

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

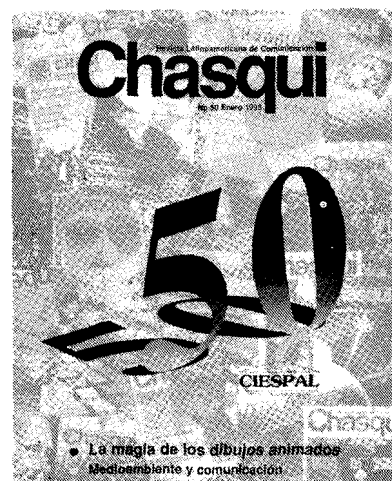
12 DE OCTUBRE Y VEINTIMILLA
EDIF. ABYA-YALA

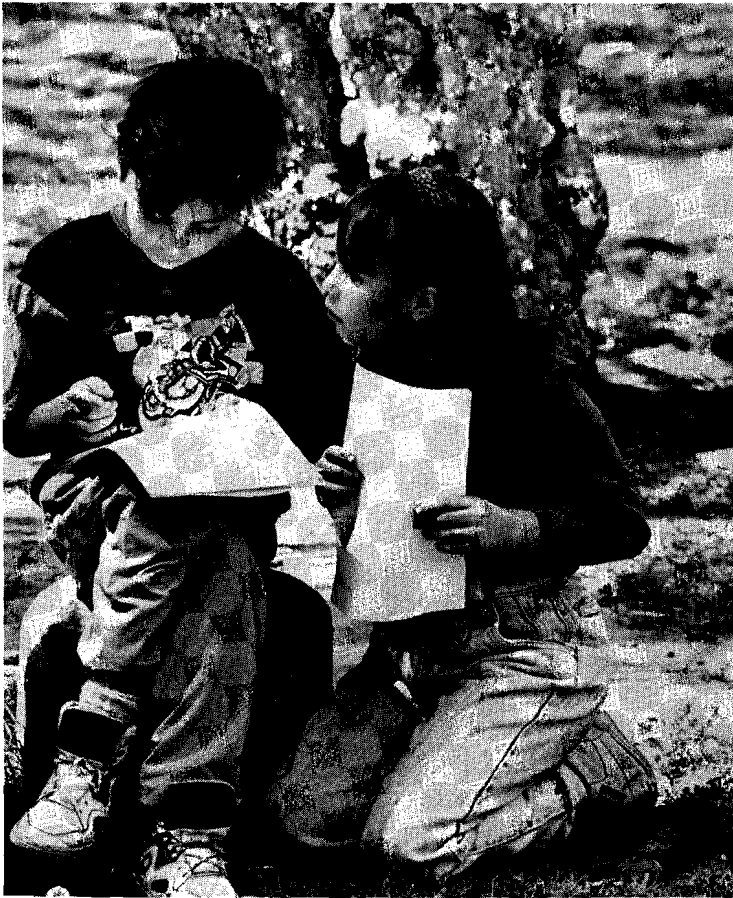
NUESTRA PORTADA

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

Diseño: Arturo Castañeda

Fotografía: Kira Tolkmint





A los 17 años creía que su futuro estaba en escribir. Ahora, millones de personas leen los libros que edita el grupo Santillana. Y otros tantos leen, escuchan y miran cada día lo que ofrecen periódicos como El País, emisoras de radio como la Ser y una televisión como Canal +, medios de comunicación vinculados en mayor o menor medida a Prisa, el grupo que Jesús de Polanco preside.

Con Jesús de Polanco

“Somos el enano más crecido”

- ¿Quién es Jesús Polanco?

- Diez mil personas dependen directamente de él entre España y América. Millones de personas en España e Hispanoamérica han estudiado y estudian con los libros que edita. Más millones de personas leen, escuchan y ven cada día los que ofrecen sus medios de comunicación. Propietario del grupo Santillana y presidente de Prisa (*El País, Ser, Canal +*) Jesús de Polanco ha logrado todo eso en una sola vida. Quizás el secreto radique en que no ha dilapidado el tiempo -hasta ahora- en entrevistas.

- Y dígame, ¿cómo empezó todo?

- Cuando yo creía, a los 17 años, que mi futuro estaba en escribir: pronto me di cuenta que escribía mal, y entonces decidí ganarme la vida con lo que escribía el prójimo.

- ¿Qué fue lo primero que editó?

- Un Boletín informativo para sacerdotes españoles en Hispanoamérica. De ahí debe venir el rumor de que he sido seminarista, je, je. Un hermano mío y un amigo editaron una revista semanal de espectáculos, *Cartel*, otra de teatro, la colección *Alfil* de comedias de teatro... Yo era el pequeño, el “mandao”.

VICTOR M. AMELA, español. Periodista. *Revista de la Comunicación*. Diario *La Vanguardia* de Barcelona.

- Hasta que funda editorial Santillana

- Sí. Mi hermano y su amigo vendieron su editora a otra editorial, en la que entré como director comercial. Y en 1958 lo dejé todo para montar la editorial Santillana. Le puse este nombre en homenaje a mi origen, al pueblo de los Polanco. Empecé editando libros jurídicos y luego libros de educación. Y así hasta hoy. Esta es la actividad de la que yo vivo.

- Próspera actividad...

- En este momento lo es más en Hispanoamérica que en España; allí la demografía aún crece, mientras que aquí... Es tremendo, en España cada año están entrando 25.000 niños menos en la educación primaria.

- Y, a menos niños, menos ventas.

- Claro. Yo soy antipíldora... para los demás, naturalmente, ja ja!. Hoy en primer curso de primaria hay 200.000 alumnos menos que en octavo curso. Pero de todas las empresas españolas somos la que tiene la mayor red comercial en Hispanoamérica. Puedo decir que soy uno de los empresarios español-

les más conocidos allí, de México a Tierra del Fuego.

- Me dicen que usted se trajo de allí la idea de Cadena Dial

- Sí, allí había muchas emisoras con música en castellano, que a mi me encanta y aquí no. Yo sabía que en España sería un éxito una emisora con canciones en español.

- ¿Ha intentado exportar hacia Hispanoamérica una cierta visión de España a través de sus libros?

- Durante más de veinte años, los 60 y los 70 he vivido un mes allí y un mes aquí, para organizar la red comercial de Santillana. He observado que desde la democracia, los países que nos eran más hostiles, hoy lo son menos. Nuestros libros desde luego no son antiespañoles, y España ha ayudado para una mejor comprensión entre todos.

- Usted también vivió de cerca el advenimiento de la democracia aquí, a través de la aventura de *El País*. ¿Cómo se unió al proyecto?

- Me lo piden dos personas, un colega editor José Ortega Spottorno, y Manuel Fraga Iribarne. Pongo dinero y

Millones de personas en España e Hispanoamérica han estudiado y estudian con los libros que edita. Más millones de personas leen, escuchan y ven cada día los que ofrecen sus medios de comunicación. Propietario del grupo Santillana y presidente de *Prisa (El País, Ser, Canal +)* Jesús de Polanco ha logrado todo eso en una sola vida.

UN HOMBRE DISCRETO

En noviembre de 1929, poco después de la crisis del jueves negro de Wall Street, nacia en Madrid Jesús de Polanco. "No sé si eso me predestinaba a pasarlo muy negro -dice-, pero no me ha ido tan mal. Décimo hijo de "una familia media santanderina trasladada a Madrid", Jesús de Polanco quedó huérfano a los doce años "y entonces aprendí que si trabajas sales adelante". Su padre importaba a la capital los productos lácteos de una empresa santanderina, y regentó un café al que acudían Valle-Inclán, Unamuno...

De su familia le quedó "la mentalidad de austeridad tan propia de la clase media montañesa, cántabra. Estudió derecho porque quería ser catedrático de derecho político, propósito truncado porque "empecé a trabajar muy pronto, para ganarme el cocido. Hoy, algunos catedráticos amigos me dicen "¡Cómo te habrías equivocado si hubieras seguido?".

De joven, como casi todos, escribió algunos versos "muy malos", y admiró a Joyce, a Sánchez Mazas y a Eugenio Montes, dos "escritores muy falangistas pero muy buenos". Casado dos veces, con cuatro hijos y siete nietos, se siente muy orgulloso de su obra, que es la empresarial, y cada día disfruta proponiéndose nuevos retos: ahora *Público* de Lisboa, ahora *La Prensa* de México... Tiene la mirada aguzada para los negocios, que son su religión, aunque en España "el que tiene éxito se lo tiene que hacer perdonar". Por eso procura no llamar la atención. Es un hombre discreto.

Dice que tiene buenos amigos socialistas pero que "nunca he sido socialista ni lo seré jamás. ¿Y qué es usted señor Polanco? "¿Yo? Yo soy un empresario progre", dice.

entro en el accionariado, y poco después en el Consejo de Administración. Pero no empezamos a hacer nada hasta que se hizo pública la mortal enfermedad de Franco. Entonces nos pusimos a trabajar a toda velocidad, y *El País* apareció el 4 de mayo de 1976.

- ¿Imaginaba entonces que *El País* llegaría a ser lo que es?

- No. Y la verdad, el éxito sorprendió a la propia empresa.

¿Qué papel ha tenido ese diario en la vida española desde su punto de vista?

- Cambió las maneras de hacer de todos los diarios. Aportó formas de hacer aquí inéditas, tanto en lo periodístico como en lo empresarial. Creo que fue el símbolo de un cambio en España y hoy es toda una institución.

- Ahora parece que llegan otros aires, otros cambios ¿Cederá *El País* esa función simbólica a otros diarios?

- No lo creo, sinceramente. Aunque hay que decir que *El País* no agota todas las formas de periodismo que pueden darse en una sociedad democrática. En Catalunya hay fórmulas como las de *La Vanguardia* o *El Periódico*. En Madrid, la ciudad más politizada de España, la prensa cumple papeles diversos y algún experimento ha encontrado su segmento de mercado. Le deseo toda clase de venturas.

- ¿Y no le inquieta?

- No porque yo soy empresario hasta el fondo de mi sentido y he llegado hasta donde estoy gracias a la competencia. Creo que *El País* solo perdería su fuerza si rebajase su umbral profesional, y lo rebajaría si se pusiera a imitar el de alguno de nuestros competidores. Si desapareciera la competencia, si hubiera un oligopolio, entonces sí sería el comienzo del fin.

- Pues algunos detractores le acusan de acaparar medios de comunicación.

- Es la rabieta del enano. A los competidores les sienta mal que otros crezcan. Esto es la consecuencia del éxito empresarial y de saber convertir las ganancias en desarrollar un grupo de comunicación conducido con criterios profesionales.

- Usted defiende la concentración de medios...

- La concentración es algo inevitable. Y estamos en ese proceso en la medida en que tengamos medios y oportunidades. Pero me da risa que nos consideren gigantes. En Europa somos un pigmeo y, en España, solo el enano más crecido.

- Pero se la teme como una amenaza contra la pluralidad en la expresión de opiniones.

- Puede haber peligro pero hay maneras de conjurarlos. En Estados Unidos o Gran Bretaña los grupos de comunicación son gigantescos y la libertad de expresión es total. Esas acusaciones son cínicas o estúpidas. Hay mucha malicia en esto. En la medida en que uno crece está generando al competidor. Yo desafío a cualquiera a que demuestre que a alguien en Prisa le ha sido alguna vez limitada su libertad de expresión.

- Se ha acusado a su grupo de ser acomodaticio con el gobierno socialista.

- Quienes digan eso están muy mal informados. No ha sido acomodaticio nunca. Las relaciones entre Prisa y el gobierno socialista han sido más complejas que las que tuvimos con los de UCD. Pero como hay ganas de que sea cierta esa acusación, se analizan con poco rigor los hechos. Y aquí hago una crítica al mundo periodístico español: me sorprende que nadie haya escrito un reportaje sobre las relaciones de nuestro grupo con el gobierno socialista. Algo que yo he vivido y sufrido a lo largo del tiempo.

- ¿Y por qué cree que no se ha escrito?

- Porque quedaríamos mejor de lo que se desea que quedemos. Las rivalidades no favorecen ese reportaje que sería apasionante.

- Lo que sí es cierto es que los editoriales y titulares de *El País* son tomados como un termómetro de la vida política española.

- Sí, y eso es un motivo de orgullo, y, paradójicamente, de preocupación.

- ¿Preocupación?

- Sí, porque implica un peso en mi relación con el entorno. Un empresario

MECENAZGO CULTURAL

En 1994 Polanco recibió del GATT el Premio Juan Lladó, un galardón con el que la Fundación José Ortega y Gasset distingue anualmente "al empresario más destacado en una función de mecenazgo, de apoyo a la cultura y la investigación".

"Es el reconocimiento más gratificante que podía tener -reconoce Polanco- porque en este mundo de los negocios es muy difícil que unos empresarios les reconozcan méritos a otros".

Polanco es propietario del Grupo Santillana, presidente de Prisa, editora de *El País*, grupo que participa en los periódicos *Cinco Días*, *Claves*, *El Gran Musical*, *The Independent* (Gran Bretaña) *Público* (Portugal) *La Prensa* (México), así como en *Unión Radio*, *Canal +*, y la producción cinematográfica. Es también el promotor de la Fundación Santillana, dedicada a prospectiva en los campos de la educación y la comunicación y muy dinámica en actividades culturales. "Toda mi vida he trabajado en el campo de la educación, la edición, la comunicación", comenta Polanco que sin embargo está convencido de que "los medios de comunicación podrían hacer más por la cultura. Son parte de la cultura, pero deberían ser más provocadores. Mucho más".

de comunicación está obligado a mantenerse distante del entorno para no soportar ese peso. He intentado estar apartado del "stablishment".

- ¿Por eso no ha sido amigo de entrevistas?

- Los empresarios de los medios de comunicación deben ser lo menos noticia posible y no competir en protagonismo con los demás. El exceso de protagonismo puede llevar a asumir papeles perversos

- ¿Está pensando en Italia, en Berlusconi?

- Por ejemplo, aunque en España hay casos.

- Pues ya sabrá que a usted le han llamado "Jesús del Gran Poder"...

- Fue invención de mi buen amigo el sacerdote José María Martín Patino. En 1981, poco después del 23 de febrero, intervine en la Fundación para el Progreso y la Democracia, de la que me nombraron presidente. Entonces se me atribuía un poder político que no tenía, y mi amigo hizo la broma simpática. Luego se ha usado la expresión para decir otras cosas.

- Algún poder sí tendrá usted.

- Tener medios de comunicación da poder, no hay duda. Pero es como tener un gran acorazado con mucha potencia de fuego. Ese poder existe en la medida de que no se utiliza. Otra cosa es la influencia. Eso es importante: influir, influir, influir sobre temas fundamentales para la construcción de la sociedad.

- ¿Reconoce que usted es uno de los hombres con más capacidad de influir en España?

- Es la consecuencia normal de un grupo de comunicación de éxito. Pero es una capacidad que no se usa en el sentido peyorativo del abuso, que no se usa para manipular ni obtener ventajas materiales. Yo sigo viviendo de los libros de educación.

- Olvídense un segundo de sus empresas. ¿Cuál es su sueño dorado?

- Desarrollarnos en el mercado de Brasil, y...

- No, por favor, en su vida personal, no empresarial.

- Mmmm... Mmmm... A mis años, vivir muchos con la cabeza muy lúcida, en buena forma. Ya está. Yo he tenido bastante suerte, disfruto mucho con lo que hago.

- No tiene ninguna frustración, vamos.

- No tengo frustraciones para nada.

- ¿Y si pudiera elegir una época para nacer.

- Me apasionaría vivir dentro de cincuenta años. El futuro será apasionante, rodeados de medios de comunicación...

- Le gustaría verlo...

- ¿Verlo? No! Me gustaría estar ahí en medio, compitiendo, haciendo negocios!

- ¿Y qué le gustaría que dijese de usted al final de sus días?

- No sé. Mi sentido de la posteridad es escaso. El otro día, con motivo del lanzamiento de la edición mexicana de *El País*, en un acto en la embajada de México, unos amigos periodistas me preguntaban: "¿Pero Jesús, por qué haces esto? Si tu ya tienes bastante dinero... ¿Para qué quieres ganar más?" Yo les respondí "¿Pero no os dais cuenta de lo bien que me la paso, de lo que disfruto con esto?"

- O sea, usted hace todo lo que hace porque lo pasa bien, no por el balance económico...

- Claro, pero pasármelo bien implica que el balance salga bien. ¡Es una lata perder dinero! Pero no hago todo esto por coger dinero. No.

- ¿Y cuál es su secreto como empresario?

- Es sencillo. Austeridad, saber invertir el dinero que se genera y trabajar, trabajar y trabajar. Yo trabajo doce horas al día... Doce horas al día de lunes a jueves, tengo que ser sincero. El viernes me lo tomo libre.

- ¿Y qué hace Jesús de Polanco con su ocio?

- Paseo por el campo, charlo con amigos, escucho mucha música, leo. No

Tener medios de comunicación da poder, no hay duda. Pero es como tener un gran acorazado con mucha potencia de fuego. Ese poder existe en la medida de que no se utiliza. Otra cosa es la influencia. Eso es importante: influir, influir, influir sobre temas fundamentales para la construcción de la sociedad.



hago una vida muy espectacular. Me gusta mucho ver televisión. No me aburro nunca. Tengo cosas que hacer en los próximos 25 años.

- ¿Qué música escucha?

- Me encantan todas las canciones. Y el flamenco. Y el mundo de la salsa. Me encanta toda la música. Los que descendemos del norte, de la montaña tenemos una gran afición a la música. Mis padres tocaban el piano los dos, y todos los hermanos cantábamos juntos. También soy aficionado a la música sinfónica y a la

ópera: me encanta Aragall, y me lo paso en grande con Plácido Domingo, Kraus, Carreras y Pavaroti.

- ¿Y que mira de la televisión?

- Veo mucho cine en televisión. Tengo la suerte de pedir y poder ver las películas que quiero. Mi generación lo ha soñado todo en el cine. Para nosotros es muy importante. Tengo recuerdos del cine desde muy chico. Cuando tenía siete años me fascinó una película sobre Miguel Strogoff.

- ¿Y qué le parece "Ciudadano Kane"?

- Una gran película.

- ¿Se identifica?

- En absoluto. Hearst era un periodista que se hizo empresario con ganas de manipular. Yo soy un empresario que no ha querido ser periodista y que nunca ha tenido ganas de manipular. Con la prensa, nuestro único intento era ayudar a que viniera la democracia, a que la gente dejara de insultarse para razonar. ●

"LOS POLITICOS TEMEN A LA PRENSA"

- ¿Cuál es la diferencia entre un empresario de comunicación y uno que fabrica tornillos?

- La inquietud. Las técnicas empresariales pueden ser similares, pero no sé si los otros se lo pasan tan bien. A mí me apasiona el mundo del periodismo.

- ¿Y qué le dice su olfato empresarial acerca de lo que demandan los ciudadanos en estos momentos?

- La gente demanda información seria, objetiva, referencias claras, lo que es a veces difícil de darles. Y hay otra gente que teme a la prensa y que pide no tenerle miedo.

- ¿Quién teme a la prensa?

- La clase dirigente española. Vive atemorizada. Los políticos tienen miedo a ser castigados por la prensa. Por eso creo que la sociedad democrática no funciona en plenitud: falta un sistema judicial más eficaz para que los medios tengan menos capacidad de linchamiento, y actúen por tanto de forma más profesional. Debemos evitar que esos miedos existan.

- ¿La prensa es negocio?

- La prensa es un excelente negocio en España. Ahora hemos saltado el Atlántico, porque nos hemos impuesto el desafío de que *El País* sea el diario español que llegue a todos los países de habla hispana.

- ¿Y la radio?

- El futuro es del que sepa dar los productos que demandan los distintos segmentos del mercado, a costos bajos y alta calidad. Y para ello es imprescindible que las emisoras tengan una buena cobertura de todo el territorio con una misma estructura. Es lo que estamos haciendo con *Unión Radio*, que agrupa a *Ser*, *Sinfo Radio-Antena 3*, *Cadena Dial*, *Radio Olé* y 40 Principales.

- Una unión que por cierto ha sido muy criticada...

- Cuando hemos dicho que *Unión Radio* iba a modernizar el sector, hubo críticas de gente ignorante. Y creemos que se modernizará porque es la única manera de tener una dimensión empresarial que sea rentable. A las cadenas de radio que sigan

aplicando la fórmula de alquilar sus espacios a comunicadores, al final difícilmente le saldrán las cuentas.

- Quizás no les salgan la cuentas, pero Onda Cero y Co-pe se muestran muy combativas...

- El Estudio General de Medios muestra que *Ser* va por delante de esas radios tan "combativas". Y es que se puede hacer radio de calidad e informar adecuadamente sin descalificar a troche y moche. Hay comunicadores que no son acreedores de mi respeto.

- Nombres, nombres.

- No diré nombres. Sí diré que hay otros a los que considero profesionales formidables.

- La prensa es negocio, la radio puede serlo, ¿y la televisión?

- En las futuras "autopistas de comunicación" más que la imagen en sí misma, el negocio será la información, el dato como mercancía. Se está generando la revolución del periodismo electrónico. La segunda mitad del siglo XXI tendrá menos que ver con la segunda mitad del siglo XX, que ésta con la del siglo XIII. Hay fabulosas posibilidades de negocio en el mundo audiovisual, aunque en España esa transformación será más tardía que en otros países.

- Desde luego: el gobierno lleva ya dos años de retraso en la aprobación de la ley del cable.

- Más, más de dos años. Eso nos ha hecho mucho daño a todos.

- Pero, entretanto, a Canal + no le va mal.

- Es el club de abonados más importante que ha habido en España. Tenemos más de 850.000 abonados y queremos llegar al millón en los primeros meses de 1995.

- ¿Y luego?

- Un millón y medio. Es una aventura apasionante. Yo creo que es el producto televisivo mejor hecho en España, y no tenemos ninguna gana de meternos en una televisión generalista, ambición que algunos nos achacan. Nada de eso. ●