

EDITORIAL

Toda discusión valorativa sobre la conducta de los medios y los profesionales de las comunicaciones deriva, tarde o temprano, hacia el ámbito de la ética profesional y empresarial. En el debate se advierte la necesidad de criterios elementales de carácter moral para juzgar y orientar el comportamiento histórico y social de los comunicadores.

En el módulo sobre ética de Chasqui 41 exploramos la realidad cotidiana en que se desenvuelven profesionales y medios: las dificultades laborales, las presiones comerciales, la incidencia del poder en la función editorial, las amenazas a la libertad de expresión y a la seguridad física y psíquica del comunicador. Los artículos de Humberto López López, Norman Solomon, Rudolf Prevrátil, Joel Solomon y Ana Lucía Bravo abordan distintos aspectos de este tema.

Paralelamente, Gabriel Jaime Pérez propone una ética fundamentadora que sirva de guía para la conducta individual y colectiva del comunicador. Otros autores opinan sobre la utilidad de la codificación deontológica de deberes y derechos en sociedades donde el periodista aún arriesga su vida en su intento de informar, y donde los sistemas judiciales, lejos de ser imparciales, responden a los desequilibrios del poder y los recursos.

En la nueva sección "Autocríticas y contrapuntos" abrimos dos debates que esperamos continúen en las próximas ediciones. Márquez de Melo desentierra el tema del Nuevo Orden Mundial de la Información y las Comunicaciones (NOMIC) para plantear las críticas y autocríticas que considera indispensables para poner al día las actitudes de los académicos y profesionales de las comunicaciones en América Latina. Desde una perspectiva psicoanalítica tradicionalmente excluida de las ciencias sociales en América Latina, Allan Castelnuovo llama a reflexionar sobre la diversidad de cosmovisiones que coexisten en nuestras sociedades y su impacto sobre la posibilidad comunicativa.

Las entrevistas con el argentino Arturo Andrés Roig, el cubano Salvador Morales y el venezolano Antonio Pasquali también revisan las ideas que guiaron la acción en comunicaciones en décadas pasadas y su proyección futura.

Las campañas de comunicación social son el objeto de análisis de nuestro segundo módulo. Juan Díaz Bordenave presenta un marco teórico y un modelo práctico para la organización de las campañas. La experiencia de dos campañas de UNICEF en favor de la infancia en Ecuador y El Salvador sugieren innovaciones organizativas en otras áreas del trabajo social. Marco Encalada revisa las limitaciones que enfrentan los programas de comunicación en la defensa ambiental. Luis E. Proaño y Sandra Massoni destacan desde perspectivas distintas la importancia de conocer a fondo a los receptores y protagonistas de las campañas.

Incluimos en esta edición, correspondiente a enero-marzo de 1992, algunas de las actividades que CIESPAL realizará en capacitación, televisión, radio y sus programas de investigación y publicaciones.

En Chasqui 42 nos acercaremos más a los profesionales y medios de comunicación de masas en América Latina. Los reporteros, editores y productores de medios gráficos y electrónicos tienen mucho que aportar al debate académico y a la reflexión teórica sobre comunicaciones. Nos interesa hacer conocer los procesos en curso dentro de algunos medios importantes de la región en relación a los cambios económicos y políticos que se desarrollan en todos nuestros países. En el futuro esperamos poder ofrecer a nuestros lectores aportes importantes de colegas inmersos en la labor cotidiana de las comunicaciones en el continente.



Gino Lofredo

Chasqui

Revista Latinoamericana de Comunicación

Director

Asdrúbal de la Torre

Editor

Gino Lofredo

Director de Publicaciones

Nelson Dávila

Comité Editorial Ejecutivo

Jorge Mantilla

Edgar Jaramillo

Fausto Jaramillo

Gloria Dávila

Lucía Lemos

Ma. del Carmen Cevallos

Francisco Ordóñez

Consejo Asesor Internacional

Luis Ramiro Beltrán (Bolivia)

Reinhard Keune (Alemania)

Humberto López (Colombia)

Francisco Prieto (México)

Luis Rivera (Puerto Rico)

Consejo de Administración de CIESPAL

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

Luis Castro, UNP,

Fernando Chamorro, UNESCO,

Flavio de Almeida Sales, OEA,

Rubén Astudillo,

Min. Relaciones Exteriores,

Rodrigo Rangles, Min. Educación,

Louis Hanna, AER,

Alba Chávez de Alvarado, Universidad

Estatal de Guayaquil

Diseño

Martha Rodríguez

Asistente de Edición

Wilman Sánchez León

Portada

Eduardo Cayón, Jaime Pozo

Impreso

Editorial QUIPUS - CIESPAL

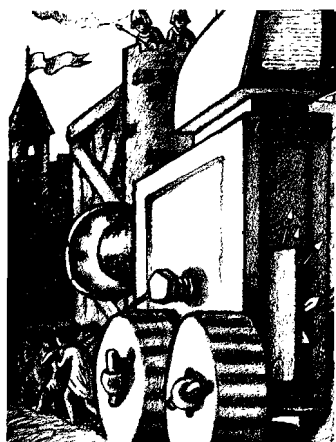
Servicios Especiales de IPS, OIP, IJI

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. 544-624. Telex: 22474 CIESPAL ED.
Fax (593-2)502-487

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

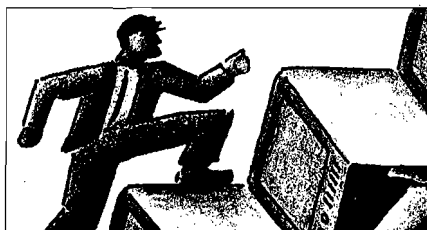
Ética: encubrimiento o transparencia



Los medios y sus profesionales no satisfacen las necesidades informativas y culturales de nuestras sociedades. Hoy las exigencias ciudadanas y el espacio político son más amplios que la voluntad y capacidad de comunicar. Urge rescatar la ética fundamentadora de la información y la entretención para responder a los cambios en curso.

- 6 Ética, comunicación y violencia, *Gabriel Jaime Pérez*
- 12 El alto riesgo de informar en América Latina, *Joel Solomon*
- 18 Periodismo en tiempos de guerra, *Rudolf Prevrátil*
- 22 La ética cotidiana de la teleficción, *Valerio Fuenzalida*
- 25 De códigos, necesidades y tentaciones, *Rubén Astudillo*
- 26 Colombia: crece el control de grupos financieros en los medios, *Humberto López López*
- 28 Medios y clanes financieros, *Rafael Santos*
- 29 Los medios y la Constitución de 1991, *María Teresa Herrán*
- 32 Ética y poder en el periodismo norteamericano, *Norman Solomon*
- 36 Crítica a Solomon, *Bryna Brennan*
- 39 Francia: rentables travesuras del periodismo vedette, *Ana Lucía Bravo*
- 41 Bondades éticas del infoperiodismo, *Juan Manuel de Pablos*

Autocríticas y contrapuntos

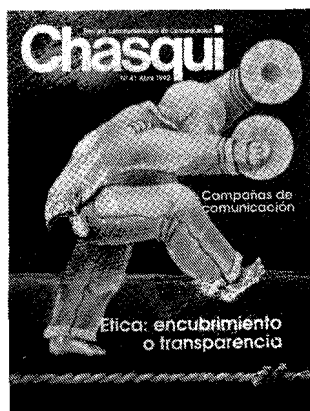


Las comunicaciones en América Latina carecen del marco conceptual adecuado para el fin de siglo en el continente. La búsqueda de orientación se inicia con la reflexión sobre lo pensado e intentado en las últimas décadas.

- 46 Autocrítica para el rescate del NOMIC, *José Marquez de Melo*
- 50 Psicoanálisis y comunicación: la existencia del otro, *Allan Castelnuovo*

Entrevistas

- 55 Arturo Andrés Roig: la utopía de la transparencia, *Wilman Sánchez*
- 59 Salvador Morales: la ética de la Revolución, *Martha Rodríguez*
- 62 Antonio Pasquali: ¿Crisis de liderazgo?, *Ricardo Hays*



Nuestra Portada

El pastel "Estudio de Percusión" y el óleo "La niña de azul", reproducidos en nuestra portada y contraportada son de Eduardo Cayón. El pintor colombiano nació en Santa Marta en 1946 y reside actualmente en Quito.

Talleres Cayón. Apartado 17-12-392.

Quito-Ecuador Telf. 231-631

Campañas de comunicación



Las campañas de comunicación social se multiplican en América Latina. Sus impactos son cuestionables y cuestionados. Los frecuentes fracasos están ligados al insuficiente conocimiento del receptor, ciudadano o cliente de los bien intencionados esfuerzos.

- 66 La campaña como intervención social, *Juan Díaz Bordenave*
- 70 UNICEF - Campañas por la infancia. Medios, organización y participación.
- 71 ¿La democracia es asunto de niños?, UNICEF-Ecuador, *Javier Ponce Cevallos*
- 74 Entre la guerra y la paz, UNICEF-El Salvador, *Hernán Jaramillo*
- 76 Lluvias, parálisis y desinformación, *Marco Encalada*
- 81 ¿Cómo seducir a un turista?, *Luis E. Proaño*
- 85 Los destinatarios como protagonistas, *Sandra Massoni*
- 89 ¿Por qué fracasan las campañas?, *Andrea Castelnuovo*

- 2 Editorial
- 3 CIESPAL '92 - Actividades
- 94 Organizaciones de Comunicación: UNESCO
- 96 Noticias
- 99 Reseñas

UNESCO

Comunicación para el desarrollo

En 15 años de existencia la oficina del Consejero Regional de la UNESCO en comunicación para América Latina apoyó unos 290 proyectos en casi todos los países de su jurisdicción. En 1992 su actividad continúa con la aprobación de nuevos proyectos en el marco del plan general de la UNESCO 1990-1995. Los detalles sobre estas actividades provienen de informes y documentos preparados por la Oficina Regional en Quito.

La XIII Reunión Intergubernamental del Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación (PIDC de UNESCO, que se llevó a cabo en París en febrero de 1992, aprobó la realización de cinco proyectos de comunicación para Bolivia, Colombia, Ecuador, Chile y República Dominicana, y un proyecto subregional para el Caribe.

El monto total de estos proyectos asciende a 335 mil dólares. El PIDC financiará parcialmente el equipamiento técnico de la Agencia de Noticias FIDES, de Bolivia destinado a mejorar la capacitación y promoción del periodismo nacional. FIDES fue fundada en 1963 y actualmente centra su trabajo en difundir informaciones acerca de los problemas de la droga, los derechos del niño y la mujer, la educación popular y la alfabetización.

En Colombia, se auspiciará la formación del Centro de Producción Radiofónica para el Litoral Colombiano, a cargo del Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universidad del Valle. El proyecto incluye una investigación sobre recepción y percepción de radio en la región. El proyecto apoyará la producción y circulación de programas de radio para el desarrollo social del litoral colombiano.

En Ecuador la Unidad Ejecutora de Educación para el Desarrollo del Ministerio de Educación apoyará el Programa de Mejoramiento de la Educación Básica mediante una política para incorporar la comunicación en el programa de educación primaria. El proyecto contempla además el diseño de un sistema de capacitación para los responsables de los centros de comunicación. Se producirán videos y programas de audio para motivar, capacitar y actualizar a los maestros.

En lo que respecta al proyecto de Chile, el Centro de Indagación y Expresión Cultural y Artística, CENECA capacitará Monitores en Recepción Activa de Televisión. El proyecto pondrá en marcha un plan de recepción activa en televisión en cinco regiones del país incorporando esta actividad al sistema escolar público. En Chile la población posee un televisor por cada cuatro habitantes y se considera la televisión como un agente socializador que compete en importancia con la escuela.

En República Dominicana, el Consejo Asesor Iberoamericano de Juventudes Rurales, CAJIR, capacitará con el apoyo del PIDC a jóvenes en la producción de comunicación para el desarrollo. El objetivo es dar alternativas de comunicación en un país caracterizado por una alta tasa migratoria hacia Estados Unidos. El énfasis de este proyecto estará en el uso de los medios para la animación cultural y la transformación de comportamientos educativos. Mediante el proyecto se capacitará a promotores juveniles en el conocimiento de medios de comunicación social a fin de que ellos mismos formulen soluciones a los problemas de la juventud dominicana. Esta propuesta incluye la capacitación a periodistas y ejecutivos de los medios.

Finalmente, el Proyecto Subregional, es una Reseña Iberoamericana y del Caribe sobre Televisión para la Integración, que desarrollará la Universidad Simón Bolívar de Venezuela. Se propone contribuir al progreso socio-cultural de la región, mediante la producción de una serie televisiva de 24 programas que recogerán la realidad nacional de cada nación caribeña.

15 años de UNESCO en América Latina

Extracto del documento "Actividades y Realizaciones en Comunicación para el Desarrollo en América Latina"

La Oficina fue fundada en Quito, Ecuador, en 1977 y tuvo como primer Consejero Regional al periodista peruano **Germán Carnero Roqué**. En 1984 asumió las funciones **Luis Ramiro Beltrán** de Bolivia quien se jubiló en febrero de 1991 y fue reemplazado por **Alejandro Alfonzo**, de Venezuela.

Durante la etapa inicial de 1977 a 1983, la Oficina apoyó el establecimiento de la Agencia de Servicios Informativos Especiales, ALASEI, con sede en México. También apoyó el desarrollo de las agencias noticiosas nacionales en Nicaragua y Costa Rica. Fomentó la realización de estudios y encuentros sobre actividades académicas en comunicación y la asesoría a entidades de desarrollo rural y la realización de estudios sobre derechos de comunicación en Ecuador y en México.

A partir de 1984 dos estrategias principales inspiraron la mayoría de las operaciones. Una fue apoyar el desarrollo de la comunicación, mejorando la capacidad de producción y distribución de mensajes. La otra fue la comunicación para el desarrollo con el empleo de los medios -masivos/modernos e interpersonales/tradicionales- como instrumentos de apoyo a los programas de salud, educación, agricultura y protección del medioambiente.

Las capacitación para la producción fue la principal herramienta para reducir el desequilibrio en el flujo comunicacional entre los países latinoamericanos y los más desarrollados. En menos de cuatro años, de mediados de

1986 a fines de 1989, la Oficina ayudó a capacitar a más de 4 mil profesionales de América Latina y El Caribe.

COMUNICACION PARA EL DESARROLLO

La capacitación fue también el recurso principal para fomentar el uso de la comunicación para el desarrollo. En materia de políticas el proyecto mayor fue el delineado y ejecutado por el Instituto para América Latina, IPAL, con base en Lima, Perú.

La Oficina Regional respaldó las inquietudes de la iglesia católica en cuanto a las políticas de comunicación. Para ello proporcionó expertos para asistir a tres reuniones de la Organización Católica de Radio y Televisión, dos regionales y una mundial, realizadas en Quito.

EDUCACION PARA EL PUBLICO RECEPTOR

América Latina fue precursora en señalar que no sólo hay que capacitar para la producción de mensajes sino también para el consumo racional de ellos; es decir, para la percepción crítica de los contenidos de los medios masivos. La Oficina Regional de la UNESCO respaldó varios proyectos en este campo.

El impulso más grande se dió en Bucaramanga, Colombia, donde un proyecto de amplia participación permitió la realización de una intensa campaña nacional para aplicar un método de recepción crítica de los mensajes televisivos, así como la publicación de un manual sobre el tema.

La radio, especialmente aquella de enfoque alternativo y participativo, recibió un apoyo preferencial de la Oficina Regional.

Esto benefició a agrupaciones de campesinos indígenas en países como Bolivia y Ecuador, donde un fuerte movimiento había ganado acceso al medio pero carecía de pericia para su uso profesional.

Las radios de los sindicatos mineros bolivianos, fueron objeto de una investigación y recibieron asesoramiento para renovación de sus equipos de transmisión.

CIESPAL, produjo 90 programas de radio con leyendas y tradiciones de los países andinos, con el apoyo de la Oficina Regional.

INVESTIGACION Y DOCUMENTACION

Se propiciaron investigaciones mundiales para identificar los obstáculos a los flujos de información entre países y para fomentar las nuevas tecnologías de comunicación. Se apeló al concurso de consultores independientes para producir informes sobre audiencias y tarifas de televisión y sobre el flujo intraregional de materiales de ficción televisiva.

Se encomendaron trabajos al Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales, ILET, en sus sedes de Chile y Argentina, y al Instituto Para América Latina, IPAL, con base en Perú. El SELA, recibió apoyo para diseñar y ensayar un servicio cooperativo latinoamericano de intercambio de información sobre nuevas tecnologías de comunicación.

PROYECTOS REGIONALES MAYORES

El proyecto más complejo, amplio y costoso que la Oficina Regional apoyó con la Junta del Acuerdo de Cartagena, permitió la producción de dos series de televisión "Nuestra América" y "Nuestra América para Niños".

Otro proyecto mayor fue el de la Federación Latinoamericana de Escuelas de Comunicación Social, FE-LAFACS, con sedes en Bogotá y Lima, para realizar 20 talleres, en igual número de países, sobre principios y técnicas eficaces de enseñanza de las comunicaciones. ●

"LA COMUNICACION AL SERVICIO DEL DESARROLLO" Plan de UNESCO 1990-1995

Texto tomado y resumido del Plan a Plazo Medio de la UNESCO,
quinquenio 1990-95 - Doc. 25 C/4

La comunicación es al mismo tiempo un componente importante y un indicador del proceso de desarrollo. La comunicación y los medios masivos sirven para enseñar, sensibilizar, concientizar y facilitar la interacción entre los diversos actores sociales.

La labor de la UNESCO se centró fundamentalmente en mejorar la capacidad de los países en desarrollo para gestionar y programar sus sistemas de comunicación y para lograr una mayor igualdad en su diálogo con el resto del mundo. Su principal instrumento es el Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación, PIDC.

El centro de la estrategia está en el fortalecimiento de la cooperación con los países en desarrollo y entre éstos para ampliar y dinamizar sus medios de comunicación.

Las actividades promueven la producción en los planos nacional y local, de programas y materiales que reflejen las especificidades de los ambientes socio-culturales y fortalezcan la identidad cultural.

Se insistirá en el fortalecimiento de las infraestructuras de comunicación en los países en desarrollo, la formación del personal necesario para su funciona-

miento y el asesoramiento sobre la selección y adaptación de las tecnologías de comunicación a las condiciones locales.

Las actividades de formación seguirán siendo el componente clave, centrándose en las operaciones técnicas, la elección de tecnologías, el uso de tecnologías de bajo costo y la investigación aplicada a los medios de comunicación.

Se impulsará la producción endógena en los medios de comunicación de masas y las formas alternativas de comunicación que faciliten el acceso de sectores y comunidades cuyas opiniones no siempre son recogidas por los medios masivos.

Se adoptarán medidas para mejorar y fortalecer la coproducción y el intercambio.

Se fomentará la concertación de acuerdos de coproducción entre grupos productores de películas y videos con afinidades culturales.

Se fomentará el desarrollo de tecnologías de comunicación adaptadas al uso comunitario y a las nuevas fórmulas multimedias para atender a las necesidades especiales de los grupos desvalidos por razón de su edad, su sexo, su pertenencia étnica o su ubicación geográfica.