

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.

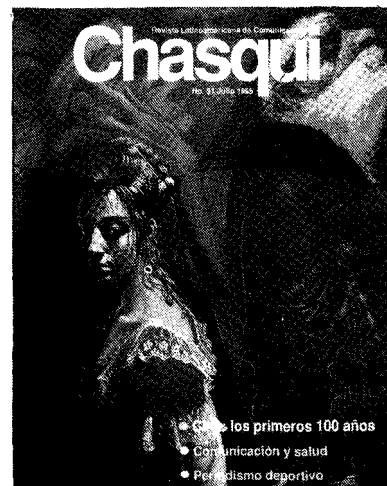
- 30 Salud y enfermedad en América Latina
Miguel Malo
- 33 Salud pública y comunicación social
Luis Ramiro Beltrán
- 38 Comunicación y movilización social
Gloria Dávila de Vela
- 41 Capacitación en comunicación y movilización
Ana López A.
- 44 Medios, "salud mental" y "locura"
Enrique Guinsberg



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.

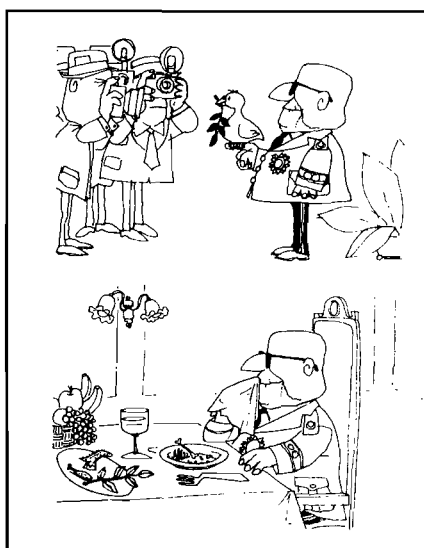
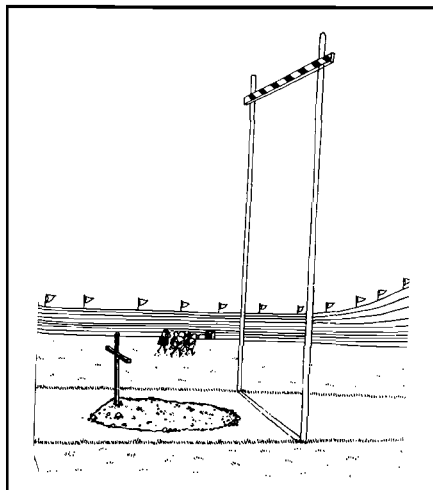
Diseño: Arturo Castañeda
Fotografía: Kira Tolkmint



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.

MUJERES PERIODISTAS

A través de talleres y encuestas con mujeres periodistas de Chile, Paraguay, Perú, Venezuela, Colombia, Brasil, Uruguay, Argentina; y de países de Centroamérica y el Caribe; se han obtenido resultados que van más allá del diagnóstico -coincidente con otros en diferentes regiones del mundo- porque son las periodistas quienes presentan propuestas y planes de acción que deben ser tomados muy en serio.

Con esto aspiramos llenar una de las expectativas que la UNESCO acertadamente ha planteado: "Integrar a las mujeres profesionales de los medios de comunicación en el proceso de reforzamiento de la sociedad civil en todos sus componentes, alentando la participación responsable de la mujer en el proceso democrático y de desarrollo".

La mujer periodista

En las encuestas, las periodistas manifiestan sentimientos de rabia, dolor e impotencia, al ver el manejo de la imagen de la mujer como índice del *rating* televisivo o del centímetro/columna vendido.

Las periodistas se defienden de los ataques (inclusive de las propias organizaciones femeninas) que se les hacen por "la falta de identificación de las periodistas con las justas causas por la igualdad entre mujeres y hombres" o "porque no hacen nada frente al abuso de la figura de la mujer en sus medios". Expresan, primero que todo, que no son sus medios, trabajan en ellos y son igualmente o peor tratadas como mujeres y como profesionales.

Para ilustrar esta afirmación, presentamos tres problemas graves que han surgido de manera reiterada y que tie-



La FIP realizó un diagnóstico, en varios países de América Latina, sobre las percepciones y situación profesional de las mujeres periodistas en los medios. Los resultados de este estudio plantean interrogantes, pero también caminos para superar los problemas que enfrentan quienes tienen que multiplicarse para cumplir su rol de profesionales, madres, esposas, amas de casa...

nen relación con la imagen de la mujer en los medios y su profesión:

1. Discriminación de la periodista en el mercado de trabajo. Sus descriptores principales son:

- Violación de los derechos laborales relacionados con la maternidad

- Igual trabajo, pero menos salario
- Falta de oportunidad de ascenso
- Dificultad de acceso a cargos directivos en sus propias organizaciones gremiales y sindicales
- Acoso sexual de los jefes y/o fuentes de información

KATIA GIL, venezolana. Periodista, Oficial Regional para América Latina de la Federación Internacional de Periodistas (FIP)

Las causas claves de esto se resumen a las siguientes:

- a) Debilidad gremial y falta de interés del gremio hacia los problemas de género
- b) Condicionamiento a patrones culturales (sociedad machista)
- c) Falta de conocimiento de sus derechos
- d) Discriminación sindical y gremial en algunos compañeros
- e) Competencia desleal entre compañeros
- f) Autorepresión por responsabilidades domésticas

2. Baja participación gremial/sindical de la periodista. Los descriptores que resaltan son:

- Poca presencia en las dirigencias gremiales

En las encuestas las periodistas manifiestan sentimientos de rabia, dolor y mayoritariamente de impotencia, al ver el manejo de la imagen de la mujer como índice del rating televisivo o del centímetro/columna vendido.

- Escasa asistencia a actividades gremiales
- El tema del género no es prioridad de las organizaciones gremiales

Las causas claves detectadas son:

- a) Falta de formación gremial
- b) Falta de interés
- c) Ausencia de políticas
- d) Doble rol de la mujer
- e) Mayores presiones sociales

3. Deficiencias en la formación académica, capacitación y actualización. Los descriptores son:

- Aspecto económico: pluriempleo, movilidad ocupacional, baja remuneración
- Falta de especialización y calificación
- Poca acceso a cargos directivos

Las causas claves son:

- a) Desinterés de los gremios/sindicatos por actualizar y capacitar
- b) Las empresas desestiman la actualización profesional
- c) Sindicatos y asociaciones de periodistas no tienen mayores mecanismos de protección
- d) La mujer periodista desconoce sus propios derechos
- e) Poca motivación y disponibilidad para capacitarse

De manera general, todas las periodistas encuestadas en la región, manifestaron coincidencias frente a problemas comunes:

- No existen códigos que normen el trabajo femenino de las periodistas, salvo lo que contemplan algunos códigos del trabajo para la mujer trabajadora.
- El porcentaje de las mujeres que ocupan cargos de decisión en los grandes medios se ubica entre el 1% y 12%
- No existe ningún sistema especial de entrenamiento durante el ejercicio de la profesión, salvo el de propia iniciativa, algunos escasos que provienen del sector empleador (1%) y de sus sindicatos/gremios (entre 1% y 10%).

Las periodistas sostienen que mientras los medios estén manejados por grupos económicos tradicionales, con el interés en reproducir esquemas de la supremacía masculina, se sigue reforzando el rol de la mujer pasiva y

dependiente e, igualmente, se impide el acceso igualitario y democrático en los medios y en la información.

¿Feminización del periodismo?

Está ocurriendo, es innegable y positivo hasta cierto punto. Las mujeres han irrumpido con fuerza en el campo de los medios de comunicación social.

Si bien hay una presencia femenina notoria en los medios de comunicación, llama la atención que hay pocas mujeres en cargos de cierta jerarquía. Los informes confirman que entre 1% y 5% de mujeres están al frente de la dirección, jefatura de información y/o redacción, en los medios. Registran igualmente que solo alcanzan puestos de coordinación, normalmente en el área de arte, espectáculo, cultura y específica de mujeres.

Podríamos decir que es una visibilidad invisible pues, a pesar de verlas en las pantallas televisivas, escuchar sus voces en radio, y leer cada vez más artículos firmados por mujeres, su incidencia en el cambio social es mínima. La sensibilidad femenina, característica muy propia del género, no aparece en esa "pantalla", y se observa una vez más la llamada supremacía machista, inclusive en la mentalidad de nuestras propias colegas.

Esto no solo por razones de formación, o de "deformación"; influyen también condiciones básicas de trabajo y de ejercicio profesional de las periodistas dependientes las cuales condicionan, en muchas circunstancias, el tratamiento de los temas de interés social, económico y/o político.

Igualdad de oportunidades

A pesar de los problemas que aparecieron en la investigación, las propuestas o planes de acción de las periodistas van más dirigidas hacia la igualdad de oportunidades, pues se sienten perfectamente capaces de ejercer la real función del periodismo, la cual, a juicio de una gran mayoría, no está cumpliendo su papel. No le atribuyen totalmente esta falla a los varones que mayoritariamente dirigen medios, pero exigen su mayor presencia en los niveles de decisión, en igualdad de circunstancias, igualdad de competencia profesional, eliminando la discriminación sexista.

Igualmente, de las respuestas se desprende la necesidad de la capacita-



Oscar Bonilla, Uruguay

Periodista, esposa, madre, ama de casa...

ción, no sólo profesional, sino la más importante: la personal, la interna.

Hay coincidencias en el planteamiento de trabajar en reforzar la autoestima, la conciencia de su potencialidad y la consecuente mayor libertad, manejo de la culpabilidad y su necesario cambio hacia la responsabilidad. Destacan, entre otros aspectos de re-educación femenina, conceptos sobre la conducción de la maternidad, de disciplina en las jornadas de trabajo (doble jornada) y revisión del lenguaje de género no como una obsesión, pero sí como un indicador de cambios internos.

Mujer, periodista, gremio y sociedad

Hoy por hoy, la mujer, el ama de casa, la trabajadora, la que denuncia ante las autoridades el hostigamiento de cualquier tipo, debe considerar a la comunicación como una necesidad, como un proceso de afirmación y de liberación.

Sin embargo, hay cientos de organizaciones feministas que pocas veces acceden a los medios de comunicación. Los medios son fuentes públicas para difundir las propuestas femeninas en favor de una superación real del aislamiento de nuestras necesidades con el resto de la sociedad.

Allí aparecemos las periodistas, para ser ese eslabón que falta entre las mujeres, las organizaciones y los medios; pero, ¿cómo hacerlo? Una de las seguras maneras de lograrlo es apoyando a las organizaciones gremiales y sindicales de periodistas. Y queremos explicar por qué.

- Las organizaciones son tribunas naturales de las periodistas.
- Desde las organizaciones, las periodistas tenemos mayor defensa no solo de nuestros intereses profesionales como trabajadoras, sino que, en la medida que las mujeres periodistas tengamos mejores condiciones de trabajo, mejores condiciones profesionales (cláusulas de conciencia, de capacitación, de participación en las pautas noticiosas, por ejemplo), iguales oportunidades para ascender por vía contractual; podremos dar mucho más a la sociedad.
- Todas estas mejoras podemos alcanzarlas a través de la convención colectiva, de las negociaciones que nuestros sindicatos y gremios realizan con nuestros empleadores. Así, las mujeres periodistas tendremos más oportunidad de reflejar en nuestras sociedades, desde posiciones decisorias en los medios de comuni-

cación y desde el puesto valorado de periodistas. Lo que tanto buscamos es: "la máxima participación de la mujer en igualdad de condiciones con el hombre en todos los campos, como factor indispensable para el desarrollo pleno de nuestros países" (Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer).

- Proponemos que, desde el escenario de Beijing 95, se ratifique la obligatoriedad de los Estados de respetar el derecho de asociación, de libertad sindical e, igualmente, se haga cumplir a los empresarios las leyes que respalden estos derechos en cada uno de nuestros países.

Integrar a la mujer profesional de los medios de comunicación al reforzamiento de la sociedad civil, comienza por el respaldo a nuestras organizaciones de periodistas, donde las mujeres debemos tomar riendas para alcanzar posiciones de respeto en nuestro gremio y en el campo de trabajo, en los medios de comunicación, en igualdad de oportunidades con los varones, a fin de dar el viraje en los mensajes y/o contenidos que se difunden, capacitándonos y ejerciendo esa sensibilidad social que como mujeres ofrecemos al mundo del mañana. ●