

# Chasqui

Revista Latinoamericana  
de Comunicación

No. 60 - DICIEMBRE 1997

**Director (E)**

Jorge Mantilla Jarrín

**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.

Mario Jaramillo,

Ministro de Educación y Cultura

Abelardo Posso,

Min. Relaciones Exteriores.

León Roldós, Universidad de Guayaquil.

Carlos María Ocampos, OEA

Consuelo Feraud, UNESCO.

Carlos Ayala, FENAPE.

Héctor Espín, UNP.

Tulio Muñoz, AER.

**Asistente de Edición**

Martha Rodríguez

**Corrección de Estilo**

Manuel Mesa

Magdalena Zambrano

**Portada y contraportada**

Miguel Betancourt

**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

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

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

“A gréguele un poquito más de glóbulos rojos” fue la sugerencia, casi orden, de un director al cronista policial de su diario. Y es que en medios donde la información no es un bien social, sino una mercancía, el tratamiento morboso y espectacular de la violencia degenera en un “periodismo de las morgues que lucra del morbo mortuorio”, pero que también incrementa lectores, *rating* y, consecuentemente, el ingreso por publicidad (los anunciantes no son inocentes en este negocio, fenómeno mediático que ha determinado que en algunos países, como Ecuador, los diarios y espacios televisivos sensacionalistas ocupen los primeros lugares en la preferencia del público). Este tipo de periodismo, a través de sus valores-noticia y su estilo, refuerza estereotipos machistas y racistas: es casi un delito ser mujer, joven u homosexual, mucho peor si, además, se es pobre, negro o indio.

Pero, ¿será que el público necesita de este periodismo para exorcizar, de alguna manera, su drama personal y familiar?, ¿será que el famoso “gusto del público”, argumento utilizado por algunos directores de medios, es aceptable para justificarlo? El “gusto del público” no es más que un artificio no válido, pues han sido los mismos medios los que han configurado ese gusto y, por eso mismo, se puede construir otro tipo de estética como ya lo han hecho algunos espacios y medios en nuestra región. En este sentido, el periodismo policiaco “debe -dice Rubem Fonseca- mostrar los diversos mecanismos a través de los cuales se muestra una sociedad que parece marchar hacia su desintegración. La corrupción administrativa, el tráfico de estupefacientes, la plutocracia, son los hilos que atrapan a la sociedad como en una tela de araña, y que hay que desenmascararlos”. Con **Crónica roja: espectáculo y negocio** esperamos fortalecer una práctica de periodismo judicial o de sucesos (lo de crónica roja es un convencionalismo discutible) que más que centrarse en los hechos (como espectáculo y negocio) se centre en los procesos que están detrás de la violencia y la corrupción, de una manera responsable y creativa.

Más que de divulgación o de popularización de la ciencia, algunos autores prefieren hablar de “alfabetización científica”, “entendimiento o conocimiento público de la ciencia” o “cultura científica”. En cualquier caso es evidente la importancia que la divulgación científica tiene actualmente, más aún si consideramos que ella tiene un atraso con respecto al avance científico y que hay un desfase entre la gente común y la comunidad científica. Ya Einstein destacó esa importancia: “... Si los conocimientos científicos se limitan a un pequeño grupo de hombres, se debilita la mentalidad filosófica de un pueblo, que camina así hacia su empobrecimiento espiritual”. Y aunque algunos científicos creen que no puede haber popularización de la ciencia sin menoscabo de lo sustancial, hay otros que no solo han creído que ello es posible, sino que lo han hecho de una manera brillante: el mismo Einstein, Adam Smith, Max Plank, Darwin, Julián Huxley... Con **Divulgación y divulgadores de la ciencia**, Chasqui retoma (ya lo hizo en su edición 55) este tema y, a propósito, rinde un homenaje a grandes divulgadores, lamentablemente ya fallecidos: Carl Sagan, además de divulgador, profundo crítico social; Isaac Asimov, creador de mundos y de una prolífica obra (cerca de 500 libros publicados); Jacques Cousteau explorador y “cineasta de TV” como a él le gustaba llamarse, y Aristides Bastidas, luz (aunque ciego los últimos años de su intensa vida) e impulsor del periodismo científico iberoamericano.

Fernando Checa Montúfar  
Editor

## CRONICA ROJA: ESPECTACULO Y NEGOCIO



**E**n medios donde la información es una mercancía, y no un bien social, la crónica roja degenera en productos abyectos, lo cual, muchas veces, implica un incremento de las ventas y el rating ¿Por qué?

- 4 De la crónica roja al morbo mediático  
*José Sánchez-Parga*
- 8 Violencia, discurso y género  
*Pilar Núñez, María F. Noboa*
- 12 Crónica roja: ni blanco ni negro  
*Orlando Pérez*
- 16 Jóvenes y medios: la construcción del enemigo  
*Rossana Reguillo*
- 20 La sangre como espectáculo  
*Rubén Darío Buitrón*

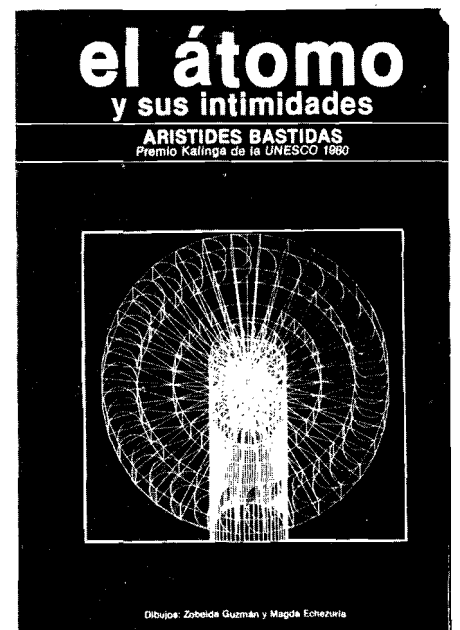


- 24 Colombia: encrucijada de violencia sin color  
*Jorge Cardona Alzate*
- 29 México: una construcción de verdad en la crónica policial  
*Sarah Corona Berkin*
- 33 Brasil: TV, ficción, realidad, verosimilitud  
*Elizabeth Rondelli*
- 46 Isaac Asimov, creador de mundos  
*Alexis Schlachter*
- 48 Cousteau regresa al mundo del silencio  
*Manuel Calvo H.*
- 50 Arístides Bastidas: Pionero del Periodismo Científico en Venezuela  
*CPCV*
- 53 Los científicos y los viajes espaciales  
*Peter Schenkel*

## DIVULGADORES DE LA CIENCIA

**F**rente al desfase entre divulgación y avance científico es importante intensificar esfuerzos para que la primera crezca cualitativa y cuantitativamente. Muchos científicos se dedicaron a ella de manera brillante. Aquí, un homenaje a algunos de ellos.

- 38 Objetivos de la divulgación de la ciencia  
*Manuel Calvo H.*
- 43 El rey de los divulgadores ha muerto  
*Peter Schenkel*



## APUNTES



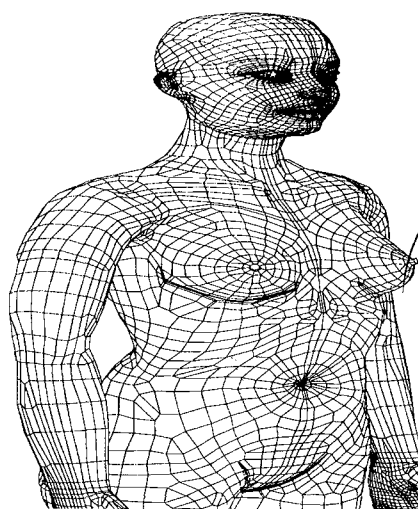
- 55 Educar y comunicar para la diferencia  
*Daniel Prieto C.*
- 60 Murgas: El canto de barrio en barrio  
*Juan Eduardo Curuchet*
- 64 Cuba: 75 años de radio  
*Ignacio Canel Bravo*
- 68 Los libros no muerden. Una dieta  
*Christian Ferrer*
- 73 Religiosidad catódica  
*Luis Ignacio Sierra G.*

## ENTREVISTA

- 76 Mattelart y la sociedad mediatizada  
*Martha Cecilia Ruiz*
- 78 Román Gubern: la mirada alternativa en un "viaje de ida"  
*Stella Maris Poggian*

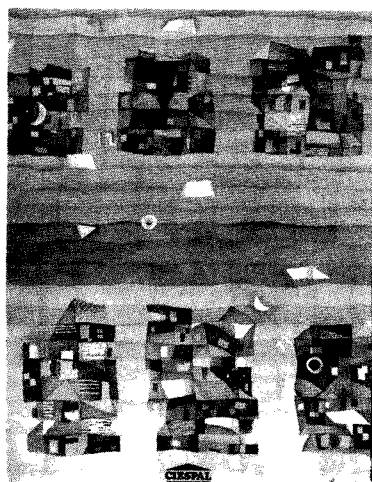
## NUEVAS TECNOLOGIAS

- 81 Telemática, mediación y sociedad  
*Artur Matuck*



## IDIOMA Y ESTILO

- 86 Una curiosa historia del "programa a cumplir"  
*Hernán Rodríguez Castelo*
- 89 NOTICIAS
- 91 RESEÑAS

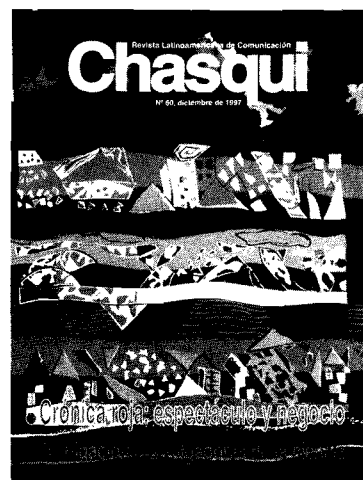


## PORTADA Y CONTRAPORTADA

MIGUEL BETANCOURT

"Volando sobre un poncho".  
Serigrafía 76 x 56 cm

"Ciudad que flota en la memoria"  
Acuarela y carboncillo 105 x 75 cm.



# RELIGIOSIDAD CATODICA

*En los últimos tiempos ha habido un resurgimiento del fenómeno religioso de diversas maneras, incluso sorprendentes. Al aproximarse el tercer milenio, la posmodernidad religiosa disputa parte de la pantalla electrónica con el melodrama religioso: hoy estamos viviendo una religiosidad mediática, una religiosidad catódica. A ello se refieren estos apuntes.*



*Si seguimos ignorando los terrenos de la imagen y del símbolo, no tardaremos en constatar que podemos contraer todas las enfermedades psicosomáticas y neuróticas posibles. E. Drewerman*

**M**onjas abrazadas besándose con galanes, sacerdotes y hasta obispos envueltos en lios de faldas, celos, intrigas, dineros, calientes, todos en situaciones aparentemente fuera de lo común, rituales eso-

téricos, rezos, hechicería, magia, ceremonias de bautizos, matrimonios y entierros sui generis, aparte de los comerciales retocados con referente religioso, esto y mucho más es lo que observamos últimamente en nuestras pantallas de televisión. De unos cuantos años para acá constatamos el resurgir, de manera cada vez más novedosa y familiar, del fenómeno religioso en diferentes escalas y modalidades. Nos referimos particularmente a la abundancia en la oferta audiovisual de creencias, ritos, celebraciones, sectas, esoteris-

mos, etc., que se incrementa con mayor fuerza a medida que nos acercamos al comienzo del nuevo milenio. No cabe duda que la posmodernidad religiosa, a su modo, también ha hecho su irrupción en la pantalla.

## **La religión como fenómeno mediático**

El fenómeno religioso que antes era de práctica individual, reservada a sitios

LUIS IGNACIO SIERRA G., colombiano. Profesor universitario. E-mail: lisierra@javercol.javeriana.edu.co

sagrados, templos, capillas, manifestaciones explícitamente religiosas, desborda ahora todos los espacios públicos y se hace presente, a través de los diferentes medios de comunicación, en cualquier circunstancia de la vida social. Lo religioso en los medios sigue siendo explosivo en nuestro contexto. Asistimos así, en la actualidad, al avance dinámico de una era informativa neorreligiosa que impacta por su diversidad y contundencia. Pareciera como si la modernidad al habernos desencantado el mundo en sus múltiples facetas, se hubiese olvidado de hacerlo con la experiencia religiosa.

Aunque la élite y clases de elevado estrato vivan de variadas formas la secularización y el desencanto de lo religioso, sin embargo, para las mayorías populares, en particular, ese corte no se ha dado de manera tan tajante. La religiosidad sigue siendo una fuente de sentido para su vida, fuente de reserva, de capacidad y entereza moral. La gente, el ciudadano común de la calle, el trabajador o empleado, no se acostumbra a vivir sin encanto, sin misterios, sin mitos, sin ritos. Como que sigue necesitando reencantar el mundo, devolverle magia y misterio

**L**a religiosidad melodramatizada está ejerciendo toda una dinámica de influencia sociocultural, construyendo y modelando un imaginario religioso, al cual muchos televidentes han tenido que acostumbrarse por fuerza de los libretistas y realizadores.

como su ingrediente esencial, a pesar y por encima de toda modernización.

En el interior de esta nueva dinámica, se encuentran los medios de comunicación jugando un papel de preponderante resignificación, de recategorización de la realidad del mundo. Particularmente, queremos aludir aquí a la televisión, que cuenta con una fuerza prodigiosa de penetración y alcance en todas las esferas de la vida cotidiana, que vehicula y alimenta una amplia variedad de imaginarios religiosos. Como dice Martín Barbero, la televisión es el lugar de visibilización de los mitos comunes; cataliza los símbolos integrales de la sociedad; tiene particular y honda resonancia en la capacidad y necesidad de sentirse alguien en la medida en que se identifica con alguien<sup>1</sup>.

Al querer reinterpretar los signos de la realidad, la televisión pretende crear un nuevo imaginario social. En tal sentido, cobra singular importancia el hábil manejo del recurso a lo religioso, en sus diferentes manifestaciones, como explotación de un imaginario latente en la colectividad. Este resulta muchas veces bastante susceptible y efectivo de manejar, sobre todo cuando se trata de lograr un incremento significativo en el *rating* de la programación.

Vivimos hoy, a la par de muchos otros fenómenos televisivos, la era de la religiosidad mediática, religiosidad catódica, "a la carta", como oferta para el televidente. En el espacio de la vida cotidiana la televisión, productora de imágenes, atiende a las necesidades más recónditas, ayudando a satisfacer las fantasías y los sueños, tendiendo el puente de unión de las personas con su imaginario latente. Muchas de las producciones de seriales, que traen ingredientes religiosos, conllevan en el fondo el rechazo de una institución reguladora de las prácticas y creencias, el rechazo de una ortodoxia en beneficio del principio de soberanía individual. Donde lo imaginario de aquellos que se declaran cristianos es a menudo un "imaginario fragmentado", sincrético de los más variados elementos, en búsqueda de una plenitud soñada.

#### Religiosidad melodramatizada

Tal es el caso, en nuestro medio colombiano, de series como: *Pecado santo*, *La otra mitad del sol*, *Las marías*,

*Sangre de los lobos*, *Detrás de un ángel*, *Candela*, *El pájaro espino*, *Guardianes de la Bahía*, recientemente, *Leche*, *Prisioneros del amor*, y otras cuantas con el aditamento clerical, eclesial, religioso, esotérico, reencarnacionista, las cuales han entrado con tal espontaneidad en nuestros hogares que, al decir de muchos, parece lo más normal y atractivo del mundo que sus tramas se desarrollen impregnadas del elemento religioso, así sus principios y prácticas personales o de familia en la vida real no concuerden con los principios allí divulgados y certifiquen lo contrario.

No podemos negar, ciertamente, el impacto que estas y otras series vienen produciendo en nuestra cultura y en el imaginario colectivo. Los medios, como sostiene de nuevo J. M. Barbero, no son un puro fenómeno comercial, no son un puro fenómeno de manipulación ideológica, son un fenómeno cultural a través del cual la gente, mucha gente, cada vez más gente, vive la constitución del sentido de su vida, incluido el sentido religioso<sup>2</sup>. Lo que sucede, en verdad, es que la imagen abusiva desgasta la realidad, la vacía de su contenido simbólico. Y eso es, tal vez, lo que viene sucediendo con el manejo implícito y explícito de lo religioso en la pantalla.

El medio televisivo se ha llegado a convertir en un elemento fundamental del contacto religioso, de la celebración religiosa, de la experiencia religiosa. Su prefiguración, pre-concepción del universo religioso, con su particular adaptación de libreto respecto de lo doctrinal teológico, eclesial, de escala de valores, de modelos de vida, de principios de fe, su trivialización de lo sagrado, aparte de crear serias controversias, está reajustado (¡o desajustado tal vez!) el sentir profundo del creyente asiduo de la pantalla. La religiosidad melodramatizada está ejerciendo toda una dinámica de influencia sociocultural, construyendo y modelando un imaginario religioso, al cual muchos televidentes han tenido que acostumbrarse por fuerza de los libretistas y realizadores. Como dice Carlos Monsiváis: "En la era de la tecnología, santos, vírgenes y revelaciones milagrosas dependerán ya no de la sorpresa de pastorcillos, sino de pantallas grandes y chicas, de casetes, de discos, de conciertos en escenarios soberbiamente iluminados y sonorizados, de 'posters' y

'miniposters' en revistas sustentadas en fantasías sobre las adoraciones juveniles, de alaridos que no se dirigen al ídolo sino al estado de trance, de giras relámpago en auditorios plétóricos de jovencitas que lloran en, antes y después de cada canción<sup>13</sup>.

Se está resemantizando lo religioso respecto de otros niveles de la vida social, abarcando toda la complejidad de la experiencia humana. Han surgido nuevos rituales religiosos colectivos, nuevas acomodaciones de lo litúrgico-sacramental, de historias de amores prohibidos, de prácticas votivas, milagrerías y fetichismos, todas impulsadas por el alcance y penetración de la pantalla, lo cual está propiciando una nueva postura frente a la celebración y ritualización de lo sagrado. Lo religioso sacral, aquello que en nuestra vida real formaba parte de una dimensión mística, se ha venido desterritorializando propulsado por la penetración de toda la amplia gama de géneros televisivos.

### Dos fenómenos opuestos

Según J. Delumeau, experto historiador del fenómeno religioso, la conyuntura religiosa actual está caracterizada por dos grandes fenómenos aparentemente opuestos que interpelan a nuestros contemporáneos: por un lado, la nebulosa de creencias difusas, la tendencia al sincretismo, la atracción por el esoterismo tan en boga en occidente; por otro lado, el atrincheramiento en integristas agresivos que aumentan entre nosotros en el interior de la mayoría de las religiones<sup>4</sup>.

No hay duda de que en el fondo se trata de un replanteamiento y confrontación directa a la fe del televidente. Es a este y no a los directores, programadores, anunciantes o libretistas, a quien corresponde reajustar y resemantizar su fe, sus prácticas y creencias, sus principios y valores religiosos, según el indicador de su conciencia. Los otros, se supone, de alguna forma lo que hacen es dejar traslucir percepciones e interpretaciones propias en la pantalla.

Sin duda tales seriados nos ofrecen una buena oportunidad para replantear temas tabúes de nuestra comunidad eclesial que implican un reoxigenamiento de nuestra fe comunitaria. Se evidencia, de igual forma, la necesidad de una reeducación de la fe y sus principios con sentido crítico frente a la imagen y el



Senny Tassuda, Brasil

Antes reservada a sitios sagrados, hoy la religión invade los espacios mediáticos

mensaje de carácter religioso transmitido por los medios, en particular el melodrama. Todas estas series, con su peculiar enfoque de lo religioso, nos invitan y motivan a construir opinión crítica sobre productores y realizadores, sobre nuestra propia vivencia religiosa y pertenencia eclesial, y de cuestionamiento frente al producto que se nos ofrece.

Para terminar, vale la pena una pregunta desde la perspectiva teológico-cristiana: ¿será que un medio como la televisión, con sus dramatizados pseudo-religiosos, nos está ayudando a adquirir un modo de interpretar el mundo de forma que esté en consonancia con el Evangelio? Gregory Baum, director de la revista *The Ecumenist*, en E.U., plantea serios e interesantes cuestionamientos, al respecto: ¿Es posible transmitir la experiencia religiosa a través de los medios de comunicación social? ¿Puede un programa de radio o televisión llevarnos a un punto en que nuestra estrecha visión de la vida se abra hasta darnos la posibilidad de captar las más profundas

verdades de que somos portadores, pero a las que no prestamos la atención que debiéramos, un momento en que seamos tocados por la fuerza amorosa que llega a nosotros como redención y vida nueva?<sup>5</sup> En estas épocas de incertidumbres, cuando incluso lo inverosímil parece creíble, resulta, en cierto modo, saludable participar críticamente de nuevas comprensiones y tematizaciones de algo tan singular como lo religioso, que confiere sentido a nuestra existencia. ●

### NOTAS

1. Barbero, Jesús Martín, *Pre-textos - Conversaciones sobre la comunicación y sus contextos*, Ed. Univ. del Valle, 1995, p. 187.
2. *Ibid.*, p. 186.
3. Monsiváis, Carlos, "Literatura latinoamericana e industria cultural", en *Cultura pospolítica. El debate sobre la modernidad en América Latina*, México, 1995, p. 197.
4. Delumeau, Jean, *El hecho religioso*, Ed. Alianza, Madrid, 1995, p. 8.
5. Baum, Gregory, "La iglesia y los medios de comunicación", en revista *Concilium*, nº 250, diciembre, 1993, p. 97.