

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



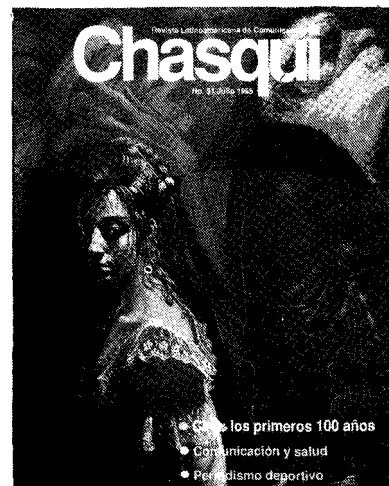
NUESTRA PORTADA

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

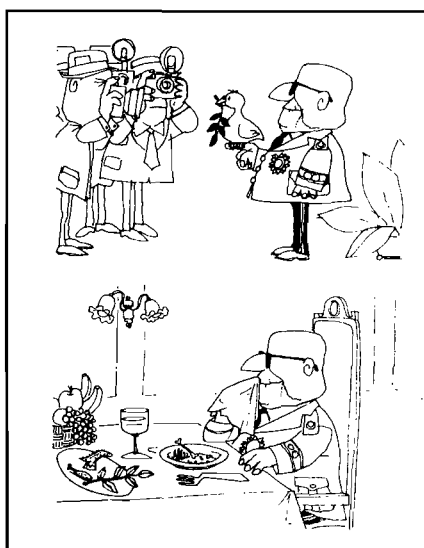
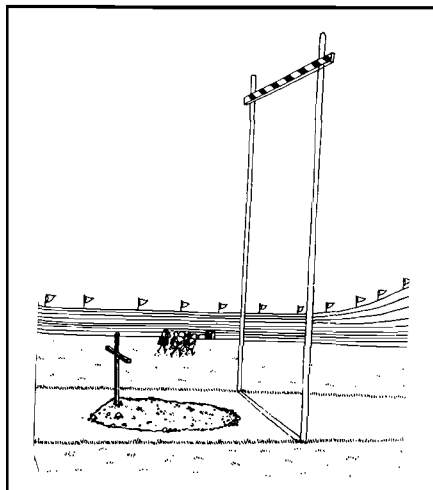
Fotografía: Kira Tolkmint



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 Tufte

- 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

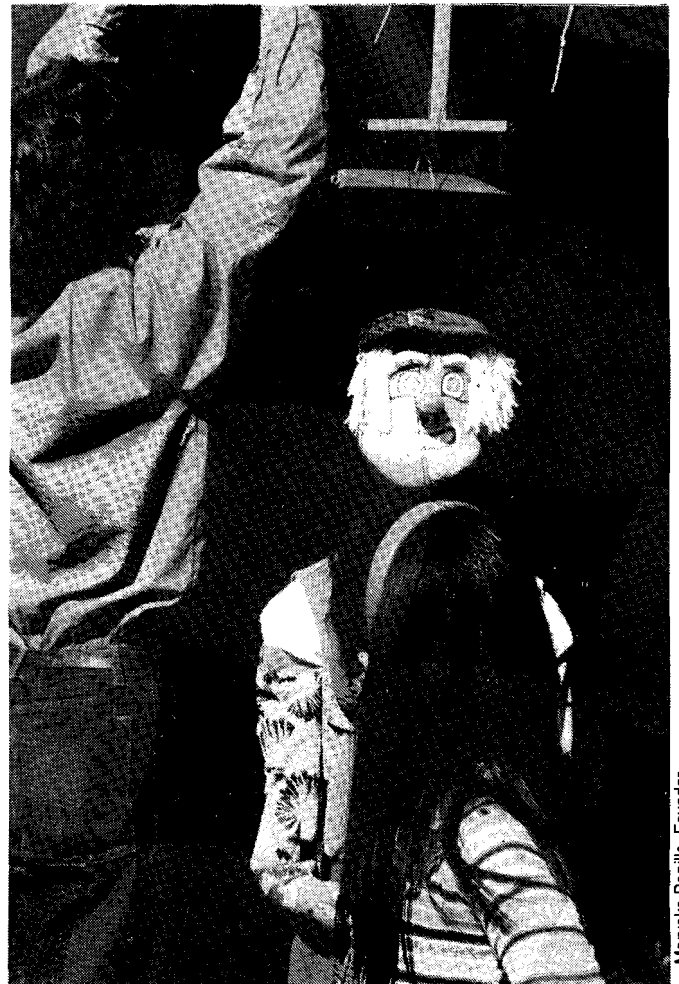
Fernando Checa Montúfar (1956) es ecuatoriano, licenciado en Comunicación Social, por la Universidad Central del Ecuador, especializado en investigación y planificación de la comunicación.

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.

Comunicación y movilización social

Hasta hace pocos años, la salud pública era concebida como responsabilidad exclusiva del Estado y como problema a ser resuelto por médicos y salubristas en los hospitales, centros o puestos de salud. Este concepto ha ido modificándose paralelamente al desarrollo de nuevas escuelas de pensamiento que han desplazado el eje de atención de la medicina curativa a la medicina preventiva.



Maruska Bonilla, Ecuador

Cada vez existe una mayor conciencia de que la salud es una responsabilidad de la sociedad en su conjunto: los organismos del Estado, la sociedad civil, las ONG's, las organizaciones populares, la escuela, la Iglesia, los líderes políticos, los medios de comunicación, la familia y, fundamentalmente, los individuos.

Hacia la prevención en salud

Si bien el estado de salud de un país está directamente relacionado con la situación económica, infraestructura y recursos humanos y técnicos que dispone; un alto porcentaje de enfermedades y

muerdes podrían prevenirse si se lograra una comprensión del problema y una modificación en ciertos hábitos y comportamientos socio-culturales que actúan en detrimento de su salud.

La constatación de esto ha llevado a asignarle una importancia creciente al uso sistemático de la comunicación y la educación en salud, como estrategias para prevenir oportunamente la aparición y desarrollo de múltiples enfermedades.

Igualmente con respecto a la movilización social, en tanto estrategia global que puede ayudar a sensibilizar a la población sobre la necesidad de la prevención y para concertar acciones y consolidar alianzas, con los distintos sectores de la sociedad, en torno al tema de la salud, para que sea priorizada como un problema fundamental; se le asig-

nen los recursos humanos, técnicos y económicos necesarios para la implementación de planes y programas; y se desarrollen acciones concertadas de comunicación y educación a fin de que la población se apropie de la problemática y desarrolle las acciones pertinentes para alcanzar una vida más saludable.

El concepto de Movilización Social

Fue desarrollado originalmente por UNICEF y lo define como "un movimiento a gran escala orientado a involucrar al mayor número de personas en acciones que, mediante esfuerzos de autogestión relevantes, conduzcan a alcanzar una meta específica de desarrollo".

En este sentido, las diversas acciones que se desarrollan responden al ob-

GLORIA DAVILA DE VELA, colombiana. Comunicadora Social, Jefa del Departamento de Investigación de CIESPAL.

jetivo básico de unificar esfuerzos e involucrar a los distintos segmentos de la población para la priorización y la solución de sus problemas de salud.

Ello supone un proceso planificado de acciones que faciliten el cambio y promuevan el desarrollo, para lo cual es indispensable tomar en cuenta las necesidades de la población, involucrarla activamente en los procesos, y propiciar el fortalecimiento tanto de los individuos, como de las instituciones para la acción social.

El énfasis en la participación de la población es fundamental y se opone a las intervenciones de tipo vertical o impositivo que realizan grupos o partidos políticos para promocionar un candidato o con las actividades que desarrollan los militares en tiempos de guerra para "movilizar a la sociedad". En contraposición, el concepto de movilización social se sustenta en la concertación de acciones entre los diversos grupos, en torno a objetivos comunes. Como tal, busca involucrar a los diferentes segmentos de la población, tanto en los procesos de toma de decisiones, como en la búsqueda de soluciones para enfrentar los cambios necesarios que el desarrollo integral de los países requiere.

Además, supone el desarrollo de procesos de acción social a gran escala. Por tanto, debe considerar, en el diseño de sus estrategias, los distintos segmentos de la población que, de una u otra manera, influyen o deberían ser objeto de la intervención social: los funcionarios con autoridad política, económica, legal o moral para influir en las decisiones y normas vigentes; los medios de comunicación y líderes de opinión pública; los funcionarios públicos o privados encargados de la administración y provisión de servicios; la sociedad civil (Iglesia, gremios, empresa privada, entre otros); las organizaciones populares; los gobiernos locales, los líderes comunitarios; las familias y los individuos.

Dependiendo de las metas que se proponga alcanzar y del ámbito de la acción a ser desarrollada, la movilización social puede darse a distintos niveles: nacional, regional, local o familiar. Sin embargo, su objetivo fundamental es desarrollar un conjunto de acciones que le permitan al Estado, los gobiernos locales, las ONG's, las comunidades, e inclu-

so a las agencias de desarrollo, proyectar sus esfuerzos y sus propuestas a escala nacional.

Ello supone la realización de múltiples esfuerzos orientados a crear el compromiso político necesario para alcanzar determinadas metas de desarrollo y deberá traducirse, posteriormente, en el establecimiento de políticas y la ejecución de acciones concretas que permitan obtener los resultados de desarrollo esperados. Evidentemente, dentro de este proceso, la comunicación juega un rol fundamental, ya que es el eje articulador de las distintas acciones que se desarrollen como parte del esfuerzo movilizador.

En última instancia, el objetivo de la movilización social es la concertación de acciones, el establecimiento de alianzas y la consolidación de redes entre los distintos grupos involucrados, para desarrollar acciones más eficientes y alcanzar metas de desarrollo de mayor impacto social. El producto de este esfuerzo mancomunado permite liberar un potencial social generalmente oculto y desarticulado, cuyos alcances son incalculables, y pueden manifestarse de diferentes maneras, entre las que se mencionan las siguientes:

- Movilización de mayores recursos económicos para el sector, mayor cobertura del programa;
- Diseminación oportuna y adecuada

de información para las distintas audiencias;

- Mayor apoyo y coordinación interinstitucional para el eficiente desarrollo del programa;
- Mayor participación y autogestión comunitaria;
- Consolidación de procesos y sostenibilidad en las acciones desarrolladas.

Estrategias generales

Dado el amplio espectro de procesos y actividades que incluye la movilización social, las metas que se propongan alcanzar deben ser planteadas en el largo plazo, ya que suponen diversos tipos de cambios, bien sea a nivel político o jurídico-legal, a nivel de las prácticas socio-culturales o a nivel de la administración y provisión de servicios. Como tales, apelan a diferentes cambios de comportamiento y actitudes por parte de los distintos grupos sociales, lo que hace aún más complejo el proceso.

Aun cuando la naturaleza de los procesos de cambio son sumamente complejos, es evidente que existe una relación entre los niveles de conocimiento, actitudes y prácticas culturales de un determinado grupo social y el acceso, uso y/o control que estos tienen de la información, comunicación y educación. Son factores que interactúan y se afectan recíprocamente.



Aun cuando la naturaleza de los procesos de cambio son sumamente complejos, es evidente que existe una relación entre los niveles de conocimiento, actitudes y prácticas culturales, de un determinado grupo social, y el acceso, uso y/o control que estos tienen de la información, comunicación y educación. Son factores que interactúan y se afectan recíprocamente.

Por tanto, una estrategia de movilización social debe integrar estos elementos dentro de un plan sistemático, de tal forma que se constituyan en un *continuum* de acciones orientadas a alcanzar las metas de desarrollo propuestas y a promover y consolidar los procesos de cambio social que, tanto las instituciones como los grupos sociales, requieran.

Estrategias del proceso

La investigación y el uso actualizado de los datos de diagnóstico de la realidad se constituyen en insumos fundamentales del proceso de movilización social, ya que son elementos imprescindibles para incidir en los procesos de toma de decisiones, y en el control y seguimiento de las acciones que se realizan (identificar el impacto social de las intervenciones o recomendar correctivos para alcanzar los objetivos propuestos). Asimismo, es indispensable desarrollar diversas acciones de intervención social a fin de sensibilizar a los distintos grupos sociales sobre la importancia de la salud en su vida cotidiana y capacitarlos para su participación activa en la solución de los problemas que los afectan.

La comunicación deberá constituirse en un eje transversal que articule las distintas acciones de movilización a fin de darles coherencia interna y dotar de un mismo sentido a la diversidad de mensajes y acciones comunicacionales que se produzcan, en función de los distintos destinatarios.

Las posibilidades de uso de la comunicación y las estrategias de movilización social que pueden ser utilizadas a nivel de un país son múltiples y dependen del contexto local y de las posibilidades humanas, técnicas y económicas existentes. A continuación se presentan los ámbitos y espacios posibles de una estrategia nacional de comunicación y movilización social en salud pública.

1. Desarrollo de procesos permanentes de "**abogacía o sensibilización**" para lograr una priorización del tema de la salud por parte de los políticos, legisladores y líderes de opinión; de las instituciones públicas y privadas; de la sociedad civil, de los profesionales, de la iglesia y de la comunidad en general. El producto de estos esfuerzos de *advocacy* deberían expresarse en cambios en la legislación y reglamentación, o en el aumento del presupuesto para el sec-

tor salud, o en una más enfática decisión política para ejecutar programas.

2. El **fortalecimiento** de las capacidades tanto individuales como institucionales para la acción social (*empowerment*). Estimulando la participación activa de los grupos y comunidades de base en el análisis y la solución de sus propios problemas, en los procesos de toma de decisiones, en la gestión del desarrollo y en el control de sus vidas. Para ello deben desarrollarse procesos de organización y educación permanentes a fin de lograr una clara apropiación de la problemática y de los proyectos que se ejecutan, por parte de los sectores populares involucrados. Ello permitirá que los pobladores se constituyan en los verdaderos líderes del proceso, lo que asegurará la **sustentabilidad** de las acciones y producirá un efecto multiplicador a nivel de base, aumentando la cobertura e impacto de los proyectos.

3. El **establecimiento de alianzas** entre sectores y la colaboración intersectorial para lograr el fortalecimiento de las instituciones tanto públicas y privadas, como comunitarias que trabajan en salud. Este proceso permite trascender el ámbito local o comunitario para el cumplimiento de las metas del Plan Nacional de Acción, así como desarrollar planes de largo aliento, con menos recursos y mayor cobertura, y tener distintos "mediadores sociales" que ayuden a impregnar de "sentido" la acción social que se realiza.

4. El **diseño de estrategias y uso apropiado de la comunicación social** en función del contexto cultural, necesidades y expectativas de los distintos grupos sociales involucrados. La comunicación social y la participación comunitaria se constituyen, entonces, en insumos claves de una estrategia de movilización social que permita informar y comprometer a la sociedad civil, los gobiernos locales y la comunidad en general, en las acciones educativas y de intervención social que se desarrollan, promoviendo la colaboración intersectorial y la solidaridad entre organismos públicos y privados para lograr una efectiva implementación de los programas acordados por los presidentes en la Cumbre de la Infancia y que, de alguna manera, están reflejados en los planes nacionales de acción.*