

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.

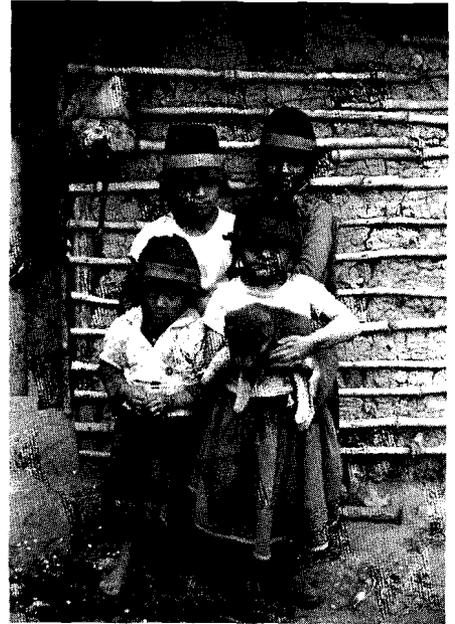
- 28 Posibilidades y límites del
periodismo ecológico,
Christian Schutze
- 32 Historia de un periódico,
Ed Ayres
- 36 Multiplicar la red,
John Young
- 42 Información ambiental: ¿la
responsabilidad es solo de los
medios?,
Fernando Checa M.
- 46 Una vida ligada a la floresta,
Kintto Lucas



- 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

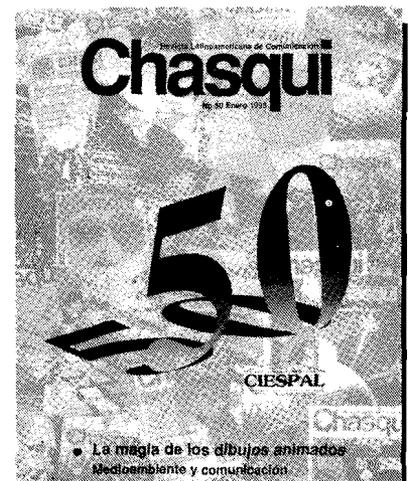
12 DE OCTUBRE Y VEINTIMILLA
EDIF. ABYA-YALA

NUESTRA PORTADA

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

Diseño: Arturo Castañeda

Fotografía: Kira Tolkmint



• La magia de los dibujos animados
Medioambiente y comunicación

Las radios y el desarrollo rural sustentable

El uso de las radiodifusoras regionales en la difusión del desarrollo racional sustentable y, específicamente, en la problemática ambiental crece día a día. Luego de una investigación realizada en Argentina, los autores destacan la necesidad de incentivar a las radios para que cumplan con esta obligación que les impone el periodismo moderno.



En la región sur de Córdoba, al igual que en otros ámbitos de la región pampeana y del resto del país, han surgido en la última década decenas de radioemisoras. Ningún pueblo del sur provincial carece hoy de una radio de frecuencia modulada (FM) y las ciudades pequeñas e intermedias observan la proliferación de aquellas. Así, la radio forma parte del día a día de los centros urbanos, cuya existencia y supervivencia dependen, en una alta proporción, de la actividad agropecuaria.

Por otra parte, en tanto la evolución productiva y tecnológica del agropampeano afecta actualmente la capacidad productiva del suelo, se han implementa-

do desde el ámbito científico-técnico oficial -en especial el INTA- proyectos de generación y transferencia de tecnología orientados hacia el desarrollo rural sustentable. Esto es, iniciativas para mejorar la productividad agropecuaria y asegurar la conservación y eventual recuperación del recurso suelo.

Estas propuestas contemplan, entre otros aspectos de la estrategia extensionista, el empleo de las radioemisoras regionales en la difusión de aspectos del desarrollo sustentable en audiencias específicas (productores, técnicos) y generales (sistema educativo, instituciones, población en general).

Este trabajo introduce a la discusión de ese componente "nuevo" de la estrategia extensionista oficial: el uso de las radioemisoras regionales en la difusión del desarrollo rural sustentable. Análisis que requeriría discriminar a) cómo aparece la cuestión ambiental en tanto pro-

EDGARDO CARNIGLIA y GUSTAVO CIMADEVILLA, investigadores, profesores del Área de Comunicación y Desarrollo del Departamento de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de Río Cuarto, Argentina.

blema social plasmado en un conjunto de significados culturales; b) qué papel desempeñan y pueden ejercer los medios en la definición del mismo y c) cuáles son las posibilidades y limitaciones de la utilización de los medios en dicha propuesta de generación y transferencia de tecnología.

Cuestión ambiental y cultura ambiental ¿problema social?

Dado su aporte de alimentos, divisas e ingreso fiscal, la producción agropecuaria -en particular la de la región pampeana- desempeñó y desempeña un papel clave en el estilo de desarrollo predominante en Argentina, otorgándole un nítido perfil agrario.

La evolución reciente de la agricultura y ganadería extensivas -las dos actividades productivas con mayor incidencia en el medio ambiente del país- ha conducido a la degradación del suelo. El proceso de agriculturización que afecta desde 1975 a diferentes áreas de la región se ha traducido en una importante disminución de la fertilidad, pérdida de material y contaminación química del suelo.

Pese a la importancia de lo agrario y -por ende- de la oferta de recursos naturales para la economía y la sociedad, la cuestión ambiental no aparecería, al observar la trama más general de significados culturales de Argentina, como un problema social trascendente. Así, se sostiene que "la Argentina contempla la paradoja de ser un país agrícola sin cultura ambiental" (DÍ PACE, 1993:95)

Sin embargo, una perspectiva siquiera superficial del proceso de producción, circulación y consumo de significaciones que, sin soslayar la "utopía del desarrollo sustentable", rescata elementos de diagnóstico básicos para operar estrategias de intervención sociocultural, permitiría sostener que dicha cultura ambiental presenta rasgos definidos que inciden en los efectos ambientales.

Los medios en la definición de la problemática ambiental

¿Cómo participan los medios de comunicación social en el proceso de emergencia y definición del medio ambiente como problema social?

Si se pretende ampliar un tradicional modelo de análisis lineal preocupado en la transmisión y la influencia -por ejem-

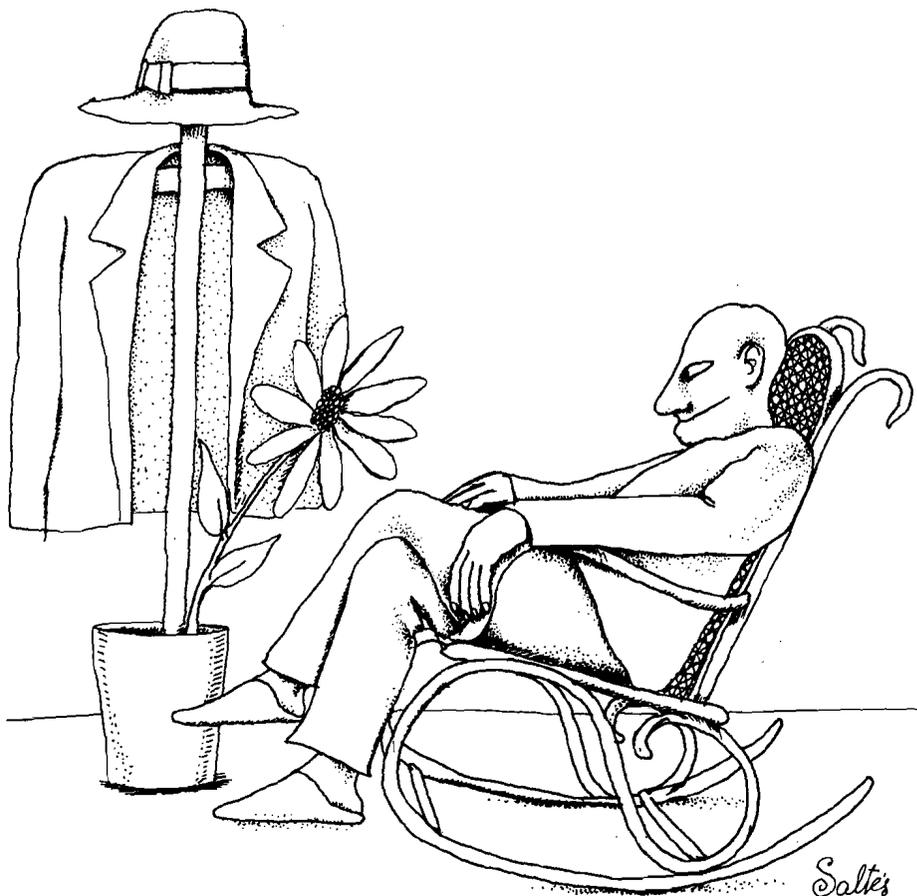
plo el difusionista- el énfasis se centra en "mapear la dinámica e interactiva elaboración de problemas en su articulación, a menudo en paralelo, en diferentes foros de creación de significados (científicos, políticos, comunicadores, activistas del medio ambiente, etc.), teniendo en cuenta que dichos foros están jerárquicamente ordenados y que varían la fortaleza de sus interrelaciones" (HANSEN, 1991:449).

En un contexto donde el medio ambiente, y en particular la degradación del suelo, no representa un asunto significativo para el interés público y la acción política, el papel de los medios se cristalizaría en tres aspectos básicos.

El rasgo sobresaliente consistiría en una especie de reflejo especular de una cultura urbana que reniega de la importancia de lo agrario-ambiental para la dinámica de la sociedad, reforzando por omisión las significaciones culturales pre-

dominantes respecto del medio ambiente. De este modo, la presencia de programas "verdes" es irrelevante dentro de la programación de la televisión, el medio de mayor audiencia.

El medio ambiente aparece apenas coyunturalmente como la temática principal de la agenda de los medios y lo hace casi exclusivamente bajo la forma de "desastre" o "accidente" desatado por las fuerzas visibles, inesperadas u ocultas de la naturaleza. Detalles y consecuencias de una violenta tormenta -Río Cuarto, febrero de 1992; de la inundación y enlodamiento súbitos -General Cabrera, marzo de 1993; y de un aluvión- San Carlos Minas, enero de 1993- son presentados de manera más o menos "espectacular", según el tipo de medio y el peculiar estilo de cada empresa gráfica, radial y televisiva, entre los contenidos informativos del momento inmediato posterior al episodio.



Propietarios y comunicadores de las radioemisoras se reconocen dispuestos a ofrecer -sin condicionamientos fuertes- espacios de programación y esfuerzos de producción radiofónica para emitir contenidos relativos al desarrollo agropecuario sustentable.

De otro lado, los problemas ambientales que no presentan las características de los anteriores, y que a veces constituyen antecedentes del "desastre" (por ejemplo la erosión que degrada el suelo del 60% de la superficie del sur-cordobés), rara vez o nunca aparecen en espacios centrales y su registro en los medios -con mayor frecuencia en los impresos- depende del reclamo y la iniciativa propias del ámbito científico-técnico.

Límites y posibilidades de las radios regionales

El análisis precedente destaca limitaciones generales para el uso de las radioemisoras en la difusión del desarrollo agropecuario sustentable, como propo-

nen por ejemplo las iniciativas regionales del INTA agrupadas en el proyecto PAMPAS. Limitaciones que no sustentan la imposibilidad absoluta de ese empleo sino que pretenden acotar sus probables alcances para que, en última instancia, la "transmisión de información" no se presuponga antecedente suficiente, sino únicamente necesario, de la "información", "concientización" o "capacitación" de las audiencias.

A los límites generales que el proceso de comunicación -producción, circulación y consumo de significados- impone a este componente de la estrategia extensionista para el medio rural, se suman las provenientes de la manifestación socio-histórica específica de las "tensiones" relacionadas con el uso de la radio. En efecto, ya con Bertold Brecht, o sea casi con el surgimiento de la radio, se reconocía que "la presión hacia nuevas formas proviene de dos direcciones diferentes: de los que pretenden instalar radios comerciales y de los que desean utilizarlas para contribuir al desarrollo social" (LEWIS y BOOTH, 1992:247).

Las radioemisoras del sur de Córdoba -4 frecuencias de amplitud modulada y más de 60 de FM y/o circuito cerrado- pertenecen al "modelo comercial" (financiadas por publicidad y dirigidas a audiencias de consumidores), aunque observan un alto grado de heterogeneidad estructural interna al modelo relacionada con la capacidad inversora de sus agentes, la expansión cualitativa y cuantitativa de la oferta tecnológica, los vacíos de la legislación específica y la segmentación de la audiencia. (Carniglia, 1991).

¿Dónde residen entonces las posibilidades de las radioemisoras para la difusión del desarrollo agropecuario sustentable? En que las agencias y agentes interesados realicen esfuerzos, en general poco costosos, para aprovechar algunas de las capacidades y disposiciones de aquellas constatadas por el equipo de trabajo; a saber:

- Se cuenta con una emisora al menos (en muchos casos varias) en cada uno de los núcleos urbanos sede de las agencias oficiales de extensión rural.
- La mayoría de las emisoras -con la excepción de varias FM de Río Cuarto- cuenta con una o más emisiones

sistemáticas de contenidos relacionados con la actividad agropecuaria, por ejemplo boletines informativos sobre mercados agropecuarios.

- Una altísima proporción de contenidos vehiculizados son producidos localmente (en varios casos "en tiempo real") por las propias emisoras -a diferencia de lo que acontece en la TV del medio- y emitidos en programas con algún rasgo "interactivo", por ejemplo llamadas telefónicas.
- Propietarios y comunicadores de las radioemisoras se reconocen dispuestos a ofrecer -sin condicionamientos fuertes- espacios de programación y esfuerzos de producción radiofónica para emitir contenidos relativos al desarrollo agropecuario sustentable.
- El alcance de las emisoras regionales se aproxima por lo menos al área de influencia inmediata de la agencia de extensión rural, aunque cabría determinar cuál es la penetración efectiva del medio en la audiencia.

En suma, aunque las condiciones que impone el entorno cultural, la propia naturaleza del proceso de comunicación y las características de las radios regionales no resulten aptas para que éstas comiencen a reflejar una comunidad de intereses -por si sola la radio no podría crearla- en torno al desarrollo sustentable, algunas capacidades y disposiciones del medio propiciarían el esfuerzo sistemático en ese sentido por parte de la agencia oficial de generación y transferencia de tecnología.

BIBLIOGRAFIA

- Carniglia, E.; *Nuevos sistemas de radio y televisión en la región de Río Cuarto*, Documentos del CIFYH - Área de Comunicación, Córdoba, UNC, 1991, págs. 120-127.
- CIMADEVILLA, G. y E. CARNIGLIA; *A propósito de la extensión*, NOTAS. Revista de la FAc. de Ciencias Humanas, Río Cuarto, UNRC, No. 2, 1994.
- DI PACE, M. (Coord.); *Las utopías del medio ambiente*, Buenos Aires, CEAL, 1992.
- HANSEN, A.; *The media and the social construction of the environment, Media, Culture and Society* (SAGE, Londres), vol. 13, 1991, págs. 443-458.