

Chasqui

Revista Latinoamericana
de Comunicación

No. 50 - ENERO 1995

Director

Asdrúbal de la Torre

Editor (E)

Jorge Mantilla Jarrín

Coeditor

Kintto Lucas

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.

Presidente Alterno, Rubén Astudillo.

Min. Relaciones Exteriores.

Fausto Segovia,

Ministro de Educación.

Luis Castro, UNP.

Fausto Jaramillo, UNESCO.

Raúl Izurieta, AER.

León Roldós, Universidad Estatal de
Guayaquil.

Fernando Naranjo Villacís, FENAPE.

Asistente de Edición

Martha Rodríguez

Impreso

Editorial QUIPUS - CIESPAL

Chasqui es una publicación de CIESPAL
que se edita con la colaboración de la
Fundación Friedrich Ebert de Alemania.

Apartado 17-01-584. Quito, Ecuador

Telf. 506 149 544-624. Telex: 22474
CIESPL ED.

Fax (593-2) 502-487 - E-mail/correo
electrónico: editor@chasqui.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*.

DIBUJOS ANIMADOS

Cautivan a niños,
jóvenes y adultos.
Existen importantes
experiencias de producción
de programas educativos,
informativos y culturales
que utilizan este recurso
como una opción
comunicacional.



- 4 Historia de la animación,
Juan Ruiz
- 7 Hacia una imagen propia,
Carmen Esquivel
- 10 ¿Y cómo se hacen?,
Juan Ruiz
- 14 Dibujos animados, una opción
comunicacional,
César Herrera
- 18 La familia Simpson y los
nuevos dibujos animados,
Martha Cecilia Ruiz
- 20 Los destructivos B&B,
Daniel López
- 22 Para el comic cubano:
cualquier tiempo futuro tiene
que ser mejor,
Paquita Armas Fonseca

COMUNICACION Y MEDIOAMBIENTE

El periodismo ecológico
tiene un importante
desarrollo en América
Latina. Se analizan
diversos aspectos que
limitan su desarrollo y
experiencias de reportajes
que vinculan el
medioambiente a la
realidad social.

- 28 Posibilidades y límites del
periodismo ecológico,
Christian Schutze
- 32 Historia de un periódico,
Ed Ayres
- 36 Multiplicar la red,
John Young
- 42 Información ambiental: ¿la
responsabilidad es solo de los
medios?,
Fernando Checa M.
- 46 Una vida ligada a la floresta,
Kintto Lucas



- 49** Agrotóxicos son el flagelo de los agricultores,
Adriana Silveira
- 52** Las radios y el desarrollo rural sustentable,
Edgardo Carniglia, Gustavo Cimadevilla
- 55** Comunicación y educación ambiental en el Ecuador,
Marco Encalada
- 36** Multiplicar la red,
John Young



- 85** AVISOS
- 91** UNICEF
- 96** ACTIVIDADES DE CIESPAL
- 99** RESEÑAS

ENTREVISTAS

Gunter Grass y Jesús de Polanco cuentan su experiencia en el camino recorrido dentro del mundo de la comunicación. Gabriel Alba nos adentra en una novedosa forma de usar las computadoras.

- 61** Las confesiones de Gunter Grass,
Daniel Morales
- 65** Con Jesús de Polanco: "somos el enano más crecido",
Víctor M. Amela
- 67** Cyberpungks ¿Guerrilleros de la tecnología?,
María del C. Cevallos

DEBATE

- 71** Economía, cultura y comunicación,
Octavio Getino
- 75** La publicidad vía televisión,
Gino Giacomini Filho
- 77** La evolución del "merchandising" en las novelas brasileñas,
Gina López
- 81** ¿Exigir ética solo al periodista?,
Fabián Garcés

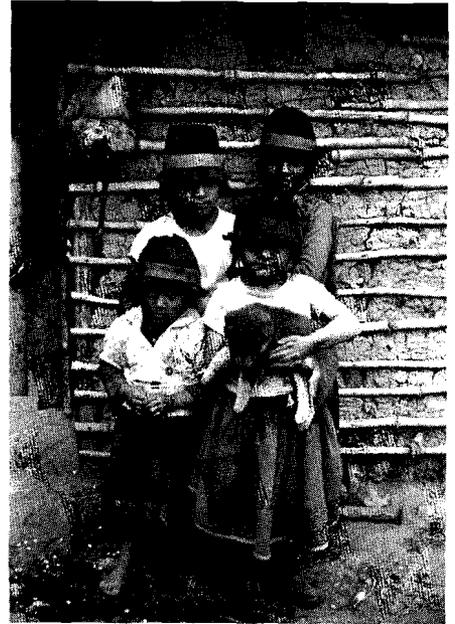


FOTO DE PORTADA INTERIOR

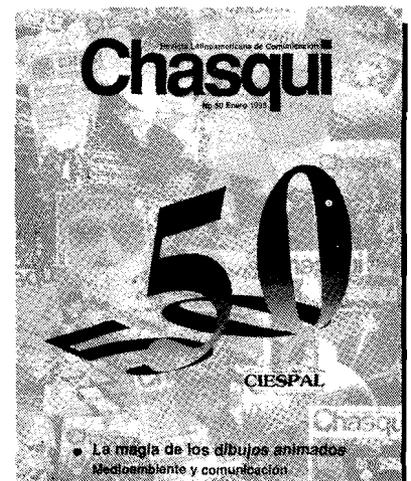
LUCIA CHIRIBOGA
TALLER VISUAL
12 DE OCTUBRE Y VEINTIMILLA
EDIF. ABYA-YALA

NUESTRA PORTADA

Collage de las portadas de Chasqui, dedicado a la edición 50 de la Revista.

Diseño: Arturo Castañeda

Fotografía: Kira Tolkmint



INFORMACION AMBIENTAL: ¿la responsabilidad es solo de los medios?



Lucía Chiriboga, Ecuador

La información ambiental y, consecuentemente, la "generación de una opinión pública" favorable a la causa, ¿es responsabilidad exclusiva de los medios y periodistas?, ¿son estos los únicos que deben obtener esa información, procesarla y presentarla adecuadamente al público?, ¿de ellos depende la optimización de flujos informativos sobre el medio ambiente, en todas las instancias del proceso que ese flujo implica?. Estas interrogantes son analizadas, en base a un breve diagnóstico de los organismos ambientalistas del Ecuador, realizado por CIESPAL.

Los medios de información tienen desinterés por los problemas ambientales. Las actividades y propuestas de las instituciones ambientalistas no son difundidas por los medios. Un alto porcentaje de periodistas desea que se les proporcione materiales elaborados, caso contrario no los difunden.

Con algunas variantes, estas son las opiniones de buena parte de los organismos ambientalistas o ecologistas en el Ecuador. Claro, también se habla del apoyo creciente del periodismo a la causa ambiental, mas la tónica mayor es cuestionar y reclamar un mayor interés, despliegue y solvencia en el tratamiento de estos temas.

Breve diagnóstico

Para conocer la importancia que dan a la información y la percepción que tienen sobre los medios, CIESPAL aplicó una encuesta a organismos ambientalistas públicos y privados ecuatorianos, entre noviembre y diciembre de 1994.

Las 36 encuestas (27 de ONG's y 9 de OG's), que fueron enviadas de vuelta, no constituyen una muestra representativa de estos¹, pero sí señalan tendencias generales de lo que acontece con ellos en la materia en cuestión. Además, esta encuesta pretendió tener una primera aproximación a la problemática que oriente un futuro estudio a profundidad para proponer estrategias que superen los problemas diagnosticados.

Importancia de la información

¿Cuál es la importancia que estos organismos dan a la información dentro de sus propias actividades? Para una primera respuesta a esta fundamental pregunta, veamos algunos datos cuantitativos sobre la existencia de departamentos de información, profesionales que trabajan en ellos y formas de viabilizar información.

La importancia dada a la información, en cualquier entidad social, debe

FERNANDO CHECA M., ecuatoriano. Periodista e investigador. Dirección Técnica CIESPAL.

Una estrategia de información debe involucrar la producción de materiales adecuadamente procesados que faciliten la tarea periodística. El mantenimiento o apoyo permanente a espacios de radio y T.V. es una buena iniciativa, al igual que elaborar carpetas con información ordenada, sucinta y suficiente sobre los temas más relevantes; proporcionar guiones e imágenes de video para la elaboración de notas televisivas.

traducirse en hechos y actividades concretos como la existencia y gestión de una instancia administrativa institucional (llámese departamento, dirección o responsable de información, comunicación o relaciones públicas) que a través de una estrategia sistemática, establezca flujos informativos y comunicacionales intra y extrainstitucionales, especialmente hacia los medios de información. Caso contrario, la responsabilidad sobre la información pública es delegada a otras instancias sociales; y la crítica posterior no se complementa con una autocrítica indispensable.

Sobre esa "delegación de responsabilidad" hay datos interesantes pues solo el 41.7% (15 organismos) afirma tener un departamento de información permanente. A esta carencia mayoritaria, que es muy decidora, se agrega otro dato. De los 25 profesionales declarados que trabajan en dichos departamentos solo 8 (32%) son comunicadores sociales. El resto tienen estudios en Biología, Sociología, Antropología, etc. Desde luego, esto no significa desconocer la capacidad comunicativa (vía materiales audiovisuales o impresos) que puedan tener estos últimos; pero si hablamos de estrategias informativas, y no solo de producción de materiales de información, es obvio que los primeros estarán en mejor capacidad de diseñarlas e implementarlas, si a dichas estrategias se les da la importancia que tienen.

Además, la mayoría recurre a formas usuales para viabilizar información como boletines de prensa (75%), publicaciones periódicas (61%), entrevistas (58%), ruedas de prensa (14%) y otras

formas (plegables, cartillas, audiovisuales, informes de investigación, artículos científicos); y muy pocos, apenas un 11%, mantienen o colaboran frecuentemente con programas radiales. Desde luego que aquellos mecanismos son importantes, pero su rol es limitado para "trabajar la opinión pública", pues muchas veces no coinciden con la dinámica ni las urgencias de los medios de información, donde la "hora de cierre" ejerce una tiranía absoluta y determina que se releguen, a no ser que sean muy importantes, temas que implican un mayor esfuerzo de interpretación y procesamiento.

Una estrategia de información debe involucrar la producción de materiales adecuadamente procesados que faciliten la tarea periodística. El mantenimiento o apoyo permanente a espacios de radio y T.V. es una buena iniciativa, al igual que elaborar carpetas (si son impresas y bien presentadas, mejor) con información ordenada, sucinta y suficiente sobre los temas más relevantes; proporcionar guiones e imágenes de video para la elaboración de notas televisivas, sobre todo en el caso de hechos que deben ser denunciados; elaboración de artículos y reportajes que aborden sistemáticamente diversos temas para entregarlos a los medios impresos (puede ser previo acuerdo de exclusividad); talleres de trabajo conjunto entre ambientalistas y comunicadores² para el diseño de estrategias puntuales de información y la elaboración de mensajes; constitución de un pool de noticias interinstitucional (el CEDENMA puede ser un excelente espacio para ello) que

CUADRO No. 1

**LO NEGATIVO EN EL PERIODISMO
(PERCEPCION DE LOS ORGANISMOS)**

n: 36

1. Tratamiento inadecuado	16	44.4%
2. No nos difunden	9	25 %
3. No han interés/valoración del tema	7	19.4%
4. Falta capacitación	3	8.3%
5. Otros	3	8.3%
6. Ninguno	2	5.5%
7. No responde	9	25%

obtenga, procese y distribuya adecuadamente la información; y otros mecanismos, que raras instituciones los utilizan, para lograr una presencia cualitativa y cuantitativamente superior de la información ambiental en los medios, y así evitar el lamento de que "un alto porcentaje de periodistas desean que se les proporcionen extractos elaborados, caso contrario no nos publican", que no es otra cosa que un reconocimiento involuntario de una gran carencia en los organismos ambientalistas. Más que esperar que los periodistas acudan a cada organismo, estos deben acudir a aquellos y a los medios con propuestas concretas, viables y de calidad.

Percepciones sobre el periodismo

Otro aspecto interesante del diagnóstico es el relacionado con las percepciones que los organismos tienen sobre los periodistas. Interesante puesto que estos datos señalan caminos para superar esa suerte de divorcio existente y mejorar la relación entre ellos. En el cuadro No. 1 se destacan nítidamente 3 aspectos negativos:

- Tratamiento inadecuado, dentro del cual están la falta de investigación y de ética, información incompleta, distorsión, sensacionalismo.
- No nos difunden (actividades, información generada por los organismos) y no hay buena relación.
- No hay interés ni valoración, ciertos temas no publican.

En "otros": no devuelven material prestado, no son parte de la solución y hay facilismo.

En buena medida, estas percepciones coinciden con lo que hemos advertido en un documento anterior³: la ausencia casi total de una especialización en periodismo ambiental (a nivel de medios, fundamentalmente) que es la primera causa para un tratamiento inadecuado (y sus diversas expresiones, mencionadas arriba) de este tipo de información. Además, tiene relación con la falta de interés: si no hay un conocimiento adecuado del tema, difícilmente puede haber interés en él; y también con la no tan buena relación entre organismos y periodistas, también por responsabilidad de los propios organismos. De todas formas, lo negativo no constituye un óbice para optimizar la relación entre

organismos y periodistas, por el contrario, nos indica por donde transitar, si hay voluntades recíprocas.

Sin embargo, hay criterios positivos que balancean las percepciones sobre el periodismo, 3 son los que se destacan en el cuadro No. 2:

- Nos difunden.
- Adecuada divulgación, lo que incluye dar importancia y apertura al tema, oportunidad, objetividad, pluralismo.
- Contribuyen al conocimiento y sensibilización: credibilidad, capacidad de convocatoria, posibilitan el éxito de campañas.

Con lo cual, y no obstante las deficiencias y dificultades en medios y periodistas, hay un terreno fértil para establecer alianzas, entre organismos y periodistas, y un caminar compartido en beneficio de la información ambiental.

¿Qué hacer?

Los mismos organismos han hecho varias sugerencias (cuadro No.3), pero en todas ellas, excepto en la No. 5, aparece implícita la responsabilidad en los medios como si la información ambiental, y todo lo que implica, dependiera solo de ellos. A partir de este breve diagnóstico, y de lo que hemos planteado en otra oportunidad³, creemos que los organismos pueden y deben hacer mucho al respecto. Algunas propuestas son las siguientes.

Investigación: básicamente en 2 áreas: investigación ambiental e investigación de o para la comunicación. En el

Si hablamos de divulgación, es menester un trabajo de "traducción" del lenguaje difícil de la ciencia a uno más asequible. El resultado de este procesamiento de la información permitiría ganar espacios en los medios.



1. Nos difunden	12	33.3%
2. Adecuada divulgación	10	27.7%
3. Contribuyen al conocimiento y sensibilización	8	22.2%
4. Buena relación con organismos	3	8.3%
5. Otros	2	5.5%
6. Ninguno	1	2.7%
7. No responde	9	25 %

primer caso, los organismos la vienen realizando, aunque no en la medida deseada; pero el problema mayor radica en la difusión o divulgación de los resultados que permita su conocimiento por parte de la mayor cantidad de grupos profesionales y sociales.

Si hablamos de divulgación, es necesario un trabajo de "traducción" del lenguaje difícil de la ciencia (difícil para los no especializados) a uno más asequible. El resultado de este procesamiento de la información permitiría ganar espacios en los medios.

Con la segunda área se obtendría información fundamental que permita orientar adecuadamente, monitorear, evaluar y retroalimentar los procesos comunicacionales. En este sentido, los aspectos que requieren de una investigación imprescindible son: conocimientos, actitudes y prácticas sobre diversos temas ambientales; situaciones comunicacionales; acceso y preferencia de medios; hábitos y otros aspectos que permitan conocer la calidad de las relaciones perceptores - medios, contextos culturales y comunicación. En la medida en que el comunicador conozca y se compenetre con la realidad en la que interviene, mayor será la posibilidad de que lo haga con éxito.

En cualquiera de los 2 casos, la difusión amplia de estos resultados (particularmente hacia los periodistas) permitiría una socialización con la que todos ganaríamos y con la que se apuntalaría más sólidamente la información ambiental.

Capacitación: en base a una priorización de temas (según intereses nacionales, regionales o locales) y a un diagnóstico de necesidades de capacitación de los periodistas, los organismos deben impulsar este tipo de actividades adecuándolas a los horarios más funcionales y a las dinámicas de los medios. Con esto se contribuiría a superar uno de los problemas fundamentales: la falta de especialización en el periodismo ambiental que a su vez es causa de otros problemas, según lo hemos señalado. El establecimiento de los acuerdos correspondientes con los medios es posible pues la responsabilidad e interés de estos, en cuanto a capacitación se refiere, es enorme porque en última instancia son ellos también los que se benefician.

CUADRO No. 3
SUGERENCIAS AL PERIODISMO
(DESDE LOS ORGANISMOS)
n: 36

1. Mejorar relación con organismos	11	30.5%
2. Capacitar al periodista	9	25 %
3. Mejorar el tratamiento del tema	8	22.2%
4. Valorar más el tema	6	16.6%
5. Crear departamentos de comunicación y producir materiales en organismos	5	15%
6. Más ética	2	5.5%
7. No responde	7	19.4 %

Flujos informativos: los organismos deben evaluar lo que al respecto han hecho y establecer óptimos flujos de información hacia la sociedad y, sobre todo, hacia los medios de comunicación que constituyen un canal y un puente efectivos para relacionarse con el público. De lo que se trata es de establecer formas adecuadas de viabilizar la información que faciliten el trabajo de los periodistas y garanticen un espacio en los medios.

A los mecanismos y recursos ya planteados cabe agregar el de la constitución, fortalecimiento, promoción y uso de las bases y redes de datos. El "networking" (interacción en redes), aún subutilizado en nuestro medio, es una valiosa herramienta para la investigación e información ambientales pues permite conectarse con el mundo de una manera rápida, eficiente y barata⁴. Según la encuesta aplicada, el 36% (13 organismos) tiene correo electrónico. De ellos solo 1, quizás por ser entidad perteneciente a una universidad estatal, es organismo público, dato que evidencia una notable carencia a nivel gubernamental. En la estrategia informativa que se plantea, esta tecnología debe ocupar un lugar destacado por el servicio, ya demostrado suficientemente, que puede dar a la información ambiental y por la forma cómo contribuiría a mejorar la relación de los organismos con los periodistas.

Sin embargo, estas y otras propuestas deben basarse en una sólida estrate-

gia de alianzas que involucre a medios, periodistas, organismos ambientalistas y otros, a fin de optimizar la información y comunicación ambientales, en todos sus aspectos, para la consecución de una sociedad sustentable.

NOTAS

- (1) Para la identificación de los organismos ambientalistas del Ecuador se utilizaron el "Directorio Verde" de Varela Anamaría, Maldonado Ana M. y Barrera Carmen, publicado por el Comité Ecuaménico de Proyectos, junio de 1993, Quito; y un directorio actualizado, a octubre de 1994, de los miembros titulares, asociados y aplicantes del Comité Ecuatoriano para la Defensa de la Naturaleza y el Medio Ambiente (CEDENMA).
- (2) Una guía metodológica muy interesante es la detallada en "Ambientalistas y comunicadores, una propuesta metodológica de acción conjunta", Trélez Eloísa y Quiroz César, SECAB, Bogotá, 1992.
- (3) Véase "Periodismo ecológico: reflexiones y propuestas", Checa Fernando, material de apoyo para actividades organizadas por CIESPAL, (mimeo).
- (4) Al respecto, un aporte interesante por su contenido y referencia bibliográfica es "Global Network, Computers in a Sustainable Society", Young John E., Worldwatch paper 115, septiembre 1993, Worldwatch Institute, Washington DC.