

# Chasqui

Revista Latinoamericana  
de Comunicación

No. 46 - JULIO 1993

## Director

Asdrúbal de la Torre

## Editor

Gino Lofredo

## Consejo Editorial

Jorge Mantilla

Edgar Jaramillo

Thomas Nell

Nelson Dávila

Luis Castro

## Consejo de Administración de CIESPAL

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

Presidente Alterno, Rubén Astudillo,

Mín. Relaciones Exteriores

Eduardo Peña Triviño,

Ministro de Educación

Luis Castro, UNP

Fernando Chamorro, UNESCO.

Flavio de Almeida Sales, OEA.

Louis Hanna, AER.

Alba Chávez de Alvarado, Universidad  
Estatad de Guayaquil

Fernando Naranjo Villacís, FENAPE

## Asistente de Edición

Martha Rodríguez

## Portada

Carole Lindberg

## Impreso

Editorial QUIPUS - CIESPAL

Portada: Imprenta Mariscal

Servicios Especiales de AFP,

COMUNICA, 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. 506-149. Telex: 22474 CIESPAL ED

Fax (593-2) 502-487 - E-mail/correo

electrónico: editor@chasqui.ec

editor%chasqui@ecuanex.apc.org

Registro M.I.T., S.P.I.027

Los artículos firmados no expresan  
necesariamente la opinión de CIESPAL o  
de la redacción de *Chasqui*.

## VIDEO Y TV

**L** ascenso vertiginoso de la  
producción del video en  
América Latina no ha sido  
acompañado de una ampliación  
de la distribución. La TV sigue  
siendo el espacio más buscado  
por los videastas para difundir su  
trabajo, pero a pesar del  
aumento de canales y sistemas  
de cable, los videos nacionales  
siguen en busca de la difusión  
adecuada.



- 4 Colombia: TV mito y Video tabú, *Ricardo Gómez*
- 11 Argentina: Utopía y difusión, *Susane Velleggia y Octavio Getino*
- 15 Chile: Video animación, *Yéssica Ulloa*
- 20 Gustos jóvenes, *Bradley S. Greenberg y Rick Buselle*
- 26 México: La pantalla hacia afuera, *Delia Crovi Drueta*
- 28 España: La doma del negocio salvaje, *Daniel E. Jones*
- 31 Brasil: Favela, niños y video, *Denise María Cogo*
- 33 Brasil: Video en casa, *Arnaldo César*

- 35 Uruguay: El auge del video independiente, *Kintto Lucas*
- 37 El Salvador: La guerra transparente, *Richard Luers*

## TELENOVELAS

**L** as telenovelas crean  
mundos dentro de la  
realidad. Atraen publicidad  
y comercialización. Es el único  
producto cultural -junto a la  
literatura- que América Latina  
exporta mundialmente. El género  
y su potencial son aún sujetos de  
exploración.

- 41 Creer, llorar y reír, *Nora Mazziotti*
- 46 Los gestos del hechizo, *Aluizio R. Trinta y Mónica Rector*
- 50 Ficción, placer y desarrollo, *Everett M. Rogers, Arvind Singhal y William J. Brown*

## ENTREVISTAS

- 57 Juan Acevedo: "Salvo la ilusión todo es poder", *Antonio Cisneros*
- 62 José Sacristán: Las puertas abiertas de América Latina, *Jesús Milla y Consuelo Benítez*





## ECOCRISIS Y PERIODISMO

**El periodismo ecológico y científico consolida su espacio ante el público y los medios. Pero en búsqueda de ampliar su alcance algunos medios recurren al gancho del entretenimiento en perjuicio de la sensibilización científica y tecnológica.**

- 64** Brasil: Ciencia para muchos, *Manuel Carlos Chaparro*
- 68** Vértigo compacto, *Antonio Pasquali*
- 72** Concisa brevedad, *Julio Abramczyk*
- 73** Europa: El dulce encanto de la ciencia, *Pierre Fayard*
- 78** Trivia y ecocrisis, *Fabiola de Oliveira*
- 79** Cousteau: Ciencia, moral y medios
- 81** Intolerancia, *Luis Anibal Gómez*

### FOTO DE PORTADA INTERIOR

Luis R. Morilla  
 Av. Juan B. Alberdi 126/128  
 (1424) Buenos Aires, Argentina  
 Telf. 923-5470 / 922-9272  
 Fax 3315106 / 343-3169

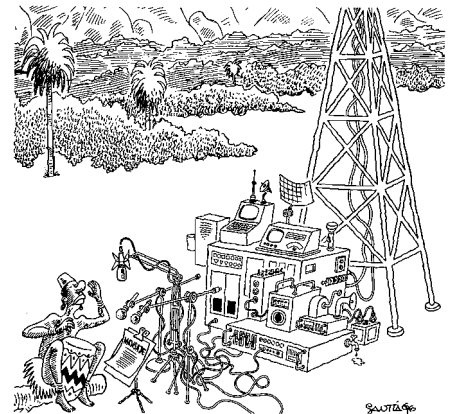
- 83** Comunicación y medio ambiente, *Maudie Kunst y Nieske Witlox*
- 87** La edad del asombro, *Manuel Calvo Hernando*
- 89** Las máscaras del SIDA, *Christine Horak y Haydée Sijo-Maldonado*
- 91** Breve ensayo sobre el ensayo, *Luis García Núñez*
- 92** Televisión y ecocrisis, *Ricardo Potts Cabrera*

## DEL MEGAFONO A LOS HIPERMEDIOS

**La comunicación alternativa y popular que ya vivió su auge esperanzador hoy intenta evitar la marginalidad y aprovechar los nuevos espacios que abre la metamorfosis tecnológica y los nuevos marcos ideológicos.**

- 95** Comunicación, democracia y desarrollo social
- 97** Medios alternativos en El Salvador, Bolivia, Chile, Costa Rica y Venezuela
- 104** Los errores cometidos, *José Martínez Terrero*
- 106** Declaración de Quito

- 107** Redes en la tercera dimensión, *Oswaldo León*
- 111** Relaciones públicas y cambio social, *Cicilia M. Krohling*



## INDUSTRIAS, EMPRESAS Y TELEMÁTICA

- 115** Redes empresariales, *Sibylla Brodzinski*
- 119** Banca electrónica en el Ecuador, *Christian Salazar V.*

## ACTIVIDADES DE CIESPAL

- 127** Daniel Prieto Castillo y la utopía pedagógica, *Kintto Lucas*

## UNICEF

- 130** La buena educación  
 Las mujeres que se atrevieron a cambiar, *Patricia Iriarte*

## 135 RESEÑAS

## NUESTRA PORTADA

**Cornucopia** es de la artista norteamericana Carole Lindberg, radicada en Ecuador desde 1978.

Casilla Postal 428-A  
 Quito - Ecuador

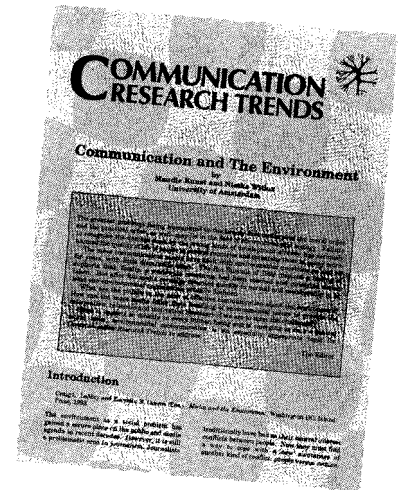
Foto de Kira Tolkmitt



MAUDIE KUNST  
NIESKE WITLOX

# COMUNICACION Y MEDIO AMBIENTE

*Maudie Kunst y Nieske Witlox de la Universidad de Amsterdam prepararon la edición especial de **Communication Research Trends** dedicada a la comunicación social y la protección del medio ambiente. Esta nota es un resumen y reseña de ese trabajo. La versión completa del estudio incluye una detallada bibliografía, un directorio de investigaciones en curso y una actualizada sección de reseñas.*



1

## Los medios y la protección ambiental

Craig L. LaMay y Everett E. Dennis  
(Editores). *Media and the Environment*  
Washington DC: Island Press 1992

La crisis ambiental como problema social sigue siendo una cuestión compleja para el periodismo y los medios de comunicación. Los periodistas tradicionalmente se ocuparon de conflictos entre gente. Ahora deben ocuparse de los conflictos entre la gente y la naturaleza. En el libro de LaMay y Dennis varios autores analizan las dificultades que enfrenta el comunicador.

En la cobertura noticiosa de asuntos ambientales, se requiere conocimiento de los medios, la sociedad y las ciencias. Casi siempre los periodistas carecen de esa experiencia. Algunos defectos son recurrentes. Desequilibrio entre la cobertura de cuestiones locales y globales. Desatención a los problemas de los pobres y marginados en el tratamiento de temas ambientales. Aceptación acrítica del mito del cre-

cimiento económico como medida de desarrollo. Los medios ignoran otros índices que reflejan la calidad de vida y recurren a estadísticas que no contemplan el deterioro ambiental. Históricamente la cobertura ambiental ha sido esporádica y activada generalmente por una crisis local. En los últimos tiempos, sin embargo, el alcance de la crisis ambiental y quizá la exploración espacial alertaron a la humanidad acerca de la fragilidad planetaria y la cobertura se ha hecho más constante.

Muchos problemas del periodismo ambiental están ligados al carácter científico y técnico de los asuntos ecológicos. No es suficiente destacar sólo los aspectos técnicos de los riesgos ambientales. Hay diversidad de acercamientos, estilos y lenguajes que aumentan el impacto de los mensajes y los medios en la conciencia ciudadana. Las características culturales del público y el estilo retórico de los autores pueden ser decisivos.

Estos son algunos de los temas que tratan los ensayos editados por LaMay y Dennis en *Media and Development* y que nosotros explo-

ramos en esta edición de *Communication Research Trends*.

2

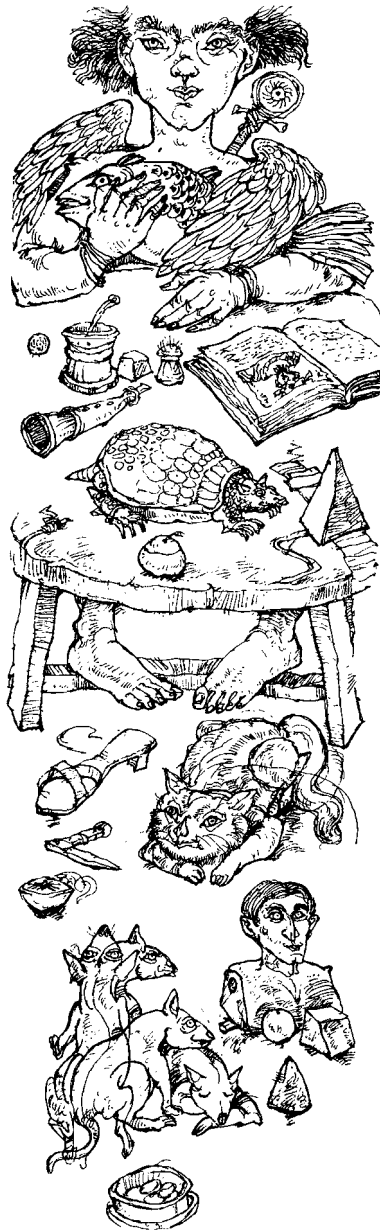
## Los medios y la ecocrisis como problema social

Anders Hansen. "The Media and the Social Construction of the Environment". *Media, Culture and Society*, Vol. 13, No.4 (1991)

A. Clay Schoenfeld, Robert F. Meier and Robert J. Griffin. "Constructing a Social Problem: The Press and the Environment". *Social Problems*, Vol. 27, No 1 (1979)

Durante las últimas décadas, el interés público sobre los temas ambientales evolucionó con un ritmo propio. Surgió en los años 60, en los 70 se alcanzó un alto grado de conciencia ambiental, en los 80 se detectó cierta apatía, actualmente parece renacer el interés en la protección ecológica. La cobertura de prensa siguió más o menos esta misma evolución. Múltiples proble-

MAUDIE KUNST, NIESKE WITLOX, son investigadores del Centre for the Study of Communication and Culture. 221 Goldhurst Terrace. London NW6 3EP, England. Fax 4471 372 1193. E-mail: mway@uk.ac.ulc.clus1



Dioscorides Pérez, Gaceta

mas aquejan constantemente a la humanidad. Pero sólo algunos pasan a ser reconocidos como problemas sociales que requieren la atención pública. ¿Qué factores inciden sobre esta evolución? En el caso de la ecocrisis hay muchas explicaciones. Lo cierto parece ser que los medios no estuvieron en la vanguardia con los pioneros del ambientalismo.

Schoenfeld y sus colegas se preguntan por qué la prensa en los Estados Unidos tardó tanto en aceptar los términos del debate ambiental. Los autores identifican cinco requisitos para que los medios participen en la construcción de un problema social: 1) la información primaria debe adaptarse a los esquemas de valor noticioso predominantes en las salas de redacción; 2) el problema debe encajar dentro del marco de alguna sección periodística. La crónica ambiental es demasiado amplia. El medio ambiente no tenía un sitio claro en la estructura temática editorial; 3) se necesita consonancia de intereses y un lenguaje compartido. Los pioneros del ambientalismo y los reporteros no lo tenían. Sus estilos y perspectivas eran demasiado dispares. La comunicación fue difícil; 4) se requiere periodistas comprometidos en las salas de redacción. Hasta mediados de los años 70 esto no sucedió; 5) el tema no debe ser amenazante para los intereses del medio. Los editores percibían que el tema ambiental podía afectar la pauta publicitaria.

La mayoría de estos problemas ya han sido superados en los países industriales. Pero siguen obstaculizando la maduración de la cobertura ambiental en América Latina.

Suele decirse que los asuntos ambientales no generan interés noticioso porque operan en una escala temporal demasiado lenta para los medios. Anders Hansen intenta desmentir esta explicación señalando el interés generado por la cobertura del efecto invernadero y el deterioro de la capa de ozono. Su propuesta es que hay que mirar más allá de la conducta de los medios y detectar la

importancia de las resonancias culturales que tienen los modos de presentación de un problema social. Hansen señala la dificultad e importancia de legitimar un tema con la adhesión comprometida de figuras de autoridad en la sociedad.

### 3

#### Producción de la noticia ambiental

Dorothy Nelkin. *Selling Science: How the Press Covers Science and Technology*. New York: W.H. Freeman and Company, 1987.

Sharon M. Friedman. "Environmental Reporting: Problem Child of the Media". *Environment*, Vol. 25, No 19 (1983).

Las crónicas ambientales tienen hoy mucho más acceso a los medios que antes. Pero tiene persistentes problemas de calidad. Para Friedman parte del problema es la complejidad científica de los temas. La ciencia y los investigadores son parte clave del reportaje. El periodista tiene que traducir para el público el discurso complejo del científico. Nelkin estudió las tensiones entre las dos culturas.

Los periodistas carecen de formación científica. Cometen errores en la traducción de expresiones técnicas al lenguaje cotidiano. Desconocen los procedimientos y metodologías de la ciencia. Tienen dificultades interpretando los resultados de una investigación y no distinguen cuáles tienen importancia y cuáles no. La ambigüedad y la falta de consenso son características de las investigaciones en curso y complican la labor periodística. Friedman destaca la incertidumbre inherente al proceso científico y su impacto sobre el periodista.

Las prácticas tradicionales del periodismo también complican la relación. Nelkin señala que el concepto periodístico de objetividad deriva en equilibrar el análisis con puntos de vista contradictorios. Para el científico el criterio de objetividad es la verificación empírica y no el equilibrio.

Todos los autores coinciden en que la falta de tiempo afecta la cali-

dad periodística. El ritmo diario de la prensa no permite investigar a fondo temas tan complejos como los ambientales.

Nelkin señala que ciertos prejuicios editoriales influyen sobre los reporteros y distorsionan la cobertura. Los editores presumen que el público se interesa en los temas ambientales por el impacto en sus vidas personales. Esto favorece el enfoque dramático y conflictivo, y una brevedad cablegráfica para mantener la atención del lector.

Friedman considera que las preocupaciones políticas y económicas limitan la cobertura ambiental. Los editores evitan reportajes agresivos por temor a perder publicidad. Esto resulta en lo que llaman "Afganistanismo", la tendencia a reportar sobre sitios y asuntos distantes ignorando los problemas ambientales locales.

En el caso de la televisión, el impacto de los ratings sobre la recaudación publicitaria es muy directo. El resultado es una cobertura ambientalista y científica acrítica y que prioriza el entretenimiento.

4

Las fuentes

Philip Lowe and David Morrison. "Bad News or Good News: Environmental Politics and the Mass Media", in *The Sociological Review*, Vol. 32, No. 1 (1984).

Kandice L. Salomone, Michael R. Greenberg, Peter M. Sandman and David B. Sachsman. "A Question of Quality: How Journalists and News Sources Evaluate Coverage of Environmental Risk". *Journal of Communication*, Vol. 40, No. 4 (1990).

En el periodismo ambiental los reporteros dependen más de las fuentes externas que de su propia investigación. En el estudio de Greenberg (1989) las principales fuentes eran ciudadanos comunes, testigos, funcionarios de gobierno y ejecutivos de corporaciones. Las menos citadas eran las opiniones de expertos y ambientalistas comprometidos. Otros estudios concuerdan con esta tendencia.

En este sentido la crónica ambiental no se diferencia de las

demás. Todas se apoyan en las opiniones de instituciones e individuos con autoridad legitimada. La visión alternativa de la ecocrisis que podrían aportar los ecologistas es excluida del mensaje. Lowe y Morrison afirman que los medios han sido receptivos a las interpretaciones comprometidas siempre y cuando la cuestión y los activistas no tuvieran una identificación partidaria y su orientación no fuera demasiado radical. Pero la politización del tema ambiental ya es una realidad. Esto acentúa la tendencia al uso de fuentes oficiales tradicionales en lugar de las opiniones comprometidas. El movimiento ecológico tuvo que recurrir a las técnicas profesionales de relaciones públicas para garantizar su presencia mediática.

Los científicos, como fuentes para el periodismo ambiental, no han logrado influir sobre la agenda temática de los medios. Sus relaciones con los medios son ambiguas. Buscan la atención públi-

ca para sostener el financiamiento de sus proyectos. Pero temen que la publicidad dañe su reputación profesional. Usan las relaciones públicas para promover su trabajo y tratan, como todo el mundo, de controlar el flujo de información y restringirla a la comunidad científica y sus medios más reconocidos. El resultado es que los científicos no son fuentes centrales en el reportaje sobre el medio ambiente.

Sensacionalismo ambiental

Una de las tantas quejas expresadas contra el periodismo ambiental es su presunta sensacionalización de los riesgos ambientales. Salomone y sus colegas hicieron evaluar 200 reportajes por periodistas, ecologistas, industriales, funcionarios de gobierno, activistas y científicos. Los periodistas opinaron que la calidad de las notas mejoraba con la abundancia de información de riesgo y preferían las notas alarmistas a las tranquilizantes. Industriales



Dioscorides Pérez, Gaceta

y funcionarios prefirieron la precisión informativa y un tono sereno que evite el pánico. Los ecologistas y los científicos valoraron los datos precisos combinados con una sobria descripción de riesgos.

5

**La comunicación del riesgo ambiental**

**Sheldon Krinsky y Alonzo Plough.**  
*Environmental Hazards: Communicating Risk as a Social Process.* Dover, MA: Auburn House, 1988.

**Lee Wilkins y Philip Patterson (Eds.).**  
*Risky Business: Communicating Issues of Science, Risk and Public Policy.* Westport, Ct: Greenwood Press, 1991.

La comunicación del riesgo surge como tema de investigación a mediados de los 80. Ante la posibilidad de catástrofes ambientales como las de Bhopal, Chernobyl y Three Mile Island la ciudadanía quiere conocer los riesgos. Wilkins y Patterson critican la concepción de comunicación de riesgos como flujo unidireccional de información desde los que saben hacia los que ignoran. No se trata sólo de traducir el lenguaje técnico al cotidiano.

Una crónica de riesgos debe tomar en cuenta tanto la racionalidad técnica como la sensibilizada percepción del público afectado. Los peligros tienen su contexto cultural. Activan reacciones emocionales. La racionalidad ciudadana es tan importante como la racionalidad de los expertos. Los reportajes de riesgos requieren criterios periodísticos distintos de los de rutina. La divulgación inoportuna puede desencadenar reacciones sociales indeseadas y contraproducentes. Wilkins y Patterson tratan los dilemas que enfrentan periodistas y funcionarios. ¿Qué decir y qué ocultar? ¿Cómo captar la atención pública? ¿A qué prestar atención? Las respuestas dependen del clima cultural y político en el que se tomen las decisiones.

Krinsky y Plough (1988) definen la comunicación de riesgo como la combinación de información técnica

y científica, con los elementos de significado simbólico y afectivo. Los autores estudian el tema sobre la base del análisis de cinco situaciones concretas.

Concluyen que: 1) distintos comunicadores de riesgo definen la situación simultáneamente, de modos distintos, a través de canales diversos; 2) no se puede prever cuál de esos comunicadores tendrá mayor credibilidad ante el público; 3) el contexto social y el estado de ánimo de la comunidad tienen una profunda influencia sobre la reacción del público; 4) los medios dramatizan y simplifican la situación resaltando conflictos e inseguridades. Ante situaciones de riesgo funcionan simultáneamente dos racionalidades distintas: la técnica y la cultural. Para lograr la comunicación exitosa es necesario combinarlas.

6

**Conscientización Pública**

**Riley E. Dunlap y Rik Scarce.** "Poll Trends: Environmental Problems and Protection". *Public Opinion Quarterly*, Vol. 55, No. 4 (1991).

**John Abraham, Ian Bride y Colin Lacey.** "Can the Media Educate About the Environment?". *Media Development*, Vol. 37, No. 2 (1990).

**Ronald E. Ostman y Jill L. Parker.** "Impact of Education, Age, Newspapers and Television on Environmental Knowledge, Concerns and Behaviors". *The Journal of Environmental Education*, Vol. 19, No. 1 (1987)

Para Dunlap y Scarce la permanencia del tema ambiental, como una de las principales preocupaciones sociales, es un milagro. Pero las encuestas no son claras respecto a la intensidad de esas preocupaciones y su relación con los cambios en la conducta individual y colectiva. Un estudio de Dunlap descubrió que la conducta (no las actitudes expresadas) no ha variado sustancialmente con el transcurso de los años. Muchos encuestados indicaron sentirse desvinculados de la crisis ambiental por la amplitud de los problemas. La preocupación persiste pero no se traduce en acción política. ●



Dioscorides Pérez, Gaceta