

Chasqui

Revista Latinoamericana
de Comunicación

No. 51 - JULIO 1995

Director

Asdrúbal de la Torre

Editor

Fernando Checa Montúfar

Consejo Editorial

Jorge Mantilla Jarrín

Edgar Jaramillo

Luis Castro

Nelson Dávila

**Consejo de Administración de
CIESPAL**

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

Fausto Segovia,

Ministro de Educación.

Byron Morejón,

Min. Relaciones Exteriores.

Luis Castro, UNP.

Mario Chávez, UNESCO.

Raúl Izurieta, AER.

León Roldós, Universidad Estatal de
Guayaquil.

Edgar Jaramillo S.

FENAPE.

Asistente de Edición

Martha Rodríguez

Portada

Jaime Zapata

Impreso

Editorial QUIPUS - CIESPAL

Chasqui es una publicación de CIESPAL.

Apartado 17-01-584, Quito, Ecuador

Telf. 506 149 544-624. Telex: 22474

CIESPL ED.

Fax (593-2) 502-487

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

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

NOTA A LOS LECTORES

París, diciembre 28, 1895, Grand Café, boulevard des Capucines. Obreros que salen de sus fábricas, un tren en la estación, una partida de naipes y demás cotidianidades finiseculares son recreadas en la moderna caverna de Platón. Los hermanos Lumière, Louis Jean y Auguste Marie, estrenan el cinematógrafo, esa otra forma de soñar. Cien años después, este "sueño", que nos abstrae de una realidad para ubicarnos en otra, recreándonos, ¿ha entrado en crisis? En **Cine: los primeros 100 años** presentamos una serie de propuestas y reflexiones de lo que ha significado y ha sido este arte, y de las competencias que le han surgido y que nos plantean varias incógnitas y preocupaciones sobre el cine y ¿sus próximos cien años?

A inicios de los 40, el Dr. Henry Sigerist (E.U.) estableció que la salud, más que de la medicina, depende de la promoción y de la prevención; según esto, la población ya no deviene en "paciente", es una entidad activa y un factor fundamental para mejorar su calidad de vida. Concepto revolucionario el de Promoción de la salud, al que en las siguientes décadas se sumaron los de Movilización social y Comunicación para la salud; este como un componente imprescindible en la generación de conocimientos, actitudes y prácticas adecuadas. Al respecto, la capacitación de profesionales para formar estrategias, ha sido una necesidad impostergable en América Latina. Con este criterio, entre marzo y abril de 1995, CIESPAL realizó un curso pionero en la región. Algunos de los documentos presentados por expertos ofrecemos en **Comunicación y salud**.

Para Bienamino Plácido, periodista italiano, "el deporte no nació por ser un espejo de la sociedad; nació para compensar, para contrarrestar ciertos defectos de la sociedad civil". Función y rol constructivos del deporte en un contexto social bastante defectuoso. Si esta es la trascendencia del deporte, ¿cuál la de su necesario complemento, el periodismo deportivo? Obviamente que mucha, no solo importancia, también responsabilidad. Pero, la historia de este siglo del deporte, donde lo de "aldea global" es una realidad extremadamente compleja, demuestra que los medios, sobre todo la TV, están minando ese espíritu altruista y determinando la evolución del deporte: modificando normas, estableciendo ritmos, gobernando multitudes, mercantilizándolo. El **Periodismo deportivo**, otro módulo temático, es una actividad que cada día adquiere más espacio en los medios y, por tanto, debe ser asumido con mayor responsabilidad.

"Del shock al show" define Osvaldo Soriano a cómo la TV argentina ha frivolizado el inédito "reconocimiento" de culpa, por parte de los militares argentinos en relación a sus crímenes en la última dictadura; y cómo fueron las declaraciones de Scilingo al periodista Horacio Verbitsky que dieron lugar a ese "reconocimiento"; es el contenido de **Para el debate**. También presentamos, desde la perspectiva de las ONG's, el *networking* y los gremios; algunas propuestas latinoamericanas sobre comunicación y mujer que deben ser consideradas en Beijing, el próximo septiembre. En **Recepción televisiva** ofrecemos dos estudios recientes: ¿cuáles son las motivaciones infantiles ante la TV? y ¿cómo el visionado femenino de telenovelas sirve para articular las culturas híbridas en Brasil?

Al iniciar los próximos 50 números de *Chasqui*, queremos reiterar nuestro propósito de abrir puertas a los colegas que quieran aprovechar este espacio plural, amplio y propicio para el debate y la socialización de pensamientos y sentires en torno a la comunicación. La invitación está hecha y en sus manos el concretarla.



CINE: LOS PRIMEROS 100 AÑOS

Presentamos una serie de propuestas y reflexiones de lo que ha significado y ha sido este arte, y de las competencias que le han surgido y que nos plantean varias incógnitas y preocupaciones sobre el cine y ¿sus próximos cien años?

- 4 Que cien años no es nada
Jorge Enrique Adoum
- 7 El cine o la teoría del presentimiento
Santiago Rivadeneira
- 11 Del misionero antropólogo al shamán electrónico
Iván F. Rodrigo M.
- 15 Ilusión y embaucamiento
Jorge Luis Gómez
- 16 Cine latinoamericano contemporáneo
Fernán Rodríguez C.
- 19 La idiosincrasia electrónica
Augusto Góngora

- 20 La incomunicación latinoamericana
Juan Fernández Romar
- 23 La realización cinematográfica
Diego Tapia Figueroa
- 26 Génesis de un guión
Alberto M. Perona

COMUNICACION Y SALUD

Al respecto, la capacitación de profesionales para formar estrategias ha sido una necesidad impostergable en América Latina. Con este criterio, entre marzo y abril de 1995, CIESPAL realizó un curso pionero en la región. Algunos de los documentos presentados por expertos ofrecemos en este módulo.

- 30 Salud y enfermedad en América Latina
Miguel Malo
- 33 Salud pública y comunicación social
Luis Ramiro Beltrán
- 38 Comunicación y movilización social
Gloria Dávila de Vela
- 41 Capacitación en comunicación y movilización
Ana López A.
- 44 Medios, "salud mental" y "locura"
Enrique Guinsberg



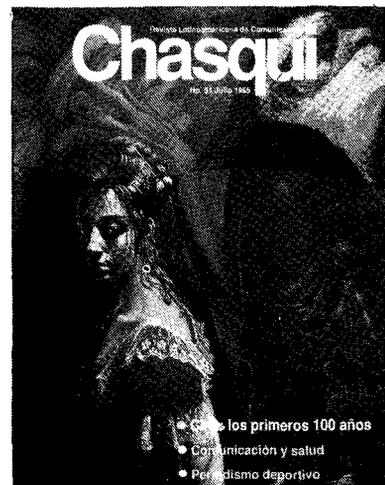
NUESTRA PORTADA

Shuya. Oleo sobre tela de Jaime Zapata, 1.97 x 1.40.

El autor es ecuatoriano y su obra ha sido expuesta a nivel nacional e internacional.

Diseño: Arturo Castañeda

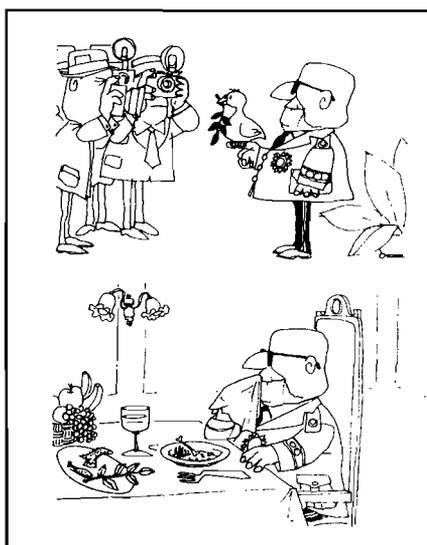
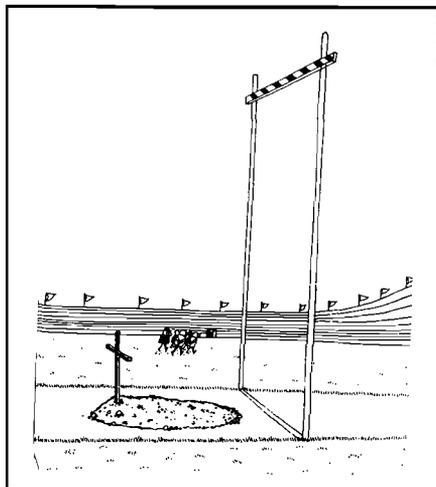
Fotografía: Kira Tolkmint



PERIODISMO DEPORTIVO

Tiene mucha importancia y responsabilidad. Pero la historia de este siglo del deporte, donde lo de "aldea global" es una realidad extremadamente compleja, demuestra que los medios, sobre todo la TV, están minando el espíritu altruista del deporte.

- 48 El balón puede esperar
Carlos Iván Yáñez
- 52 Del espectáculo al negocio
Ezequiel Fernández
- 56 ¿Comunicación deficiente deporte deficiente?
Luis Castro
- 58 Uruguay '95, el fútbol en el "dios mercado"
Kintto Lucas
- 60 En el siglo del deporte
Alfonso Laso Bermeo
- 62 Los medios deportivos en Europa
Daniel E. Jones



PARA EL DEBATE

- 66 Verbitsky: el ajustador de cuentas
Juan Carlos Calderón
- 68 El horror trivializado
Raúl Zibechi
- 71 Afinar voces y afilar tijeras
Alexandra Ayala M.
- 74 Mujeres en la superautopista
Sally Burch
- 78 Mujeres periodistas
Katía Gil

RECEPCION TELEVISIVA

- 81 Motivaciones infantiles ante la TV
Valerio Fuenzalida
- 86 Telenovelas y culturas híbridas en Brasil
Thomas Tutte

- 91 IDIOMA Y PERIODISMO
Los extranjerismos
Lucía Lemos

- 92 ACTIVIDADES DE CIESPAL
Holanda: una cooperación con frutos
Francisco Ordóñez

- 94 Radiopasionados y televisionarios
Ma. del Carmen Cevallos

- 95 AVISOS

- 98 RESEÑAS

FOTO DE PORTADA INTERIOR

OSCAR BONILLA, URUGUAY

NUEVO EDITOR DE CHASQUI

Fernando Checa Montúfar (1956) es ecuatoriano, licenciado en Comunicación Social, por la Universidad Central del Ecuador, especializado en investigación y planificación de la comunicación.

Ha sido periodista en radio, televisión y prensa; colaborador de *Chasqui* en las últimas ediciones. Ha publicado *Medios y sectores populares* (Materiales de trabajo, número 10, CIESPAL, 1991).

Se ha desempeñado como profesor universitario, colaborador de organismos nacionales e internacionales en proyectos de comunicación, conferencista e instructor en cursos y talleres sobre periodismo y comunicación, en Ecuador y otros países de América Latina. Entre 1993 y 1994 integró la misión pacificadora *Operación de Naciones Unidas para Mozambique* (ONUMAZ). En CIESPAL ha sido investigador y asistente de la Dirección Técnica.

Génesis de un guión

"Mis películas surgen de mi deseo de contar una historia en particular, en un momento en particular. Entre unas cuantas ideas hay una que de pronto germina. Eso que nutre esa raíz y la hace transformarse en árbol, es el guión".

Akira Kurosawa



Susan Hayward en ¡Quiero vivir! (1958) de Robert Wise

Las crecientes complicaciones de un rodaje exigen repartir las tareas entre varios especialistas. Para que este esfuerzo no se diluya en el caos, los lineamientos generales, el "embrión", debe estar en alguna parte. En el guión, nada menos. El punto de partida puede ser de origen literario (novela, cuento, obra teatral) o idea original para cine o televisión.

"Nadie escribe sin sentir que es indispensable", dice Aída Bortnik. La génesis del guión se encuentra en las motivaciones personales que nos hacen

ALBERTO M. PERONA, argentino. Cineasta y profesor universitario.

querer "hablar del mundo y ser hablados por él", en una historia total y absoluta. Contar algo es "apresar el mundo", hacerlo de uno. Esta utopía es un proyecto de escritura en palabras primero y en imágenes después, o de las dos cosas al mismo tiempo. Se piensa con imágenes-palabras y se escribe con palabras-imágenes.

La elaboración de un guión exige que, previamente, se respondan a satisfacción algunas interrogantes.

¿Qué escribir?

Responder a esto implica tener claro el tema y la idea a transmitir en el mensaje final. Tener claro el tema significa

conocerlo profundamente en sus aspectos objetivos y subjetivos. En cuanto a la idea, es el germen primario desde el cual comienza a elaborarse la historia.

Si el tema es el contenido a escribir, la idea es la finalidad del mensaje. El guionista tiene un punto de partida cierto y concreto en la idea, porque le permite el tratamiento del tema. Cuando se va aclarando el tema y, por ende, los contenidos de la historia, esta comienza a tomar la forma más próxima a la intuición primera. Esa intuición es la que va determinando la estructura inicial sobre la que se sustentará el film.

La pregunta también alude al universo interno, vago, etéreo que es la crea-

ción artística y, por lo tanto, al método, al camino a recorrer para llegar a plasmar las ideas audiovisuales. Las buenas ideas valen oro en la industria de lo cultural.

El guionista, a través del tratamiento temático y la elección del género, actuará como un *gatekeeper* que selecciona qué parte del mundo hará "visible". Jorge Polaco reflexiona sobre esto diciendo: "El cine tiene que ver con la vida, y el cine que no tiene que ver con la vida no le interesa a nadie". Eliseo Subiela dice por otra parte: "Filmo con muchas preguntas que buscan respuestas. Supongo que las interrogaciones que me hago -respecto al tema- tienen que ver también con otra gente".

En definitiva, esta pregunta se refiere a los temas e ideas a desarrollar. Pero no cualquier idea es válida. La idea debe tener valor como proyecto audiovisual: "Lo último que tiene que hacer el guionista es escribir; lo principal es hablar el lenguaje cinematográfico", dice acertadamente Juan-Claude Carrière.

¿Por qué escribir?

Con esta interrogante se define el propósito que anima la escritura del guión. Ello se traducirá en una orientación que irá implícita, no solo en el guión final, sino en el film terminado.

Toda idea supone un "punto de vista" a partir del cual es tratado el tema, esto impone al guión sus propios parámetros que son los mismos que usa el guionista

en su relación con el mundo circundante: las valoraciones, los sentimientos, los principios rectores de su historia personal, su cultura, sus búsquedas estéticas, etc.

Ello no es éticamente calificable, forma parte de la naturaleza misma del guionista. Cuando mucho, podrá objetarse la pretensión del guionista -si existe- de "universalizar" esos parámetros o de darles la categoría de "leyes naturales". Un proyecto estético (un guión y un filme lo son) siempre es una utopía y, como tal, contiene un proyecto de mundo, de lo que "debe ser". Hacer un filme es tomar una posición frente a uno, los otros y el mundo; no solo en un sentido ideológico, sino en un proyecto de "eticidad estética" que va mucho más allá del compromiso político.

"La verdad se puede definir -dice Karl Popper- pero nunca podemos estar seguros de tenerla, aunque sea verdad. Sabríamos cómo es la verdad si la encontrásemos". Esa búsqueda constituye el motivo del guionista-director, a sabidas que no podrá alcanzarla nunca. Cada filme que logra crear será un paso en ese camino que hemos denominado el proyecto de "eticidad estética".

En un sentido similar cabe recordar a Carlos Fuentes: "El artista hace un llamado a esa parte de nuestro ser que no depende del conocimiento; a esa parte nuestra que es un don y no una adquisición. Habla a nuestra capacidad de deleite y asombro, el sentido de misterio que rodea nuestras vidas; a nuestro sentido de piedad, de belleza y de dolor; al



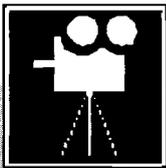
The May Irvin - John C. Rice Kiss (1896)
de Thomas A. Edison

sentido latente de hermandad con la creación entera".

¿Cómo escribir?

No hay un método único y definitivo, cada guionista va experimentando y aproximándose al "modelo" de trabajo que le resulta más eficaz para la construcción de la historia.

"Me gusta más encontrar misterio que clarificar todo, porque clarificar implica reducir", dice Jean-Claude Carrière. "Con ese filme se pareció comprender que no tenía necesidad de historia e ideas. 'Entrevista' es una película que se hizo por sí misma; bastaba con estar sentado junto a la cámara de cine, en un lugar donde se podía encender una lámpara, rodeada de un grupo de rostros confiados y deseosos de partir, de via-



Steven Spielberg

(Estados Unidos)

Estoy comenzando a interesarme en la publicidad: cómo se debería distribuir un filme, cómo deben ser los afiches, cómo debe ser la campaña para lanzarlo y cómo debe ser el marketing. Me parece que el marketing es tan importante como realizar un filme... A los interesados en dirigir un filme les digo: comiencen lo más jóvenes que puedan y prefieran hacer sus películas, antes que leer las cosas que se cuentan sobre las personas que han realizado las suyas. No hay nada que pueda sustituir la experiencia de filmar, montar y después proyectar, especialmente proyectar, especialmente escuchar al público y ver cuánta sintonía existe entre ustedes y las necesidades de este público... El futuro es el video.

jar...”, comentaba Federico Fellini. Dos creadores y dos procedimientos hermenéuticos para construir un filme. En definitiva, el “cómo”, significa la “forma” narrativa que elegiré para contar la historia.

Visualizar la historia implica, en cada etapa del guión (argumento, sinopsis, libro cinematográfico), plasmar la “idea narrativa” del filme, su valor audiovisual. Dar este valor a una historia es, valga la redundancia, comprender que el producto final se ve y se oye. Por lo tanto, todos los elementos constitutivos del guión, en todas sus etapas, deben ser susceptibles de ser traducidos en imágenes y sonidos que sean objetivamente apreciados. Otros elementos que podrían tener valor formal en otro tipo de arte, como los giros poéticos por ejemplo, se convierten en inútiles, cuando no en perjudiciales, para la factura de un guión.

Augusto Roa Bastos confirma algunos procedimientos útiles para la redacción de un guión: “El cine exige un

lenguaje específico, que es el que trata de captar los núcleos visuales de las formas... Yo había soñado siempre con dotar a la escritura de una calidad visual, probablemente porque soy de origen campesino, la lectura y la escritura vinieron más tarde, por eso creo que en mí predomina la capacidad visual”.

Los elementos audiovisuales de un guión, por lo tanto, llevan en sí una escenificación que dota al discurso cinematográfico de su propio modo narrativo. Incluso, la sucesión arbitraria de imágenes y sonidos es susceptible de adquirir significado para un espectador imaginario, por medio de la escenificación.

Escenificar supone disponer, en la historia, de los elementos para que el futuro espectador o director del filme vea e imagine claramente situaciones, ideas y matices que configuran los hechos narrados.

El espectador tiene una capacidad englobadora de los elementos que van apareciendo ante sí. Los dota de significados en la medida que los mismos son referentes de sus propias experiencias vivenciales y sus parámetros culturales. Cuando el guionista logra esta síntesis, es cuando el guión se transforma en el instrumento idóneo para la posterior puesta en escena creativa.

La función específica y esencial del guionista es dejar marcado el “trazo” de la futura puesta en escena del filme. En la medida que sus propuestas sean interpretadas y asumidas por los realizadores, serán recreadas correctamente en imágenes y sonidos, y por lo tanto llegarán al entendimiento y la sensibilidad del espectador con toda la fuerza y riqueza del discurso audiovisual.

¿Para quién escribir?

Cuando redactamos un guión estamos perfilando un espectador posible para el mismo. Por ello, debemos redactarlo teniendo en cuenta elementos comunes del universo imaginario y cultural del espectador.

Claro está, no existe un “espectador universal” sino un mosaico de espectadores tipo, con su “saber audiovisual” derivado de su condición social y cultural. Si bien algunas cinematografías han desarrollado un estilo narrativo que se ha difundido mundialmente (caso Estados Unidos), también es cierto que

los productos de esas cinematografías han llevado consigo la cultura que ha permitido su comprensión. Incluso, se puede hablar de una verdadera asimilación de pautas culturales correspondientes a la cinematografía predominante, incluyendo las “formas” de narrar y exponer audiovisualmente.

Según Luis Gutiérrez Espada, “el guionista que no sea ambicioso, que no trate de superar los estrechos mecanismos -muchas veces ocultos- del cine de consumo, en su peor acepción, nunca saldrá de la mediocridad, contribuirá a mantener en estado desnutrido un cine sin repercusión alguna en la cultura y en el arte (eso no significa, que en las obras comerciales no se den buenos argumentos, buenos guiones e incluso grandes resultados artísticos)”.

El espectador es un ser social y, como todo ser social, tiene en sí pautas con las cuales relaciona todo aquello que llega a su conocimiento. El guionista debe conocer estas pautas, que no son otra cosa que los fundamentos de una cultura, para construir su mensaje.

Es conocida, por dar un ejemplo, la recepción que tuvo en Estados Unidos el filme *La última carcajada* de Friedrich Murnau. El verdadero drama no fue comprendido por el público norteamericano, para quien, por su modo de vida, resultaba más rentable el trabajo en los baños que en la portería. El criterio de “autoridad” y “status” que emanaba del uniforme le era ajeno.

Ello es un problema de “identidad cultural”, que en principio estaría en contraposición con el de “universalidad”. Si bien podemos hablar de una “universalidad de la condición humana”, no es posible hablar de una “universalidad cultural”, la que erróneamente pretende esgrimirse para elaborar mensajes destinados a la mayor cantidad posible de espectadores, y que no es otra cosa que el fenómeno de “aculturación” o sustitución de la cultura de un pueblo por la de otro. Manejar tal criterio, en la elaboración de guiones, trae resultados que adolecen de artificialidad y que ningún recurso expresivo puede salvar.

“La desaparición de las formas del lenguaje y cultura es el gran riesgo actual. La diversidad está amenazada por una cultura masiva internacional sin raíces, alma, color o gusto.... Para mí, es

Contar algo es “apresar el mundo”, hacerlo de uno.

Esta utopía es un proyecto de escritura en palabras primero y en imágenes después, o de las dos cosas al mismo tiempo.



Marlene Dietrich en *El ángel azul* (1930) de Josef von Sternberg

vital mantener un claro espacio cultural europeo y, dentro de él, un claro espacio para cada lenguaje y cultura. Es nuestro deber alentar a los artistas europeos". (Jack Lang, Ministro de Cultura francés, 1991). Son claras la validez y vigencia que tienen estas ideas para nuestra realidad latinoamericana.

El lenguaje, la etnia, la nacionalidad, la génesis cultural son "marcas identificatorias" de cada pueblo. Solo a partir de esa diversidad cultural es posible elaborar en el guión los puntos de contacto con la universalidad de la condición humana. Cada guión y su filme, que toman en cuenta esta problemática, se aproximan un paso a su resolución.

¿Con qué límites escribir?

"-¿No ha soñado con contar historias caras?"

- Cuando pienso en una escena y me doy cuenta que cuesta mucho dinero, la desecho inmediatamente. En este mismo momento tengo una muy buena idea para un guión, pero no lo escribiré. El precio es tan caro que no osaría hacerlo.

- ¿No se animaría a pedir dinero?
- Jamás.

- ¿Y si alguien se ofrece para dárselo?

- No interesa. El dinero también es una cuestión moral. Usar demasiado dinero para hacer una película es inmoral". (Entrevista a Krzysztof Kieslowski, guionista y realizador polaco).

Los cineastas latinoamericanos, en similar condición a la del realizador citado, podemos hacer nuestras estas reflexiones.

Al no existir, en la mayoría de los casos, una industria estable sino una serie de emprendimientos aislados, la labor del guionista no puede ser del tipo *Torre de marfil*. Es decir, el guionista que trabaja en guiones "puros", sin preocuparse de la factibilidad de los mismos, pertenece a una realidad diferente a la nuestra en la que, aun los productos más modestos, cuentan con recursos y financiamientos que nuestra realidad no vacilaría en calificar de ostentosos e imposibles de conseguir.

En nuestra dura realidad, el guionista no solo debe conocer los recursos expresivos propios de su trabajo, sino también los medios económicos disponibles y la mejor forma de instrumentarlos para que rindan al ciento por ciento.

Lo contrario sería como soñar en construir castillos... cuando no se tiene material ni para hacer una choza. Con esto no queremos decir que no debemos soñar con castillos ni que solo debemos soñar con chozas. Es posible soñar libremente... siempre que soñemos con los ojos abiertos; con un ojo puesto en la realidad y otro sobre los recursos expresivos del cine.

La condición humana

Hemos dicho que la escritura de un guión y la producción de su filme constituyen "proyectos utópicos". Imaginar historias es uno de los pocos placeres que nos quedan. Además, persiste el desafío de generar nuevas y más atrevidas propuestas, en pro de una expresión audiovisual auténticamente propia.

Si bien "identidad" vs. "universalidad" es una polémica no resuelta que se manifiesta en contradicciones y antagonismos irreductibles en el campo de la cultura, también es cierto que los últimos acontecimientos de la historia mundial han creado las condiciones para la preponderancia de una cultura que torna los parámetros de las demás endeble, cuando no inexistentes.

Esa misma cultura predominante tiende a lo efímero con una aceleración en progresión geométrica. Tal fugacidad podría ser tolerable para un pueblo que gesta su propia dinámica cultural, pero no para aquellos a los que les es impuesta.

Ello daría como resultado -hecho comprobado en la conquista de América- un serio desequilibrio en la historia de los pueblos afectados, de allí a la decadencia, la asimilación y la desaparición como tales, median muy pocos pasos. De arribarse al anunciado "fin de la historia", nos quedaríamos como los animales, sin futuro.

En este sentido, los creadores, entre los cuales se encuentran los guionistas-realizadores, cumplen la función de otorgar parámetros a una visión del mundo desde una determinada cultura, colaborando a la permanencia y avance de la misma, y a la lucidez del pueblo que le dio origen.

Contar historias es, pues, una de las garantías de preservación de nuestra condición humana. En tanto tengamos historias para contar, tendremos algo profundamente nuestro. ●