

**TELENOVELAS PRO-DESARROLLO****8**

La gente ama a las telenovelas. Es uno de los formatos de mayor éxito utilizado por algunos precursores para difundir mensajes pro-desarrollo. Televisa, Univisión, Galavisión son parte del mismo imperio que ya cubre América Latina, Estados Unidos y Europa. Hay que conocerlo.

Everett Rogers, Arvind Singhal, Rosa Costa Crispim, Arnaldo Beltrami, Miguel Sabido, Rubén Jara, Gilda Rota y Claudia Benassini.

INVESTIGACION Y POLITICAS DE COMUNICACION**42**

La investigación administrativa y la crítica, objetivos, metodología, resultados y las nuevas líneas planteadas por los investigadores del Norte, el Tercer Mundo, los países capitalistas y socialistas deben ser analizadas, utilizadas o rechazadas.

Valery Pisarek, Rafael Roncagliolo, Marlene Cuthbert, Marta Rodríguez y Jorge Borden.



ENTREVISTA A: JUAN DIAZ BORDENAVE <i>Juan Braun</i>	38
INVESTIGACION DE MEDIOS <i>Anita López Arjona</i>	62
NOTICIAS	2
NUEVAS TECNOLOGIAS	4
ACTIVIDADES DE CIESPAL	6
LIBROS	67

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

Carta del editor

Las telenovelas son el género de mayor audiencia en todo el mundo. Millones de telespectadores lloran y lloran todos los días en sus hogares sentados frente al televisor. Para captar esta audiencia con mensajes pro-desarrollo, estrategias que combinan la educación y el entretenimiento están siendo diseñadas y probadas por los creativos de las mayores cadenas de televisión como Televisa y su hermana Univisión, Globo de Brasil y Doordarshan de la India. Y sus productos han sido una treintena de telenovelas de contenido social, entre ellas Acompañame, Vamos Juntos, Roque Santeiro y Nosotros, la Gente.

Pero, atención. Estas estrategias están basadas en teorías de Bandura, Skinner y las escuelas funcionalista y conduc-

tista norteamericana. Y tienen mucho éxito. Conclusión: Existen. Se las toma o se las deja.

El Dr. Asdrúbal de la Torre es el nuevo Director General de CIESPAL. Anteriormente desempeñó las funciones de Director Administrativo de la institución.

El Dr. Luis E. Proaño se ha alejado de CIESPAL después de 10 años de fructífera labor como Director General. Ocupa actualmente el puesto de Secretario Nacional de Comunicación Social del Ecuador.

¡Felicitaciones!

Juan Braun

DIRECTOR: Asdrúbal de la Torre. **EDITOR:** Juan Braun. **ASISTENTE DE EDICION:** Wilman Sánchez. **COMPOSICION:** Martha Rodríguez. **DISEÑO:** Fernando Rivadeneira. **PORTADA:** Jaime Pozo. **IMPRESO:** Editorial QUIPUS.COMITE EDITORIAL EJECUTIVO: Jorge Mantilla Jarrín, Peter Schenkel, Edgar Jaramillo, Fausto Jaramillo, Gloria Dávila, Andrés León. **CONSEJO ASESOR INTERNACIONAL:** Luis Beltrán (Bolivia); Gian Calvi (Brasil); Reinhard Keune

(Alemania Federal); Humberto López López (Colombia); Francisco Prieto (México); Máximo Simpson (Argentina); Diego Echeverría (Chile). Servicios Especiales de IPS. Chasqui es una publicación de CIESPAL que se edita con la colaboración de la Fundación Friedrich Ebert de Alemania Federal. Apartado 584, Quito-Ecuador. Teléfono: 544-624. Telex: 22474 CIESPL ED. FAX (593-2) 524-177.

Roque Santeiro

En 1975 la Censura Federal prohibió a la Red Globo de Televisión exhibir la telenovela Roque Santeiro. Los capítulos iniciales ya estaban grabados y los guiones habían sido aprobados por los censores. La emisora perdió su cuantiosa inversión.

Con la retirada de los militares a los cuarteles en 1985 y el retorno democrático en Brasil, la Red Globo decide llevar al aire una nueva versión de Roque Santeiro. Díaz Gómez, su autor, rehace la historia y en vez de ser un héroe militar, el que regresa al pueblo es un héroe religioso. La telenovela fue vista por 60 millones de brasileños.

El pilar estructural de la telenovela Roque Santeiro, es Asa Branca, un pueblo extremadamente simple, pobre, despojado y crédulo. Ahora bien: ¿Por qué es un pueblo crédulo? Lo es en razón de su carácter migratorio en busca de supervivencia. Esas personas necesitan de un opio, de un algo en quien creer y a quien responsabilizar de todas sus desgracias. Allí surge la religiosidad popular manifestada por medio de sectas, a veces derivadas del catolicismo. El solo hecho de que un hombre, supuestamente, haya dado su vida por proteger a un templo de un asalto, fue suficiente para que el sentimentalismo religioso lo convirtiera en santo. Lo que el autor pretende demostrar es que cualquier manifestación, interpretada o manipulada como acto de bondad, honestidad y preocupación por el bien común, puede hacer de un ladrón un santo; un santo salido del pueblo, que lo ha convertido en su intermediario ante Dios.

Esta creación de mitos favorece la explotación de las manifestaciones religiosas y la comercialización de objetos, a la vez que se incentiva la ingenuidad popular. La venta de santitos, imágenes, medallas, velas, reliquias y toda una amplia gama de elementos fomentan una actividad altamente rentable y lucrativa para unas pocas personas que explotan, además, la mano de obra barata. El mayor comerciante de la ciudad, el Señor de las Medallas, posee un lujoso carro del año, una gran mansión y no tiene problemas con el precio de la gasolina. De ese negocio vive también el guía de romerías y devotos de las poblaciones vecinas, que obtiene comisiones del Señor de las Medallas. En un inicio del proceso de industrialización de Asa Branca, la ciudad de Roque Santeiro, uno de los protagonistas está dispuesto a invertir en una fábrica de velas votivas que, por un lado, incrementa sus ingresos y, por otro, sirva para incentivar la creencia en un santo que nunca lo ha sido. La instalación de esta industria está apoyada en la producción, venta y consumo de artículos destinados a la adoración del mito.

Con la reaparición del hombre, de Roque Santeiro —que en verdad no había muerto, sino que había huido luego de

saquear la iglesia— y que retorna arrepentido, pidiendo perdón al Padre Hipólito y dispuesto a reparar su culpa, asoma parcialmente la verdad, ya que su presencia es conocida por pocos personajes y por él mismo que no sabía que lo habían convertido en santo. En este momento se llegan a definir los campos de acción de los habitantes de la ciudad: El pueblo, la masa alienada, dominada, ignorante de lo que en realidad está pasando a sus espaldas, sirviendo de instrumento para los proyectos de aquellos que están en un nivel superior de disfrute del poder y no de un poder legítimo sustentado en las aspiraciones y necesidades del pueblo, sino un poder comprado con el dinero. El Señorito Malta (hacendado) manda y desmanda en la ciudad, controla a sus autoridades y parcialmente a la iglesia. Somete a todos a su voluntad como dueño de vidas y muertes.

Un aspecto que merece la pena resaltarse es la presencia de los dos sacerdotes en parroquias distintas de la misma ciudad, ambos trabajando por la "Fe de Cristo", pero ambos haciéndolo desde ópticas diferentes. El Padre Hipólito, más viejo, está preocupado por los "problemas de la cúpula" que le impiden revelar la preciada verdad ya que la ciudad y los negocios estarían condenados a muerte. Se encuentra impotente frente a las posibles consecuencias negativas de revelar la verdad y ante el serio conflicto entre el compromiso de la sinceridad de sacerdote y lo que podría ser mejor para sus parroquianos. El Padre Albano defiende, en cambio, la presencia de Roque Santeiro vivo, ya que él no está enredado en el lado del poder. Su principal preocupación se orienta a mejorar las condiciones de vida, a conseguir trabajo y vivienda para los menos favorecidos. Puede decirse que su causa está más de acuerdo con la Teología de la Liberación, con la opción por los pobres, pero sin descuidar la salud espiritual del pueblo.

Queda demostrado que no se puede mantener a todo un pueblo impermeabilizado ante las transformaciones del mundo y que la vida de los individuos no puede estar controlada por quienes no se preocupan del bien común y pretenden mantener al pueblo alienado frente a todo. En medio de la trama de la novela se resaltan valores como familia, honestidad, honra, trabajo, ya que la amistad sincera, el matrimonio y el respeto por los demás, son valores que tienen que resaltarse para preservar la familia y la sociedad. El hombre no puede vivir en el engaño y el caos, si eso sucede, estará amenazada su propia existencia.

Rosa Costa Crispim y Arnaldo Beltrami, brasileños. Miembros de la Conferencia Episcopal del Brasil. Sector de Comunicación Social.

Tomado de INTERCOM No. 54, Revista Brasileira de Comunicação.