

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



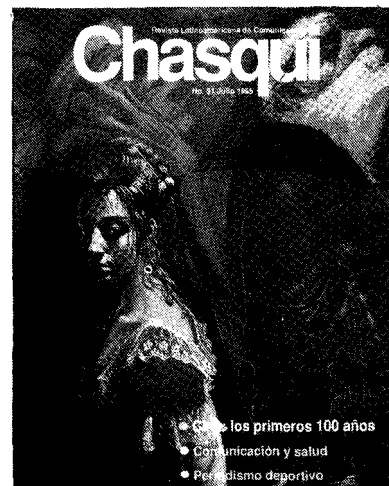
NUESTRA PORTADA

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

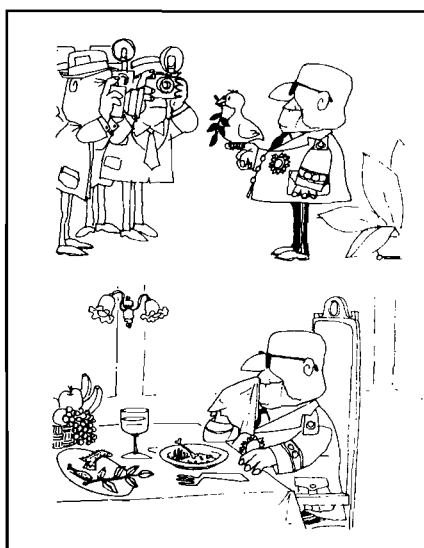
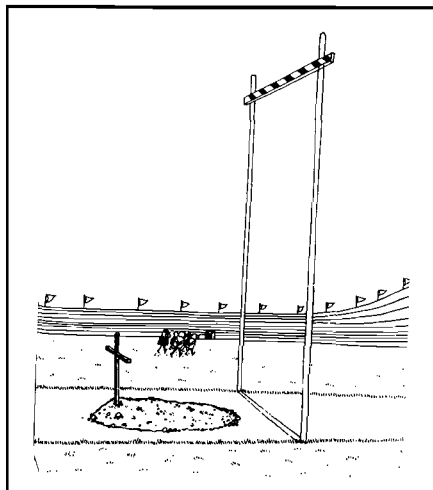


- los primeros 100 años
- Comunicación y salud
- Periodismo deportivo

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.

LA IDIOSINCRASIA ELECTRONICA

AUGUSTO GONGORA

Además de las consideraciones estéticas y de contenido, el cine latinoamericano podrá llegar a tener una presencia vigorosa en el mercado, en la medida que sus estrategias emerjan del conocimiento de las características y tendencias del consumo en la industria audiovisual. Y, desde allí, crear una interlocución efectiva con el más eficiente de sus socios: el público.

La industria audiovisual se ha convertido en uno de los aspectos más relevantes de este fin de siglo. Su creciente dimensión económica, el desarrollo tecnológico, sus efectos culturales y políticos son, sin duda, factores cada vez más importantes en la vida cotidiana de los países.

Así, escudriñar al ciudadano a partir de las tendencias de consumo y los hábitos generados en su relación con la industria audiovisual, permitirá descubrir una sorprendente "idiosincrasia electrónica" que se extiende por los países y en todos los estratos sociales.

El autoexilio del cine

Pero la industria audiovisual se ha ido instalando, paradójicamente, de un modo que a muchos pasa inadvertido. Diversos análisis no le prestan la atención necesaria y, peor aún, son demasiadas las decisiones que se adoptan prácticamente sin tomarla en cuenta. Para el cine, por ejemplo, esto es un problema mayor. La oferta audiovisual ha adquirido niveles insospechados; sin embargo, aún se piensa y se actúa como si ella no existiera.

Pero el cine forma parte de ese conjunto mayor que es la industria audiovisual. Mas, eso no parece tan claro en la percepción que el cine tiene de sí mismo. De hecho, muchas de sus propuestas son formuladas con una lógica que proviene desde el interior de sus fronteras. Pareciera ser una especie de autoexilio en el espacio y también en el tiempo. Allí residen, precisamente, algunas de sus debilidades.

Y, si cualquier relato es un proceso de seducción entre el realizador y el público, desde el cine tiene que hacerse un esfuerzo serio por conocer a quiénes es necesario conquistar.

Oferta audiovisual

En Chile (algo más de 13 millones de habitantes), anualmente se venden cerca de 2 millones y medio de entradas al cine. Mientras tanto, los 200 mil socios de clubes de vídeo

arriendan 4.4 películas al mes; es decir, 10 millones 560 mil arriendos al año.

Supongamos que cada vídeo fue visto por tres personas. Entonces, los espectadores de películas en vídeo, al año, suman cerca de 32 millones de personas: 13 veces más que en las salas de cine.

Por su parte, la TV arroja cifras igualmente contundentes. Un estudio del Consejo Nacional de TV indica que los chilenos ven un promedio de 3.8 horas diarias de televisión; es decir, 114 horas al mes ó 1.368 horas al año.

¿Qué significa esto? Que cada año, las personas destinan 57 días a ver TV; que cada 7 años, los chilenos pasan aproximadamente 1 año viendo televisión; que un joven de 21 años ha pasado tres de esos años frente al televisor.

¿Crisis del cine chileno?

Este es el perfil grueso de un espectador chileno medio. ¿Una derrota para el cine chileno? No necesariamente. Durante 1995, Televisión Nacional de Chile ha estado exhibiendo un ciclo de cine chileno. Las 16 películas transmitidas por la televisión han obtenido, cada una, un promedio de 2 millones de espectadores. Por otra parte, el programa "Cine Vídeo", también emitido por Televisión Nacional de Chile, lleva seis temporadas en el aire con un promedio de 1 millón y medio de espectadores.

Más que una crisis del cine chileno, aquí se puede hablar de una crisis de la asistencia a las salas de cine para ver películas chilenas. Este factor se explica más por el traslado del consumo cultural, desde los espacios públicos hacia los espacios privados, que por un desinterés con el cine chileno.

El asunto, entonces, no es declarar la derrota y bajar los brazos. Estas cifras indican que no es realista que el cine se siga mirando a sí mismo desde el interior de sus propias fronteras. Debe lograr una mirada que le permita conocer más a fondo las características y tendencias de consumo al interior de la industria audiovisual y, a partir de allí, elaborar sus estrategias y propuestas concretas que le permitan encontrarse con el público. ●

AUGUSTO GONGORA, chileno. Realizador independiente.