1998

**Director**

Asdrúbal de la Torre

**Editor**

Fernando Checa Montúfar

**Consejo Editorial**

Jorge Mantilla Jarrín

Fernando Checa Montúfar

Lucía Lemos

Nelson Dávila Villagómez

**Consejo de Administración de  
CIESPAL**

Presidente, Víctor Hugo Olalla,  
Universidad Central del Ecuador.

Wladimiro Alvarez Grau,  
Ministro de Educación y Cultura

Paulina García de Larrea,  
Min. Relaciones Exteriores.

León Roldós, Universidad de Guayaquil.

Carlos María Ocampos, OEA

Consuelo Feraud, UNESCO.

Carlos Ayala, FENAPE.

Héctor Espín, UNP.

Lenin Andrade, AER.

**Asistente de Edición**

Martha Rodríguez

**Corrección de Estilo**

Manuel Mesa

Magdalena Zambrano

**Portada y contraportada**

Carole Lindberg

**Impreso**

Editorial QUIPUS - CIESPAL

Chasqui es una publicación de CIESPAL.

Apartado 17-01-584, Quito, Ecuador

Tel. 506 149, 544-624.

Fax (593-2) 502-487

E-mail: chasqui@ciespal.org.ec

http://www.comunica.org/chasqui

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

ISSN 13901079

Los artículos firmados no expresan necesariamente la opinión de CIESPAL o de la redacción de Chasqui. Se permite su reproducción, siempre y cuando se cite la fuente y se envíen dos ejemplares a

Chasqui.

## NOTA A LOS LECTORES

Cuando Jorge Amado publicó *Gabriela*, alrededor de 800 mil ejemplares fueron vendidos. Años más tarde, la versión telenovelada de la *Rede O Globo* logró una audiencia de 20 millones, solo en Brasil. Cuando hace 6 años Antonio Skármeta inició su serie televisiva, *El show de los libros*, en *Televisión Nacional de Chile*, pocos creyeron que tendría éxito. Hoy, llega a millones de televidentes a través de grandes cadenas de la TV global. Estos hechos demuestran que lo cultural es atractivo para las audiencias y... muy rentable, cuando se lo hace con calidad. Sin embargo, hay factores de la actual sociedad de libre mercado que convierten estos hechos en excepciones. Uno de ellos es, según Susana Velleggia, la depauperización de los organismos públicos que ha generado dos modelos de gestión cultural: el tradicional ("custodio de la alta cultura") y el de modernización retrógrada (donde "el espectáculo es el centro de sus desvelos"), con sus correspondientes tipos de periodismo cultural. Para que la "cultura" tenga un espacio plural y adecuado, es preciso superar estas concepciones. Pero, también, es preciso trascender ese periodismo, ubicado entre "la alta cultura" y "el espectáculo", y entender que no solo debe atender a las manifestaciones de la cultura sino, también, según Manuel Calvo Hernando, producir un discurso de ella, tratar periodísticamente los procesos culturales: tanto los de la gran cultura, como los de la vida cotidiana. El **Periodismo Cultural** tiene futuro (incluso, réditos), pero hay que saber ganarlo.

Un diagnóstico de la cobertura de temas de salud, realizado por 13 universidades latinoamericanas en sendos países de la región, en 1997, estableció que prevalecen mensajes sobre la incompetencia médica, el malestar por los servicios de salud, tonos amenazantes y pesimistas (drogas y SIDA)... La tónica general es la de un periodismo denunciante, de la enfermedad y la muerte, y no un periodismo de la salud. Sin embargo, hay buenos augurios. Algunas universidades se están preocupando cada vez más por la dupla comunicación y salud. En las audiencias hay interés y demandas crecientes por este tema para mejorar su calidad de vida. Los organismos internacionales destinan un mayor presupuesto, dentro de sus proyectos de salud, a la comunicación: la AID, en todos sus proyectos, y el Banco Mundial, en el 80%. La empresa privada, y su "mercadotecnia social y de causas", ha incrementado 10 veces su presupuesto para este tipo de campañas, en una década. Al respecto, algunas experiencias, teorías y modelos presentamos en este *dossier*. Esperamos que su socialización potencie ese interés y contribuya a optimizar una práctica periodística y comunicacional que mejore la calidad de vida de la población, que no es lo mismo que solo prevenir su muerte. En definitiva, ir hacia una eficiente y frecuente **Comunicación en salud**. La preparación de este *dossier* tuvo la valiosa ayuda de Gloria Coe (OPS).

Mario Kaplún calificó de "fermental" a la nueva sección de *Chasqui: Contrapunto*. Y, poco a poco, este buen augurio se va haciendo realidad, gracias al "fermento" de la palabra y el pensamiento de algunos de nuestros colaboradores: Javier Darío Restrepo complementa algunos aspectos sobre ética, tema publicado en la *Chasqui 61*, y Eleazar Díaz Rangel "contrapuntea" criterios expuestos por Carlos Morales, sobre el nuevo periodismo, en la *Chasqui 62*. Ojalá este "fermento" se multiplique y diversifique.

  
Fernando Checa Montúfar  
Editor

## PERIODISMO CULTURAL



**E**l quehacer del Periodismo Cultural suele ubicarse, generalmente, entre la alta cultura y el espectáculo. Es preciso ir más allá, hacia un tratamiento plural de los procesos culturales. Con calidad crecen los espacios, las audiencias... y los réditos.

- 4 La gestión cultural ante los nuevos desafíos  
*Susana Velleggia*
- 8 Periodismo y cultura  
*Rodrigo Villacís*
- 11 Periodismo cultural, conceptos y problemas  
*Manuel Calvo Hernando*
- 14 El impacto cultural de la radio  
*Ricardo M. Haya*
- 17 Suplementos culturales y rentabilidad  
*Manuel Bermúdez*

20 ¿Terminó la guerra entre literatura y televisión?  
*Martha Cecilia Ruiz*

23 La cultura alcanza la primera plana  
*Carlos Morales*

## COMUNICACION EN SALUD

**U**na cosa es trabajar la comunicación solo para prevenir la enfermedad o la muerte y otra, muy distinta e imprescindible, es hacerlo para mejorar la calidad de vida de la población. Aquí algunas experiencias, teorías y modelos que potencien aquello y permitan una eficiente y frecuente Comunicación en Salud.

26 Comunicación y promoción de la salud  
*Gloria A. Coe*

48 Comunicación, salud y poder  
*Carlos Wilson de Andrade*  
*José Stalin Pedrosa*

30 Información, salud y ciudadanía  
*Bernardo Kucinski*

52 Medios y prevención de la violencia  
*Devi Ramírez Díaz*

34 Conductismo: ¿hacia dónde nos llevó?  
*Elizabeth Fox*  
*Gloria Coe*

53 Mercadotecnia social y de causas  
*Julie A. Garrett,*  
*Lisa S. Rochlin,*  
*Gloria Coe*

40 Comunicación y salud pública  
*Isaac Epstein*

44 Salud: buen negocio para los medios  
*Jennie Vásquez-Solís*

57 Internet: comunicación para el cambio  
*Warren Feek*



## CONTRAPUNTO

**N**uevos "fermentos" en esta sección, que complementan y contrapuntean artículos de las dos últimas ediciones.

58 Etica y técnica, como el zumbido y el moscardón  
*Javier Darío Restrepo*

62 Innovaciones en la noticia  
*Eleazar Díaz Rangel*

## APUNTES



76 Comunicación pública de la ciencia

78 Juegos electrónicos: un desafío a los valores  
*Gregorio Iriarte O.M.I.*

65 El humor en Freud y la publicidad  
*Talvani Lange*

69 ¿El público perjudica a la publicidad?  
*Esteban Perroni*

73 Periodistas científicos, profesionales especializados  
*Argelia Ferrer Escalona*

## MUNDO CIENTIFICO

LA RECHERCHE Nº 202 - Septiembre 1988 - 675 Ptas.



## ENTREVISTA

80 Diseño gráfico cubano: confesiones de uno de los siete maestros  
*Joaquín G. Santana*

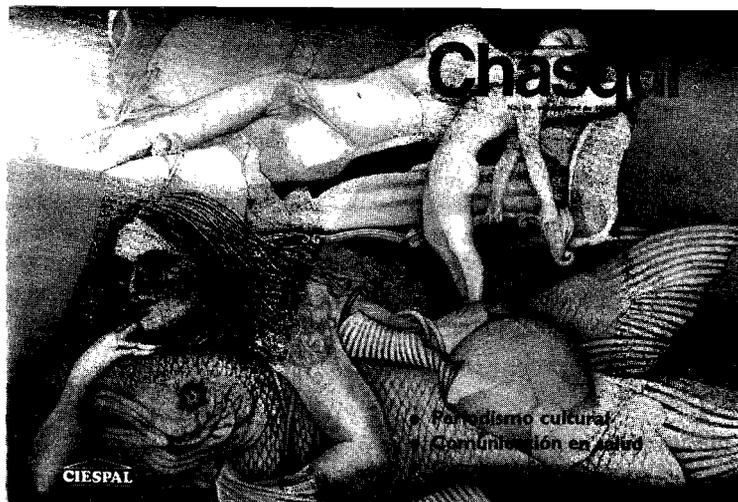


85 NOTICIAS

87 ACTIVIDADES DE  
CIESPAL

RESEÑAS

88 Revistas Iberoamericanas de Comunicación  
*Daniel E. Jones*



## PORTADA Y CONTRAPORTADA

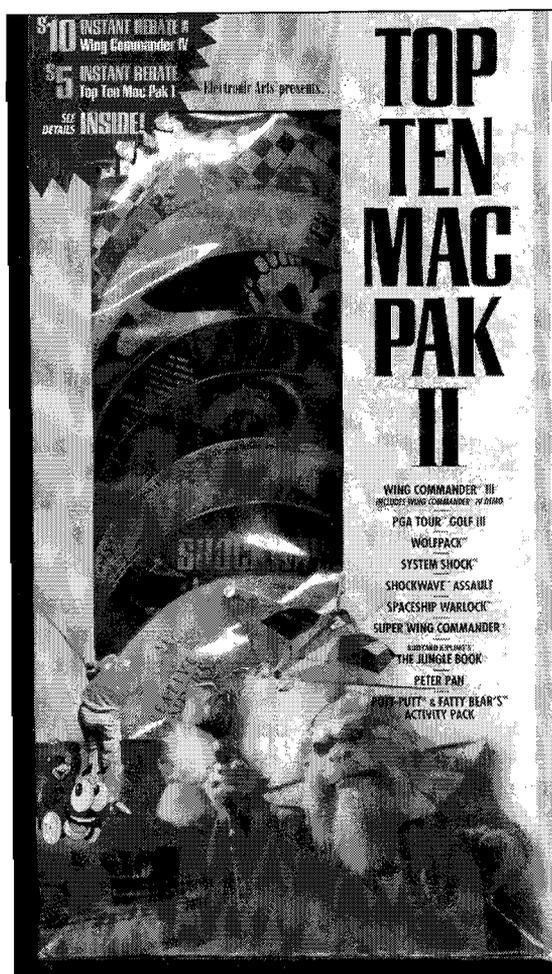
CAROLE LINDBERG

"SIRENAS", 1993

Técnica mixta sobre papel.

56 x 76.5

# Juegos electrónicos: un desafío a los valores



*Los juegos electrónicos, como toda expresión de nuestra sociedad hipertecnologizada, presentan problemas y retos. Problemas porque la violencia interiorizada que experimentan sus "adictos", especialmente niños y jóvenes, puede tener una influencia deletérea en su formación, además de otras consecuencias negativas (mal uso del tiempo libre, dinero malgastado, ambientes nocivos, etc.). Y retos porque la cultura de la imagen es un hecho cada vez más omnipresente e insoslayable para los educadores que, quiéranlo o no, deben adecuar y renovar sus metodologías en función de la creciente audiovisualidad electrónica que vivimos.*

**L**os "juegos electrónicos", o "tilines", brindan a nuestros niños y jóvenes la posibilidad de transformarse en actores principales y hasta en posible triunfadores, en un combate imaginario, pero que ellos lo viven como auténtico y real. Tal vez sea esta la principal razón de su éxito en nuestros adolescentes y jóvenes.

GREGORIO IRIARTE O.M.I., boliviano. Sacerdote y comunicador.

La variedad de los juegos electrónicos es muy amplia, pero todos ellos guardan algunas características comunes, positivas y negativas.

### La tensión sico-motriz

Los "juegos electrónicos", sin excepción, tratan de crear en los usuarios la ilusión del triunfo. Ya el hecho mismo de enfrentarse a la máquina, en ese desigual y audaz desafío, suscita en la conciencia del joven o del adolescente un positivo

sentimiento de autoestima. Se ve a sí mismo como alguien que, con decisión y rápidos reflejos, puede humillar a ese monstruo moderno que es la máquina que tiene enfrente. En una sociedad donde la presencia del niño o del adolescente significa muy poco, o nada, y en la que se le trata, no pocas veces, con dureza, es en el ambiente estridente de los videojuegos donde se siente importante, con capacidad de decisión propia y hasta con opciones de triunfo.

Los "juegos electrónicos", todos ellos, exigen reacciones rápidas, movimientos precisos y gran capacidad de atención. Tanto la tensión de los músculos y nervios, como el poder de concentración de la mente, llegan a niveles muy altos. El joven vive su desafío frente al aparato electrónico como algo totalmente real y de suma importancia para su propia autovaloración.

Los nervios del jugador permanecen crispados y los veloces movimientos de sus manos se mueven al ritmo de una música excitante, acompañados por los gestos convulsivos de todo su cuerpo. La mirada está fija en la pantalla y todo su ser se siente inundado por el placer del vértigo y de la emoción.

Al terminar el juego, respira extenuado, como quien hubiera participado en una desigual y agotadora batalla. Pero, si ha logrado la victoria sobre la máquina, por más fugaz y efímera que ella sea, se siente compensado con creces, y da por bien empleado todo el esfuerzo realizado y hasta el pequeño capital invertido. El puntaje es otro de los incentivos que va a ayudar a mantener el interés y a fomentar el espíritu de emulación.

### Violencia "vívida", no solo contemplada

Pero el condimento más frecuente y más negativo en los "juegos electrónicos" es la alta dosis de violencia que en ellos predomina. Es un tipo de violencia que adquiere las formas más extrañas e inverosímiles. El objetivo es lograr que el usuario, niño o adulto, viva ese dramatismo considerándose a sí mismo como



protagonista de interminables desafíos, pugilatos y posibles victorias.

La de los "juegos electrónicos", no es una violencia externa, como la que se puede observar en el cine o en la televisión. Por el contrario, es una violencia plenamente interiorizada. Desde este punto de vista, la violencia de los "juegos electrónicos" resulta mucho más nociva para la formación de los adolescentes, ya que no solo es contemplada, sino también "vívida".

La oferta de los "juegos electrónicos" en cuanto a escenas violentas, es amplísima. La pantalla se convierte, a cada instante, en un verdadero campo de batalla, sin tregua, ni descanso, ni perdón. Aun los deportes más populares, como el fútbol o el básquetbol, toman las características de interminables peleas, donde el juego se torna en un feroz pugilato y la cancha se asemeja a un cuadrilátero o ring de boxeo. La ficción puede lograr que los golpes más mortíferos no hagan ningún daño y, aun, que los muertos en el combate resuciten, una y mil veces, para seguir peleando sin descanso y sin motivo alguno.

Ni la sociedad, ni los gobiernos, ni los padres de familia, ni el sistema educativo han dado la importancia que se merece a este grave problema, tan vinculado, por otra parte, a la formación en los valores y a la educación, en general.

Es evidente que, si esta clase de juegos ejercen tanta atracción para la niñez y la juventud, será porque responden a una necesidad psicológica que en ellos ha generado la post-modernidad en la que, con sus valores y antivalores, vive nuestra sociedad. En estos juegos encuentran nuestros jóvenes la manera más barata y alucinante de distanciarse y evadirse de los problemas cotidianos. Es un trasladarse al mundo de la fantasía. Por muy poco dinero, se les ofrece la oportunidad de huir de la monotonía de la vida. Basta apretar unos botones para sentirse fuera de una realidad que se les ha vuelto antipática. Frente a la pantalla de la máquina, el niño y el adolescente viven la ilusión de ser ellos mismos quienes mandan y deciden, no solo en sus propios movimientos, sino incluso en el curso de los acontecimientos.

Lamentablemente, los "juegos electrónicos" están tomando características de adicción para muchos de nuestros niños. Estos juegos colaboran, con una pe-

ligrosa eficacia, en la conformación de la sociedad agresiva que estamos creando.

No buscamos que se dictaminen leyes prohibitivas en contra de los "juegos electrónicos". Lo que nos parece urgente, y hasta necesario, es que se los oriente, al menos en parte, hacia una auténtica formación humanística de nuestros niños. La diversión y el descanso son necesarios; igualmente es necesaria la formación de la fantasía, del sistema sicomotor, de los reflejos, de la imaginación... pero todo ello debería estar relacionado con la formación de los valores. El desarrollo de las tendencias agresivas del niño, en una sociedad en la que todo respira agresividad, se está convirtiendo en un problema, ya no solo personal, sino social.

### Auxiliar pedagógico

Los "juegos electrónicos" podrían ser un auxiliar magnífico en la labor educativa. Los niños podrían aprender jugando y jugar aprendiendo. Se deberían elaborar programas electrónicos, por pedagogos competentes, en los que el suspenso y la emoción del triunfo vayan de la mano con el aprendizaje del currículo escolar.

Los "juegos electrónicos", tal y como se los presenta en nuestro medio, son lo más contrario a la educación cívica, a la formación en los valores y a la práctica de la verdadera convivencia ciudadana.

Nuestros niños están ya totalmente inmersos en la cultura de la imagen, del color, del movimiento, de lo gráfico, de lo cromático, de lo experimental... Es normal que, cada vez, se les torne más aburrida la clase de matemáticas, de lenguaje o de química... El clásico verbalismo profesoral, el antipático dictado y los métodos memorísticos y repetitivos, se están volviendo inaguantables para nuestros estudiantes. La niñez y la juventud han cambiado no solo en sus gustos, sino también en sus formas de aprender. Sin embargo, la metodología escolar sigue encerrada en un antipedagógico y pertinaz atraso.

Los videojuegos deberían constituirse en instrumentos valiosos, conjugando los contenidos científicos, necesarios y prácticos, con lo imaginativo y lo experimental que tienen estos juegos. Lo está exigiendo la "cultura de la imagen" en la que está inmersa de lleno nuestra niñez y nuestra juventud. ●