

Revista Latinoamericana de Comunicación

# Chasqui

No. 52 Noviembre 1995



● Periodismo y literatura

● El siglo de la radio

● Comunicación y desastres naturales



# Chasqui

Revista Latinoamericana  
de Comunicación

No. 52 - NOVIEMBRE 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.

Roberto Passalague,

Ministro de Educación,

Byron Morejón,

Min. Relaciones Exteriores.

Luis Castro, UNP.

Mario Chávez, UNESCO.

Louis Hanna Musse, AER.

León Roldós, Universidad Estatal de  
Guayaquil.

Edgar Jaramillo S.

FENAPE.

## Asistente de Edición

Martha Rodríguez

## Portada

Gustavo Cáceres

## Impreso

Editorial QUIPUS - CIESPAL

Chasqui es una publicación de CIESPAL.

Apartado 17-01-584. Quito, Ecuador

Tel. 506 149 544-624. Telex: 22474

CIESPAL ED.

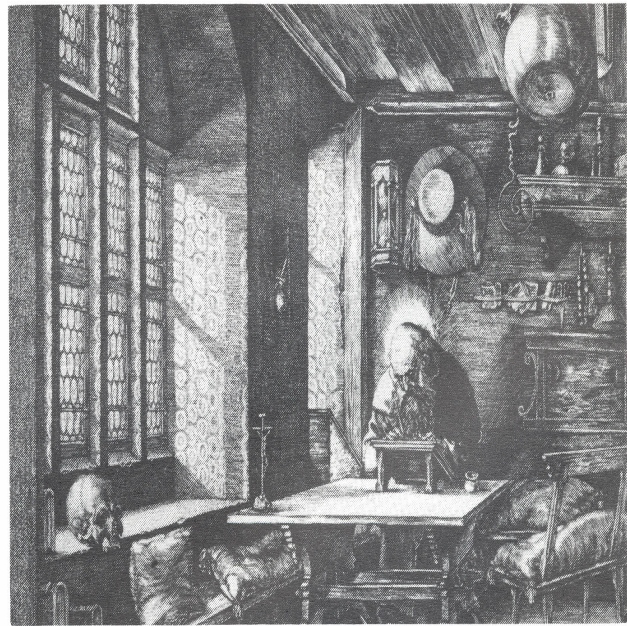
Fax (593-2) 502-487

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

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

## PERIODISMO Y LITERATURA

**S**on aguas de un mismo caudal o trabajos excluyentes? La polémica es antigua: desde las crónicas de indias, maravillosa simbiosis de estos dos ejercicios escriturales, hasta algunos escritores contemporáneos que rechazan el trabajo periodístico.



## EL SIGLO DE LA RADIO

**D**esde la primera transmisión inalámbrica, 1895, hasta nuestros días, la radio ha sido el medio por excelencia. Ofrecemos una panorámica de lo que fue, es y debe ser "la mayor pantalla del mundo".

- 4 De hoy a la eternidad  
Jorge Enrique Adoum
- 8 Aguas de un mismo caudal  
Carlos Morales
- 12 ¿Trabajos excluyentes?  
Pedro Jorge Vera
- 14 Las crónicas de indias:  
¿periodismo o literatura?  
Olga Fernández
- 17 Una agencia de prensa  
llamada José Martí  
Julio García Luis
- 20 Rodolfo Walsh: el peso del  
cuerpo en la palabra  
Alejandro Luna
- 23 Nicolás Guillén: el olor a tinta  
Joaquín G. Santana
- 26 Carpentier: cronista de su  
tiempo  
Alejandro Querejeta
- 30 Osvaldo Soriano: "ante todo  
soy un escritor"  
Juan Carlos Calderón
- 32 La radio: aquellos primeros  
años  
Luis Dávila Loor
- 36 El instrumento de la intimidad  
Santiago Rivadeneira A.
- 40 En defensa de la radionovelas  
Lola García V.
- 44 Ritualismo jurídico o derecho  
a las comunicaciones  
Arturo Bregaglio
- 47 Radio, jóvenes y el tercer  
milenio  
Sandro Macassi
- 51 ¿Qué hace comunitaria a una  
radio comunitaria?  
José Ignacio López Vigil
- 55 Una entrada popular al  
Internet  
Bruce Girard

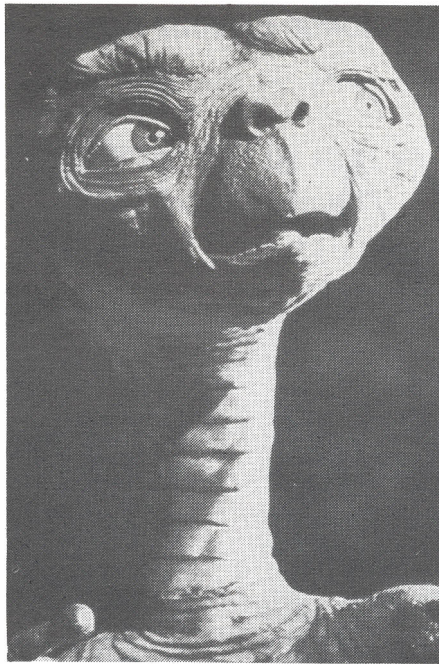
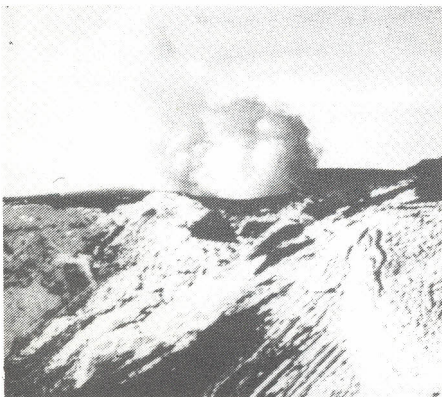




## COMUNICACION Y DESASTRES

**P**uesto que es imposible predecir con precisión los desastres naturales, la educación y la prevención son ineludibles. En este sentido, los medios deben cumplir un papel importante en los desastres cíclicos y en aquellos que se derivan de los conflictos ambientales.

- 58 Terremoto en México (1985): enfrentar la emergencia  
*Javier Esteinou M.*
- 62 Nevado del Ruiz: lecciones para la comunicación  
*Patricia Anzola W.*
- 66 En medio del aislamiento  
*Susana Klinkicht*
- 70 Cinco frases que hacen crecer la nariz de Pinocho  
*Eduardo Galeano*
- 75 Del conflicto rojo al conflicto verde  
*Hernán Dinamarca*
- 79 Periodismo ecológico: propuestas  
*Fernando Checa M.*



## PARA EL DEBATE

- 83 Comunicación y extraterrestres  
*Peter Schenkel*
- 87 Beijing: comunicación, tema estratégico  
*Sally Burch*

- 91 IDIOMA Y PERIODISMO  
Lenguaje y discriminación de la mujer  
*Susana Cordero*
- 95 ACTIVIDADES DE CIESPAL
- 97 AVISOS
- 98 RESEÑAS



## NUESTRA PORTADA

Taky Onkoy. Oleo sobre tela, 60 x 40, de GUSTAVO CACERES.

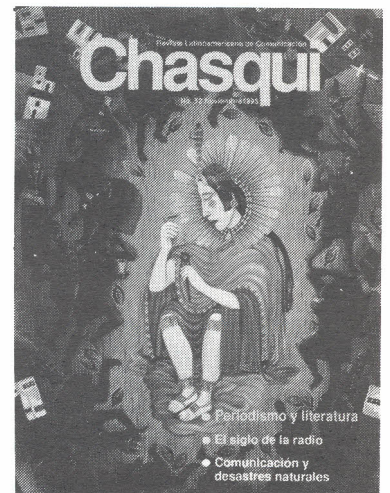
Serie "Iconos de los Andes"

El autor es ecuatoriano y su obra ha sido expuesta a nivel nacional e internacional.

Telf. (593-2) 532 326

DISEÑO PORTADA Y CONTRAPORTADA

ARTURO CASTAÑEDA V.





## Terremoto en México (1985): Enfrentar la emergencia

**E**n los últimos 30 años, los medios electrónicos de información en México han operado en función de cuatro principios de reproducción del orden establecido: la lógica de acumulación de capital, la lógica de la legitimación del sistema, la lógica de la evasión de la realidad y la lógica de la atomización de la conciencia. Dentro de este modelo, se ha marginado el empleo de los canales de información para el impulso de proyectos de desarrollo social.

Sin embargo, el 19 de septiembre de 1985, el terremoto hizo que los medios cambiaran drásticamente su transmisión cultural. Los medios que sobrevivieron reaccionaron y alteraron por algunos días sus tendencias y lógicas de producción de la tradicional cultura de masas. Frente al desastre no hubo tiempo para esperar la ayuda internacional, ni para diseñar un proyecto meditado de difusión de información, por lo que aceptando las circunstancias radicales de la situación de emergencia improvisaron un desordenado y contradictorio, pero a la vez, útil programa de conducción social. Así, se olvidó por unas semanas la división y competencia entre instituciones públicas y privadas y, tanto medios oficiales como comerciales, trabajaron durante varios días con todo su poder tecnológico de movilización, convocatoria y persuasión de la población en una sola línea de apoyo social: el rescate de las víctimas, la asistencia a los dañados y la reorganización de la ciudad.

### Organizadores culturales

Aprovechando su capacidad de relación ampliada con los receptores y ocu-

**DR. JAVIER ESTEINOU MADRID**, mexicano. Profesor Investigador del Departamento de Educación y Comunicación de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México, D.F.

*El autor analiza el papel que tuvieron los medios de comunicación en el tratamiento del Terremoto de México en 1985, para aprovechar las experiencias logradas y rescatar las enseñanzas que nos permitan avanzar en este difícil terreno de las emergencias nacionales. Plantea la urgencia de elaborar una "Cultura básica de enfrentamiento de las emergencias nacionales", cultura preventiva que nos permita encarar de mejor forma los desastres, tan frecuentes en nuestra región.*



Abelís Pérez-Luna



pando los espacios tradicionales que momentos antes le correspondían al teléfono, al telégrafo y al télex, que quedaron destruidos e inutilizados en un alto porcentaje; los medios de comunicación sobrevivientes se convirtieron en el principal sistema nervioso de la ciudad y actuaron como grandes organizadores culturales que enlazaron las urgentes demandas de auxilio con los apoyos de la colaboración espontánea que ofrecieron la multitud de ciudadanos afectados indirectamente.

Los medios recobraron el único sentido que los puede justificar en el país: su carácter altamente social. Desde la radio y la televisión se produjo un intuitivo y espontáneo proyecto de educación de masas que se expresó a través de un permanente flujo de dirección auditiva y visual que gobernó a la capital en estado de emergencia.

Así, a través de los medios se sensibilizó a la ciudadanía de la gravísima realidad que se vivía y se informó de los apoyos de urgencia que exigía la sobrevivencia social. Durante más de una semana se produjo un ambiente cultural que osciló desde la aportación de medicinas para hospitales, Cruz Roja, centros de emergencia y puestos de socorro; hasta la donación de cascos, tiendas de campaña, serrucho de concreto para las cuadrillas de rescate que tenían que remover los escombros. El informe de la localización de los refugios, centros de auxilio, heridos trasladados de un hospital a otro, personas extraviadas, instrucciones generales frente al desastre, realización de llamadas angustiosas a las cuadrillas de rescate, solicitudes por parte de las autoridades, anuncios de cambio de rutas de tránsito, etc.

Ante esta distribución de información de emergencia se removieron los escombros de frialdad ciudadana, acumulados durante muchos años sobre nuestras conciencias. La ruptura emocional que provocó el movimiento telúrico y que varió desde el miedo, la histeria, la angustia, la depresión, el llanto, la tristeza, el dolor, se convirtieron en un enorme movimiento de solidaridad y de heroísmo de todos los estratos sociales de la población.

### **Ocupar espacios perdidos**

A los quince días de ocurrido el drama, los medios de información volvieron

a ser atrapados lenta y sutilmente por las lógicas del desarrollo desigual. Tendencias que más que continuar centran la atención en la cruda situación nacional y en los difíciles caminos de la reconstrucción que había que apuntalar, la desviaron nuevamente hacia los deportes, las series de entretenimientos, las telecomedias, la publicidad, los éxitos musicales, la programación extranjera, etc.; y las realidades fundamentales de la problemática nacional, exclusivamente fueron recobradas por los noticieros y uno que otro programa o mensaje especial.

Después de la respuesta inmediatista de los medios ante el desastre, las viejas inercias del poder volvieron a ocupar, dentro de estos, sus espacios perdidos durante algunos días. De esta forma, los aparatos electrónicos volvieron a separar el corazón y la inteligencia del país, que días antes se unió en una sola expresión: la ayuda al vecino.

Esta situación fue reforzada por la proximidad de la Navidad. En 45 días de trabajo publicitario se desviaron los efectos, la energía colectiva y el presupuesto familiar hacia el consumismo. Ciclo mental que posteriormente fue reforzado por las vacaciones de fin de año en las cuales el conjunto social buscó vivir las catarsis que provoca el descanso y el olvido del peso de la crisis social acumulado durante todo el año. Realidad que fue rematada por la desorganización ideológica, especialmente de la juventud, que provocó la celebración del campeonato Mundial de Fútbol en nuestro país, en los primeros meses de 1986.

### **Proyecto colectivo**

El terremoto nos enseñó que los medios masivos son capaces de realizar exitosamente un proyecto colectivo de apoyo al crecimiento social. Cuando todos los canales de difusión trabajan en una sola línea son capaces de producir un proceso de desarrollo social de infinitas dimensiones. Aprendimos que la conservación de un programa de promoción social, a través de las industrias culturales en situaciones de emergencia nacional o local, no se mantiene por la sola presencia de la catástrofe, por más grave que esta sea; sino que requiere la presencia y acción constante de nuevas fuerzas y actores sociales que orienten el uso de estas instituciones mentales

### **Ciudad de México, 19 de septiembre de 1985. Terremoto de 8.1 grados en la escala Richter**

*Dejó más de diez mil muertos, 5.500 desaparecidos, 7.000 heridos, 6.000 edificios dañados, 137 escuelas afectadas, 97 cines y teatros resentidos, 11 hospitales cancelados, 35 personas sin vivienda, 100.000 trabajadores sin empleo, 6 millones de habitantes sin agua potable, 4 millones sin energía eléctrica, suspensión del 60% de las comunicaciones locales y del 100% de las nacionales e internacionales. Una destrucción por más de 5.000 millones de dólares.*



hacia la resolución de las principales necesidades comunitarias.

Por todo ello, uno de los desafíos centrales de la reconstrucción de nuestros países, en etapas de urgencia, se enfrenta en el terreno cultural: es aquí desde donde se moviliza solidariamente o se inmoviliza individualmente al conjunto social, frente al proyecto de reedificación de nuestras comunidades. De no trabajar arduamente en esta esfera, los monótonos ritmos de vida cotidiana y las tendencias enajenantes de la vida urbana, insensibilizan nuestra participación y convierten el anhelo de recons-

trucción de nuestra urbe y de nuestras naciones en tortuosos procesos burocráticos, como ha sucedido en México con el sismo de 1957, el temblor de 1973 en Cd. Serdán (Puebla), las recientes inundaciones y desastres naturales en el Bajío y la explosión del gasoducto en Guadalajara, Jalisco, en 1990.

Por ello, consideramos como prioridad política que la sociedad civil oriente el funcionamiento de los medios hacia la atención de los conflictos centrales que obstaculizan nuestro proyecto de desarrollo nacional, particularmente en las fases de emergencia nacional.

### Cultura básica

Los siguientes 11 aspectos pueden contribuir a formar la "Cultura básica para el enfrentamiento de las emergencias nacionales":

1. Distinguir la existencia de dos tipos de catástrofes: los conflictos ocasionales, impredecibles, que aparecen repentinamente y se desvanecen en periodos cortos de vida; y los cíclicos que se caracterizan por presentarse de forma repetida en periodos de tiempo más o menos regulares.
2. Ante los desastres impredecibles los medios de comunicación tienen que informar lo más objetiva, oportuna, plural y participativamente sobre los acontecimientos espontáneos de la agresión de la naturaleza. Sobre estos eventos, el grado de control o planificación preventiva que se puede ejercer es reducido.
3. Frente a las catástrofes repetitivas, los medios tienen que enfocar a mediano y largo plazo el diseño de sus políticas de contenidos informativos, porque sobre estas realidades la acción comunicativa puede incidir con fuerza en la corrección de las consecuencias que se van a provocar. Por ejemplo, planificar los contenidos informativos ante la falta de agua que se repite todas las épocas de estiaje; ante los incendios forestales que se repiten cada temporada de sequía, etc.
4. Formar un nuevo currículo de información colectiva de emergencia que transmita una nueva racionalidad acorde con las realidades apremiantes que se enfrentan en las coyunturas de urgencia social, para educar

a la población frente a tales situaciones y provocar el cambio de conducta colectiva.

5. La construcción de la nueva propuesta de los medios no puede ser levantada desde las viejas lógicas que sostienen a los medios tradicionales sino desde las nuevas demandas de comunicación que está exponiendo la sociedad y que provienen de la solicitud de elevación de sus niveles materiales, culturales y espirituales de sobrevivencia en los momentos de urgencia social. Por consiguiente, hay que alejarse de las lógicas de mercado o de poder como directrices centrales.
6. Cada una de las realidades cíclicas debe ser analizada en su perspectiva histórica, su fase actual, sus causas, sus consecuencias, las soluciones respectivas y las propuestas de acción televisiva factibles de proponer para contribuir a resolverlas.  
Cada ciclo debe precisar como mínimo el año, día y mes en que sucede cada hecho, el evento y periodo en que se efectúa, las características del fenómeno, las causas que lo originan, los efectos que produce sobre la población, las soluciones pertinentes para atenuarlo, las propuestas culturales que deban desarrollarse a través de los medios de comunicación y los efectos de cambio ideológico y afectivo que produce sobre la población.
7. Las directrices de las políticas de contenidos audiovisuales deben provenir del examen sistemático que los científicos sociales (antropólogos, sociólogos, políticos, comunicólogos, etc.) realicen sobre las necesidades centrales de emergencia de los auditorios. Esto quiere decir que los contenidos de la programación de los medios debe surgir del análisis, reflexión y discusión de los requerimientos objetivos que encara la vida de los públicos y no de la telaraña de "presiones" o "relaciones públicas" que se despliegan alrededor de las autoridades de los medios.

En la conducción política de los medios de información, especialmente en los periodos de emergencia, hay

**L**os medios de comunicación sobrevivientes se convirtieron en el principal sistema nervioso de la ciudad y actuaron como grandes organizadores culturales que enlazaron las urgentes demandas de auxilio con los apoyos de la colaboración espontánea.





*Hacia una cultura de la prevención*

que elevar a rango de prioridad estratégica el trabajo de investigación social sobre las necesidades de crecimiento material, cultural y espiritual de los espectadores, para convertirlo en el criterio guía desde el cual se construyan las políticas comunicativas de las emisoras. Así, la ofensiva del proyecto de medios ante las urgencias sociales se logrará en la medida en que su dinámica cultural parta del descubrimiento y resolución de las grandes problemáticas de superación humana y social de la población, a través de la investigación y no de los compromisos del poder público o privado.

Un nuevo prototipo de comunicación en América Latina, ante las fases de emergencia, solo podrá surgir si se parte de una profunda relación orgánica de los medios con las prioridades de desarrollo de cada región.

Situación que será aportada por la investigación y una nueva voluntad política para crecer.

8. La información producida en las fases de urgencia social debe incitar a la movilización de los auditorios hacia las propuestas de soluciones prácticas que ofrecen las secretarías de gobierno sobre las áreas del desarrollo nacional.

De esta forma, la información diseminada por los medios debe despertar y movilizar a las células básicas de la sociedad para impulsar su desarrollo. Así, por ejemplo, los paquetes de comunicación distribuidos en los hogares deben revivir a los maestros como los coordinadores más cercanos a la juventud, a la familia como el centro protector de los desvalidos, a las agrupaciones campesinas como los sectores abastecedores de alimentos, etc.

9. Los medios no deben funcionar aislados del resto de los órganos de gobierno. De no trabajar de manera conjunta se continuará produciendo toneladas de información desvinculada de las capacidades de intervención de la sociedad, y por lo tanto, retardadora del desarrollo de los grupos humanos.

Es imprescindible producir conciencia colectiva sobre nuestros conflictos de desarrollo, acorde con los programas de trabajo de las instituciones de gobierno y de las demandas de apoyo que ofrece la sociedad civil. No se puede crear niveles de expectativas colectivas más allá de las posibilidades reales de respuesta del Estado y de la sociedad civil. El éxito del desarrollo de una comunidad no se da por la sola presencia de información o conciencia sobre las problemáticas en cuestión, sino por la existencia paralela de acciones materiales y políticas que sustenten y visualicen los conflictos detectados.

10. El proyecto de comunicación pública estará cimentado sobre las problemáticas cíclicas y no coyunturales, por lo que la difusión de los mensajes deberá adelantarse a la presencia de los hechos e intentar su corrección.

Los paquetes informativos se deben difundir con antelación a la repetición de los fenómenos para propiciar las conductas colectivas correctivas que fomenten el desarrollo de las comunidades. De no adelantarse a los eventos, el proyecto comunicativo no podrá modificar los hábitos de los ciudadanos, y por consiguiente, la inversión de todo este esfuerzo se reducirá sustancialmente.

11. La modificación de las actitudes concretas guarda una relación estrecha con el porcentaje de difusión de los mensajes específicos. Si solo se difunden mensajes esporádicamente, su impacto será muy reducido o nulo.

No se debe confundir la continua presentación de mensajes, con la saturación de los mismos en el auditorio, pues el efecto será totalmente contrario al esperado. ●