

Chasqui

Revista Latinoamericana
de Comunicación

No. 60 - DICIEMBRE 1997

Director (E)

Jorge Mantilla Jarrín

Editor

Fernando Checa Montúfar

Consejo Editorial

Jorge Mantilla Jarrín

Fernando Checa Montúfar

Lucía Lemos

Nelson Dávila Villagómez

**Consejo de Administración de
CIESPAL**

Presidente, Víctor Hugo Olalla,
Universidad Central del Ecuador.

Mario Jaramillo,

Ministro de Educación y Cultura

Abelardo Posso,

Min. Relaciones Exteriores.

León Roldós, Universidad de Guayaquil.

Carlos María Ocampos, OEA

Consuelo Feraud, UNESCO.

Carlos Ayala, FENAPE.

Héctor Espín, UNP.

Tulio Muñoz, AER.

Asistente de Edición

Martha Rodríguez

Corrección de Estilo

Manuel Mesa

Magdalena Zambrano

Portada y contraportada

Miguel Betancourt

Impreso

Editorial QUIPUS - CIESPAL

Chasqui es una publicación de CIESPAL.

Apartado 17-01-584. Quito, Ecuador

Tel. 506 149 544-624.

Fax (593-2) 502-487

E-mail: chasqui@ciespal.org.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. Se permite su reproducción, siempre y cuando se cite la fuente y se envíen dos ejemplares a Chasqui

NOTA A LOS LECTORES

“**A**grégueme un poquito más de glóbulos rojos” fue la sugerencia, casi orden, de un director al cronista policial de su diario. Y es que en medios donde la información no es un bien social, sino una mercancía, el tratamiento morboso y espectacular de la violencia degenera en un “periodismo de las morgues que lucra del morbo mortuario”, pero que también incrementa lectores, *rating* y, consecuentemente, el ingreso por publicidad (los anunciantes no son inocentes en este negocio, fenómeno mediático que ha determinado que en algunos países, como Ecuador, los diarios y espacios televisivos sensacionalistas ocupen los primeros lugares en la preferencia del público). Este tipo de periodismo, a través de sus valores-noticia y su estilo, refuerza estereotipos machistas y racistas: es casi un delito ser mujer, joven u homosexual, mucho peor si, además, se es pobre, negro o indio.

Pero, ¿será que el público necesita de este periodismo para exorcizar, de alguna manera, su drama personal y familiar?, ¿será que el famoso “gusto del público”, argumento utilizado por algunos directores de medios, es aceptable para justificarlo? El “gusto del público” no es más que un artificio no válido, pues han sido los mismos medios los que han configurado ese gusto y, por eso mismo, se puede construir otro tipo de estética como ya lo han hecho algunos espacios y medios en nuestra región. En este sentido, el periodismo policiaco “debe -dice Rubem Fonseca- mostrar los diversos mecanismos a través de los cuales se muestra una sociedad que parece marchar hacia su desintegración. La corrupción administrativa, el tráfico de estupefacientes, la plutocracia, son los hilos que atrapan a la sociedad como en una tela de araña, y que hay que desenmascararlos”. Con **Crónica roja: espectáculo y negocio** esperamos fortalecer una práctica de periodismo judicial o de sucesos (lo de crónica roja es un convencionalismo discutible) que más que centrarse en los hechos (como espectáculo y negocio) se centre en los procesos que están detrás de la violencia y la corrupción, de una manera responsable y creativa.

Más que de divulgación o de popularización de la ciencia, algunos autores prefieren hablar de “alfabetización científica”, “entendimiento o conocimiento público de la ciencia” o “cultura científica”. En cualquier caso es evidente la importancia que la divulgación científica tiene actualmente, más aún si consideramos que ella tiene un atraso con respecto al avance científico y que hay un desfase entre la gente común y la comunidad científica. Ya Einstein destacó esa importancia: “... Si los conocimientos científicos se limitan a un pequeño grupo de hombres, se debilita la mentalidad filosófica de un pueblo, que camina así hacia su empobrecimiento espiritual”. Y aunque algunos científicos creen que no puede haber popularización de la ciencia sin menoscabo de lo sustancial, hay otros que no solo han creído que ello es posible, sino que lo han hecho de una manera brillante: el mismo Einstein, Adam Smith, Max Plank, Darwin, Julián Huxley... Con **Divulgación y divulgadores de la ciencia**, Chasqui retoma (ya lo hizo en su edición 55) este tema y, a propósito, rinde un homenaje a grandes divulgadores, lamentablemente ya fallecidos: Carl Sagan, además de divulgador, profundo crítico social; Isaac Asimov, creador de mundos y de una prolífica obra (cerca de 500 libros publicados); Jacques Cousteau explorador y “cineasta de TV” como a él le gustaba llamarse, y Aristides Bastidas, luz (aunque ciego los últimos años de su intensa vida) e impulsor del periodismo científico iberoamericano.


Fernando Checa Montúfar
Editor

CRONICA ROJA: ESPECTACULO Y NEGOCIO



En medios donde la información es una mercancía, y no un bien social, la crónica roja degenera en productos abyectos, lo cual, muchas veces, implica un incremento de las ventas y el rating ¿Por qué?

- 4 De la crónica roja al morbo mediático
José Sánchez-Parga
- 8 Violencia, discurso y género
Pilar Núñez, María F. Noboa
- 12 Crónica roja: ni blanco ni negro
Orlando Pérez
- 16 Jóvenes y medios: la construcción del enemigo
Rossana Reguillo
- 20 La sangre como espectáculo
Rubén Darío Buitrón

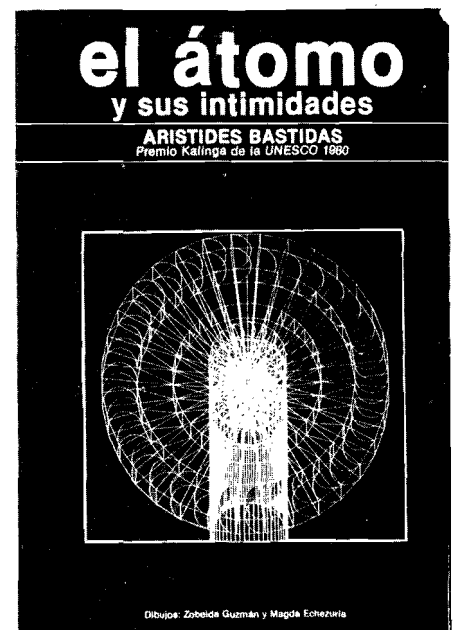


- 24 Colombia: encrucijada de violencia sin color
Jorge Cardona Alzate
- 29 México: una construcción de verdad en la crónica policial
Sarah Corona Berkin
- 33 Brasil: TV, ficción, realidad, verosimilitud
Elizabeth Rondelli
- 46 Isaac Asimov, creador de mundos
Alexis Schlachter
- 48 Cousteau regresa al mundo del silencio
Manuel Calvo H.
- 50 Aristides Bastidas: Pionero del Periodismo Científico en Venezuela
CPCV
- 53 Los científicos y los viajes espaciales
Peter Schenkel

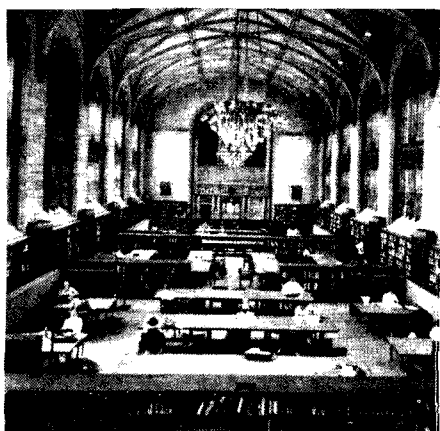
DIVULGADORES DE LA CIENCIA

Frente al desfase entre divulgación y avance científico es importante intensificar esfuerzos para que la primera crezca cualitativa y cuantitativamente. Muchos científicos se dedicaron a ella de manera brillante. Aquí, un homenaje a algunos de ellos.

- 38 Objetivos de la divulgación de la ciencia
Manuel Calvo H.
- 43 El rey de los divulgadores ha muerto
Peter Schenkel



APUNTES



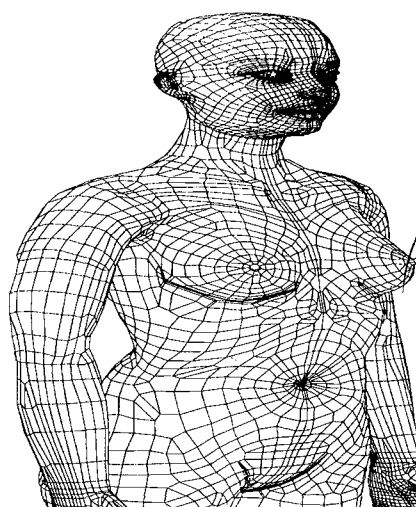
- 55 Educar y comunicar para la diferencia
Daniel Prieto C.
- 60 Murgas: El canto de barrio en barrio
Juan Eduardo Curuchet
- 64 Cuba: 75 años de radio
Ignacio Canel Bravo
- 68 Los libros no muerden. Una dieta
Christian Ferrer
- 73 Religiosidad catódica
Luis Ignacio Sierra G.

ENTREVISTA

- 76 Mattelart y la sociedad mediatizada
Martha Cecilia Ruiz
- 78 Román Gubern: la mirada alternativa en un "viaje de ida"
Stella Maris Poggian

NUEVAS TECNOLOGIAS

- 81 Telemática, mediación y sociedad
Artur Matuck



IDIOMA Y ESTILO

- 86 Una curiosa historia del "programa a cumplir"
Hernán Rodríguez Castelo
- 89 NOTICIAS
- 91 RESEÑAS

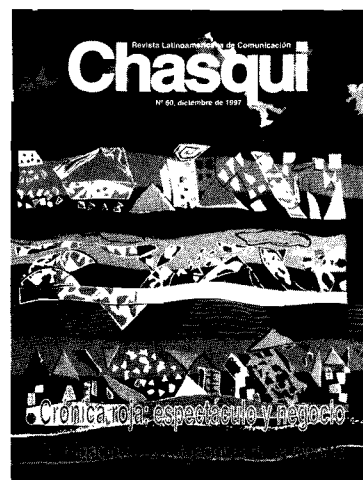


PORTADA Y CONTRAPORTADA

MIGUEL BETANCOURT

"Volando sobre un poncho".
Serigrafía 76 x 56 cm

"Ciudad que flota en la memoria"
Acuarela y carboncillo 105 x 75 cm.



VIOLENCIA, DISCURSO Y GENERO



La violencia, según las autoras, es un objeto cultural de uso que se inserta naturalmente en el imaginario colectivo (imaginario mercantil) estructurado, entre otros medios, por la denominada crónica roja. En ella, el discurso de la violencia adquiere una fuerza mágica que fetichiza la relación hombre-mujer y refuerza estereotipos machistas y roles discriminatorios que no solo afectan a la mujer, sino también al hombre, al castrarle algunos de sus sentimientos y emociones como la ternura y todas sus manifestaciones.

La violencia, eje rector de la crónica roja, se despliega como un objeto cultural de uso que responde a necesidades concretas, generadas artificialmente por esta sociedad hedonista, de consumo dirigido, atomizada, desintegrada en su propia base y carente de un espectro común de valores que posibilite la identificación de cada uno de los individuos dentro del conglomerado social. Es un objeto de uso que conduce a la estructuración de una "cultura de violencia" imaginaria, retroalimentada por la propia demanda de los individuos y de su ac-

tualización en los *mass media*, con una lógica asentada en el miedo esencial de cada ser, que castra su autoidentificación síquica y lo engulle como un ente sepultado en "su propia realidad" ya regida y condicionada, inclusive en su propia vida cotidiana y sexual.

De ahí que el individuo se siente amenazado permanentemente por el miedo; miedo simbólico de transgredir un orden establecido; miedo a su consiguiente represión, que a la vez es el inicio y fin del ovillo del sentimiento de culpa, generado no solo por un sistema de valores impuestos desde fuera e internalizados como propios por los indivi-

duos (como lo afirmaría Henri Lefebvre), sino por la acción efectiva de la propia autorrepresión.

El miedo como fundamento básico de la cultura imaginaria de la violencia

PILAR NUÑEZ C., ecuatoriana. Master en comunicación y en sociología por la UNAM, de México, directora de la Maestría en investigación y docencia de la comunicación de la Universidad Católica de Quito.

MARIA FERNANDA NOBOA, ecuatoriana. Licenciada en comunicación social, editora de estilo del diario *Hoy* de Quito.

Este análisis tiene como referencias los estudios de Jesús Martín Barbero, Herbert Marcuse, Celia Amorós, July Edith Cháneton, Ernest Cassirer, Charlotte Bunch, José Joaquín Brunner, Rubí de María Gómez.

es tal que, paradójicamente, se orienta a cohesionar una sociedad desintegrada, en el objetivo de restablecer las defensas ante un inminente peligro; es decir, la idea de que al controlar el entorno, el medio ambiente, en sus células más pequeñas (hogar, vecindario, localidad) se ahuyentará al delito y se regenerará el orden del tejido comunitario, en palabras de José Joaquín Brunner.

¿Pero quiénes y bajo qué parámetros han determinado la estructuración de una cultura de violencia imaginaria?, ¿dónde se encuentra verdaderamente la raíz de esta metaviolencia fetichizada?, ¿por qué se ha convertido aquella en vínculo desintegrante de la sociedad hombre-mujer?, ¿cómo se vehiculiza este proyecto en el propio discurso?

Sabemos que la sociedad terrorista actual, como la describe en su momento Lefebvre, se ha encerrado en su propia obsesión de integración social, mientras de modo contrastante los individuos se ven inmersos, cada vez más, en el juego de una sociedad desarticulada e incomunicada, plagada de luchas intestinas, de sentimientos de soledad, depresión, angustia, que funcionalizan los propios intereses del sistema vigente.

Una de las tantas maneras que la sociedad actual tiene para mantenerse -fruto del sistema de producción clasista y dominante- es "jugar con el imaginario colectivo", convirtiéndolo en un imaginario mercantil, en donde la violencia se inserta con suma naturalidad, con la misma lógica y valor del sistema mercantil, adicionada mecánicamente mientras que en lo oculto la violencia y "su discurso" pasan a formar un vínculo societario de carácter estructural, cuya esencia de vida es su propia reproducción. Sin embargo, se castra la génesis histórica del apareamiento de la violencia (que radica en la propiedad privada de los medios de producción), y se la multiplica, modificándola mediante los sistemas sígnicos: es el propio discurso el que se desdobra para ser significativo y referente de sí mismo.

Discurso de violencia, discurso de género

El discurso de la violencia, manifiesta en la crónica roja, adquiere una fuerza mágica a través de la cual las actancias cumplidas, y actualizadas por los diversos personajes en coordenadas espacio-

temporales de la propia vida cotidiana de los individuos, y con una intencionalidad de base, atrapan a los usuarios de estos códigos y subcódigos en una red de relaciones y condiciones previamente tejidas. Al propio tiempo se erige, como verdades universales, cierto tipo de comportamientos, esquematizando procesos de relación social, estereotipando resolución de conflictos, creando valores y patrones de conducta emocional e ideológica sin que el discurso se desgaste, pero que inferencialmente se afiancen valores en la sociedad.


El discurso de la crónica roja -judicado por quienes escriben este artículo- fetichiza la relación hombre-mujer en términos maniqueos, entre muchas otras taxonomías relacionales significativas. Las vinculaciones sociales siempre con los mismos componentes, con idénticos mediadores, en locaciones preestablecidas, en coordenadas de espacio y tiempo fijadas de antemano y con modelos de solución ya conocidos. Así, la cosa escrita conlleva a operaciones mentales (codificación-decodificación) predeterminadas, y que aparecen como inherentes al propio discurso, inherencia de la que ni siquiera se sospecha, peor aún de aquellos entramados reales por los que

pasan hasta llegar al usuario consumidor de las significaciones.

La relación de "poder" vehiculizada en este discurso tiene claros matices míticos. La lucha entre el bien y el mal, sublimada en la lucha de géneros, tiene una clara tendencia a justificar y promover al dominador (hombre), frente al dominado (mujer).

Mediante la organización y leyes de los sistemas de significación de este discurso, los programas narrativos y su estructura profunda de significación, en la mayoría de los casos, "favorecen" al hombre con hechos que significan desde el lenguaje mismo, desde los universos semánticos que trabajan la lógica social del sistema, aunque en el significado literal (convencional) no aparezca siempre evidente.

Al "macho varón", al fuerte, se le asignan características -fetichizadas- del papel que debe y cumple en la relación de pareja -y se dice de pareja porque de allí se reproducirá el proceso significativo a modo de conglomerado social-. Pero, ¿significa este poder del hombre una forma de dominación real o es la forma en la que el imaginario del individuo lo hace verse a sí mismo, construir su propia realidad a fin de justificar una po-



José Donoso

La marquesa se llevó una mano a la boca para restañar un grito de terror: logró pensar y detenerlo a tiempo. Inmediatamente se puso de rodillas junto al cuerpo, guardó el bondadoso y diminuto sexo del anciano en sus calzoncillos, abotonó la bragueta y enjugó las manchas que el amor había dejado en el pantalón. Sacó de su bolsillo un peine de carey y brillantes con el que peinó los pocos cabellos revueltos de su amigo y dispuso su cuerpo en el suelo de modo que su caída pareciera natural. Colocó junto a él un legajo que encontró sobre el escritorio, concerniente a la venta del producto de diez mil nogales en un cortijo de la propiedad de los Loria en Andalucía. Luego, se apresuró a arreglar su propia indumentaria, a restituir rimmel, calorete y polvos, a subir sus medias y fjarlas con las ligas y a enderezar su sombrero con un gran alfiler. Entonces, al ver a don Mamerto Sosa muerto a sus pies, traspasada por el dolor del deceso del anciano en una situación tan íntima, aterrorizada ante esta pérdida que la dejaba sin defensa contra esas hienas que eran su suegra y el conde de Almanza, Blanca Loria lanzó un chillido al que de inmediato acudieron los empleados de la notaría y los hijos de don Mamerto. Solo entonces, Blanca se permitió un desmayo.

La misteriosa desaparición de la marquesita de Loria, Seix Barral, 1982.

sición que se le ha impuesto y él la ha asumido como propia y que puede, incluso, significarle una pesada carga?

Es indispensable repensar este "poder" asignado, como valor inmutable, al hombre en el discurso -y por supuesto en su vida real- desde una perspectiva humana, psicológica, emocional, social. Este poder, contradictoriamente, es el impedimento que tiene el hombre de rescatar su propio ser esencial, su libertad. Es la castración del sentir, del expresar emociones sin trabas, llorar sin complejos, seducir, actuar sin ataduras. Es el impedimento a sentirse plenamente realizado como ser social, eje y complemento en una relación de pareja y, luego, en la misma sociedad.

Paralelamente, es necesario develar la postura asignada a la mujer en el discurso de la violencia simbólica. Este discurso es un bien cultural de carácter mercantil que surge para responder a las necesidades imperantes en una sociedad de clases y oposición de géneros y que evidencia un doble juego: por un la-

do sitúa a la mujer como la "pobrecita" víctima pasiva de las circunstancias y del "dominador", reducida al rol biológico de reproducción (para ser consumida como una mercancía) y por otro, la coloca en la "nueva era de liberación", desvirtuada de su connotación histórica, en donde se convierte en la tirana (a veces socapada) de una relación humana, tomando para sí las condiciones de prepotencia y poder mal entendidos, asumidas por el varón. Es un discurso que desvirtúa las verdaderas características de la mujer como sujeto eje y complemento de la pareja y de la sociedad.

En esa crónica llamada roja la mujer oscila en el péndulo de ser víctima o ser un "monstruo" encarnado en ser humano. En palabras de Celia Amorós, se lee en esos discursos de los medios que el orden imaginario masculino coloca a la mujer en un pedestal de inconcreción sublime que coexiste con la prosaica imagen de la pecadora.

Todo ello ratifica el fenómeno de la dualidad simplista de atributos (estereoti-

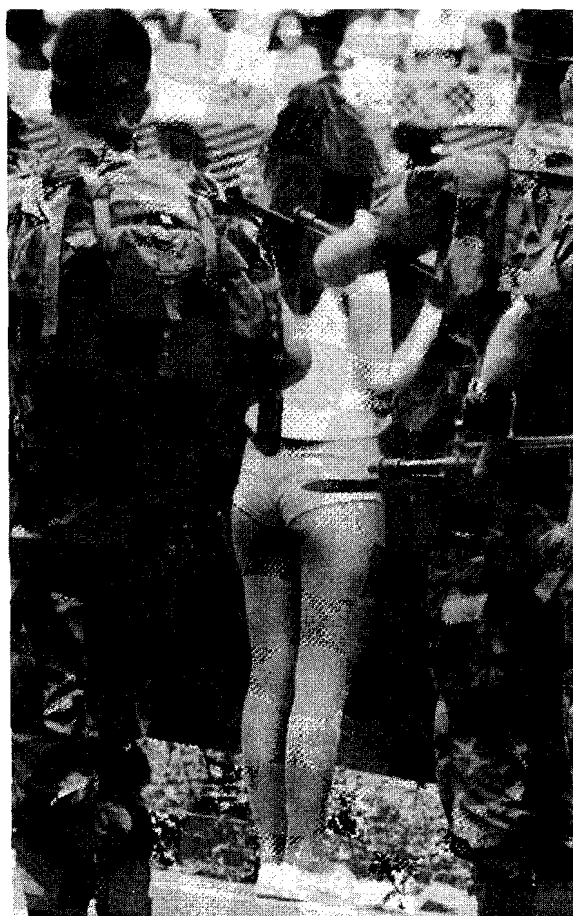
pos) que se otorgan a la mujer en la cultura: maternidad, sensibilidad, ternura versus seducción, insaciabilidad sexual, prostitución. Lo cual lleva a pensar que no es casual la ausencia de la mujer en los espacios públicos de esa cultura, caracterizados por la "racionalidad", el tecnicismo, la eficiencia con los que brilla el hombre. En esa cultura, obviamente, la mujer ocupa un espacio más bien marginal, producto de su desvalorización social y humana. Esa es la imagen ante la cual las propias mujeres (algunas) se reflejan y, contradictoriamente, la sostienen (a veces) para garantizarse a sí mismas la protección de los más fuertes.

Lo que se dice y no se dice

Paradójicamente, infinitas formas de violencia real contra la mujer -tan enraizadas en todas las culturas- no constituyen fenómenos que merezcan el análisis serio y profundo por parte de los tradicionales medios de información. Quizá no interesa desentrañar la verdadera naturaleza de estos delitos sociales, instrumentos de poder y dominio, que muchas veces, consciente o inconscientemente, los medios legitiman.

Por ello, la crónica roja, manejada como aquí se ha expresado, "protege" a una sociedad que verdaderamente maltrata a la mujer, por el simple hecho de haber nacido tal, y sobre ese maltrato erige al varón con un poder que poco a poco ha ido constituyéndose en característica "natural" de ese género. Mientras en algunos medios exista este tipo de crónica roja, convertida en espacio que otorga incalculables ganancias para los propietarios, el mundo seguirá viviendo una intolerable pero oculta violencia de género, cuyas estadísticas sorprenden hasta a los más experimentados y serios estudiosos de este fenómeno. Sirvan como ejemplo algunos datos publicados en *El progreso de las naciones* (UNICEF, 1997), de los que no da cuenta prácticamente ningún medio de información de América Latina:

- Cada nueve segundos se produce una agresión física a una mujer, siendo el agresor el compañero (Estados Unidos). Un mínimo porcentaje de mujeres denuncia los hechos a las autoridades, por temor a las retaliaciones.
- Más de veinte mil mujeres musulmanas fueron violadas en Bosnia y Her-



Jorge Zúñiga, Colombia

zegovina, durante la guerra de los Balcanes. Los medios otorgaron un pequeñito espacio a "casos fortuitos" que jamás evidenciarían la magnitud del hecho.

- Quince mil mujeres fueron violadas en Rwanda, en un año.
- Debido a que los parientes de los maridos consideran que es escasa la dote matrimonial, aproximadamente cinco mil mujeres son asesinadas cada año. La prensa habla de "accidentes domésticos" (India).
- Cerca de ciento treinta millones de mujeres y niñas han sufrido la mutilación de sus genitales (en 28 países, sobre todo africanos). La prensa habla de ello como situaciones propias de las tradiciones y la cultura de los pueblos.
- Sesenta millones de mujeres han desaparecido por causas de discriminación de género (especialmente en China, Asia occidental y meridional y Africa septentrional).

Pero en los "rojos espacios" se difunden mensajes que hablan de la vida y dignidad de la mujer en tanto valores subordinados a los masculinos. Desde que nacen las niñas, y luego las mujeres adultas, son devaluadas y tratadas como **cosas** de poca cuantía.

Así, no es raro encontrar en las páginas de algunos periódicos de América Latina -aquellas que sirven de enganche- referencias como: "Papá Noel está regalando una muñeca como esta, para la Navidad (aparece la respectiva fotografía de una bella mujer casi desnuda). Reclame la suya". "La gatita se convierte en una pantera sobre la cama"; mientras el titular contiguo dice "¡Se le murió encima!". O también: "Murió la damita por tratar de estar flaquita". O el gancho: "Eres bien bonita pero... Mentirosa", con lo cual se atrapa al lector para la lectura de una crónica, mientras se escribe, en la parte superior, el titular: "Secuestran, violan y estrangulan", apelando a la lectura de la información, un truculento relato de la violación a una menor.

Entonces, ¿qué hacer?

Frente a esto, es imprescindible rescatar la esencia de la mujer, dignificar el papel que como ser individual y social debe cumplir; redimensionar la posibili-



Liliana Prada, Colombia

La pobreza, la ignorancia y el malestar frente a la inequidad social acentúan la violencia contra la mujer

dad de su autorrealización auténtica, sobre la base de una identificación con sus propios valores y derechos esenciales, entre ellos el ser madre, el de amar y de ser amada, el derecho a su propio placer, el rescate de su sensibilidad y sexualidad, el derecho a su autodeterminación, a una vida digna e igualitaria, y el de ser vista y comprendida como tal y no como una plastilina moldeable al antojo de la lógica de un sistema que se mueve por dominios de género y no por complementariedades.

Dignificar la relación de pareja, determinará la dignificación de la relación familiar y, por ende, la reconstrucción de la sociedad en una auténtica dimensión, que no niegue las diferencias de género, y que reconozca que la reivindicación femenina implica la puesta en valor de su naturaleza positiva, sin subordinación o actitud de destrucción de la naturaleza del hombre. El discurso desdoblado de la violencia imaginaria ha servido como refuerzo para que veamos unidireccionalmente la vida, los valores, todo el entorno. Un solo punto de vista ha primado

y, lamentablemente, nos hemos adaptado siempre a una sola lectura.

Es indispensable modificar la percepción -hasta inconsciente- acerca de esta norma invisible que instituye y sacraliza una aberrante relación hombre-mujer. Un sólido basamento teórico, en propiedad de todos, posibilitará ver con claridad que la pobreza, la ignorancia y el malestar frente a la inequidad económica y social, acentúan la violencia contra la mujer. Se requiere pensar y construir un proyecto humano y de sociedad, donde poco a poco se vayan modificando las conductas sociales discriminatorias, hasta lograr una dinámica donde no exista una mujer que haya sentido miedo frente a la agresión masculina y la violencia social; y ni un solo hombre que sienta miedo de transgredir el orden establecido, ese orden que hasta hoy le ha otorgado un "poder" que le impide la ternura y todas sus manifestaciones; solo entonces ese hombre se permitirá una auténtica reflexión y una apertura para aceptar que el ser y el hacer femenino son una necesidad de lo humano. ●