

Chasqui

Revista Latinoamericana
de Comunicación

No. 54 - JUNIO 1996

Director

Asdrúbal de la Torre

Editor

Fernando Checa Montúfar

Consejo Editorial

Jorge Mantilla Jarrín

Edgar Jaramillo Salas

Nelson Dávila Villagómez

**Consejo de Administración de
CIESPAL**

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

Roberto Passailaigue,

Ministro de Educación.

Diego Rivadeneira,

Min. Relaciones Exteriores.

Héctor Espín, UNP.

Jorge Estupiñán Tello, UNESCO.

Louis Hanna Musse, AER.

León Roldós, Universidad Estatal de
Guayaquil.

Edgar Jaramillo Salas,

FENAPE.

Asistente de Edición

Martha Rodríguez

Portada

Gonzalo Endara Crow

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

E-mail: chasqui@ciespal.org.ec.

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

Los artículos firmados no expresan
necesariamente la opinión de CIESPAL o
de la redacción de la revista. Se permite su
reproducción, siempre y cuando se cite la
fuente y se envíen dos ejemplares a

Chasqui

NOTA A LOS LECTORES

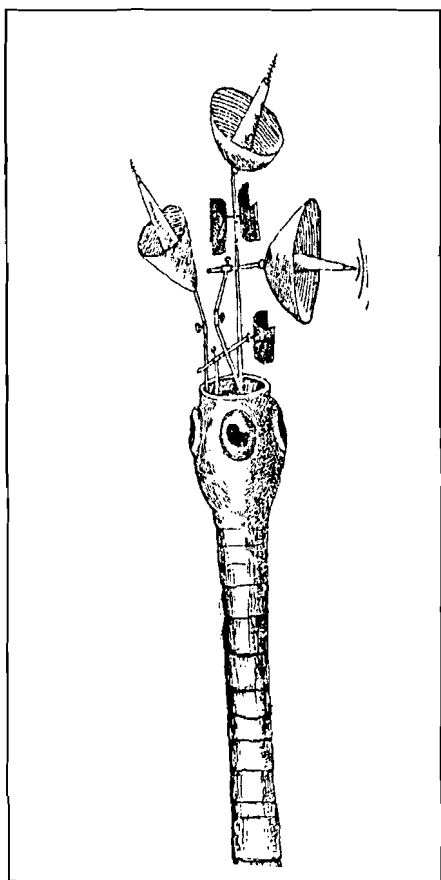
Complejo, polémico e insondable, **El laberinto de la ciberred** provoca adhesiones eufóricamente optimistas, sabotajes creativamente iconoclastas, expectativas anhelantes de democracia. Según Bill Gates, "los beneficios y problemas que surgirán serán mucho mayores que los que produjo la revolución de las PC", introducidas en los albores de los años 80. Ahora, el cibernauta ya puede acceder a una inimaginable oferta de información multimedia, hacer sus compras, apostar, blanquear narcodólares, acceder a mensajes de una enorme gama de emisores (desde el movimiento neonazi que incita a la violencia racista, hasta el de Chiapas que expone globalmente las razones de su lucha), degustar una pornografía que está siendo censurada... y, todo ello, desde su casa. Beneficios y problemas son los que caracterizan al caos existente en la telaraña cibernética, caos que aún garantiza libertades, pero presenta enormes limitaciones para quienes no tienen acceso adecuado a la tecnología; más aún en una América Latina (solo el 0.6% de los usuarios de Internet en el mundo) carente de políticas de comunicación que generen condiciones para un uso intensivo, extensivo y democrático de la ciberred.

La cultura visual que vivimos, cultura multimediática, satelital, informática, TVisionada... tiene como uno de sus soportes fundamentales a la "más antigua nueva tecnología": **La televisión por cable**. Para el año 2000, la TV pagada tendrá 20 millones de suscriptores en América Latina. No sorprende, entonces, que los Azcárraga, Murdock, Marinho, Abril, Vargas, etc., estén muy interesados en este lucrativo y creciente negocio, como lo han estado los monopolios y oligopolios nacionales, generalmente en franco contubernio con los gobiernos latinoamericanos. Así, está vigente para la región lo que Furio Colombo vaticinó, hace más de 20 años, para Italia: "El cable puede desafiar o no al monopolio, según las fuerzas que consigan intervenir para controlar o ampliar su uso. Aquello que conocemos como televisión cambiará en todo caso, pero no cambiarán... todos los demás aspectos del problema del control de las informaciones y de las comunicaciones". Al respecto, el reto para la comunicación democrática y sus diversos actores es enorme, demanda un conjunto de acciones sistemáticas, sostenidas, compartidas y plurales para, al margen de veleidades integristas o apocalípticas, asumir posiciones que permitan transformar este fenómeno audiovisual, en función de los propios y auténticos intereses latinoamericanos.

"Si la prensa es un perro de vigilancia, ¿quién vigila a la prensa?". Es una pregunta imprescindible cuando del poder de esta se trata ("es demasiado poder, es un poder peligroso", lo reconoce un empresario de medios venezolano). Y la misma empresa periodística contemporánea ha encontrado dos maneras de vigilarse, de controlarse, no suficientemente evaluadas: el Consejo de prensa y el *Ombudsman*. Esta última palabra, de origen escandinavo, designa al abogado, representante o **Defensor del lector** (*ombuds* significa "aquel que representa"). En este módulo temático de *Chasqui* ofrecemos, por primera vez, distintos acercamientos al perfil del *ombudsman* de prensa, las ventajas y límites de esta institución, su necesaria independencia, trans fondo ético, autonomía y otros aspectos que contribuirán a fortalecer mecanismos adecuados para controlar ese "peligroso poder", ojalá extensivos a los otros medios, sobre todo a la TV.

EL LABERINTO DE LA CIBERRED

Solo el 0.6% de los usuarios de Internet en el mundo son de Latinoamérica. Las limitaciones tecnológicas de acceso a la ciberred son serios obstáculos para democratizarla y ponerla al servicio de los intereses regionales.



- 4** El periodista en la quinta revolución cultural
Rafael Roncagliolo
- 8** La "sociedad de la información": ¿promesa de futuro o eslogan neoliberal?
Bernat López

- 12** Computadoras y vídeo: nuevos mercados globales
Enrique González-Manet

- 16** El Internet en América Latina
Sally Burch

- 20** Veneno en la red
Christian Ferrer

- 25** Tomando el pulso al laberinto

LA TELEVISION POR CABLE

Para el año 2000, los suscriptores de la TV pagada serán 20 millones en América Latina. Este es un negocio que están disputándose los magnates nacionales y transnacionales de la comunicación. En este contexto, ¿cuáles son las posibilidades que tenemos para democratizar este servicio?



- 29** Argentina: de los cableros a los grandes operadores
Diego Rossi

- 33** Mucho gusto Argentina, encantado Brasil
Anita Simis

- 37** Uruguay: a la espera del beso del príncipe
Enrique Roldós

- 41** Ecuador: David y Goliat en el cable
Fernando Checa M.

- 46** Venezuela: hacia un canal de servicio público
Carlos Eduardo Colina

- 51** La televisión directa: lucha de gigantes
Gonzalo Ortiz Crespo

- 56** TV: la captura en la imagen
Roberto A. Follari

EL DEFENSOR DEL LECTOR

La prensa tiene "demasiado poder, un poder peligroso". ¿Cómo controlarlo?, ¿cómo vigilarlo? Una de las opciones son los ombudsmen, experiencia no suficientemente evaluada. Aquí, algunas reflexiones al respecto.



- 60** Perfiles de la Defensoría del Lector
Diego Araujo Sánchez
- 63** ¿Son necesarios los ombudsmen?
Mario Xavier

- 68** El poder de los medios y el ombudsman
Eleazar Díaz Rangel
- 72** México: hacia la creación del ombudsman
Javier Esteinou Madrid

NUESTRA PORTADA

Sin título. Acrílico en tela.
120 x 80 cm. de

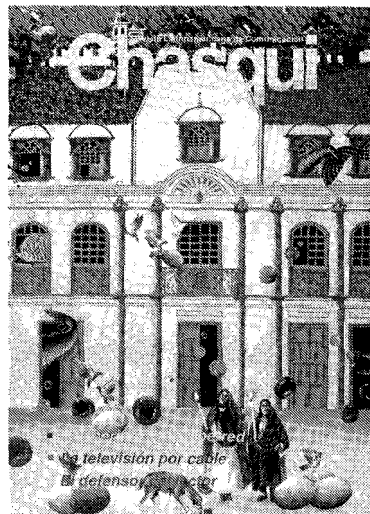
GONZALO ENDARA CROW
Ecuatoriano

17 marzo de 1936
14 de abril de 1996

Porque en su obra y en su aporte a la cultura, él pervive.

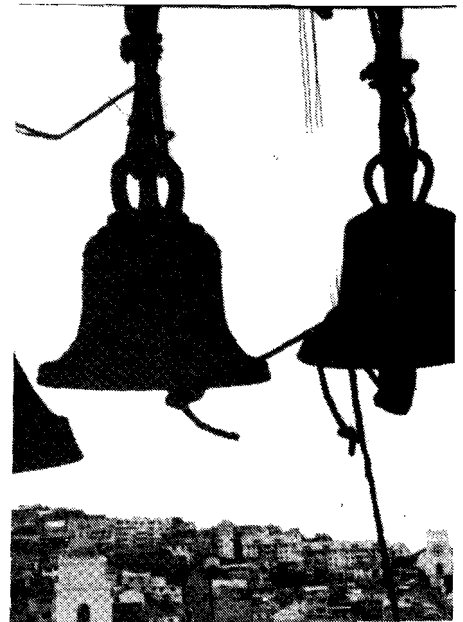
DISEÑO PORTADA Y
CONTRAPORTADA

ARTURO CASTAÑEDA V.



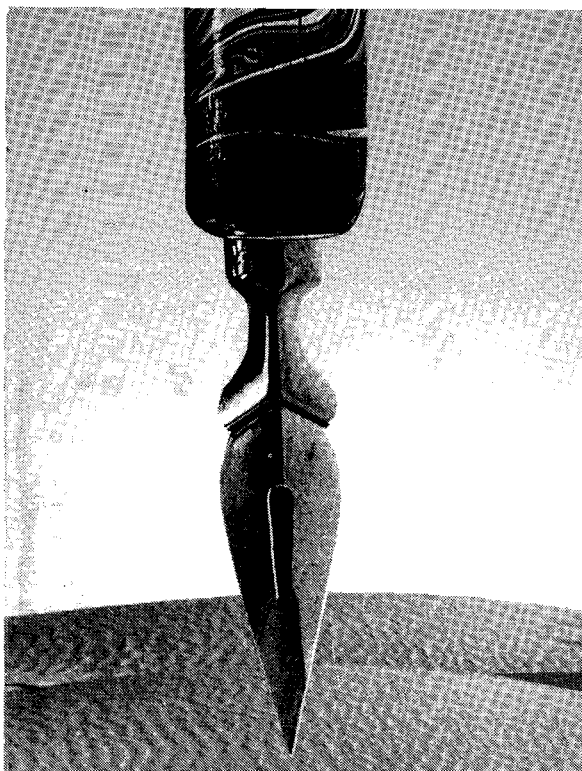
- 75** Un faro para la prensa
Marcia Gurgel
- 77** Canadá: control de la violencia en la TV.
Andrea Martínez
- 81** Los ombudsmen: un balance

ENSAYOS



- 83** Espejo, periodista esencial
Hernán Rodríguez Castelo
- 86** La iglesia y los medios de comunicación
Gregorio Iriarte
- 88** Colombia: los periodistas y el proceso 8.000
Juan Pablo Ferro C.
- 91** Historia de una histeria
Jorge Luis Gómez
- 93** IDIOMA Y ESTILO
El periodista y el verbo
Hernán Rodríguez Castelo
- 96** ACTIVIDADES DE CIESPAL
- 97** NOTICIAS
- 99** RESEÑAS

El periodista y el verbo



Capalena

Presente, antepretérito de subjuntivo, antepospretérito de indicativo, imperativo, ¿potencial?, son algunos de los tiempos y modos verbales del castellano, con los cuales se han dicho en nuestra lengua todas las acciones, "desde el Quijote hasta las más brías aventuras de cienciaficción". ¿Conoce, el periodista, esta rica gama verbal? ¿Cómo manejar los dieciséis tiempos verbales adecuadamente? En el siguiente texto, algunas pistas al respecto.

Hay usuarios de la lengua que han reducido su paradigma verbal a tres o cuatro tiempos -a veces, eso sí, con usos que al reemplazar a los normales resultan expresivos: "En media hora estoy ahí" (presente por futuro: en rigor debía ser "estaré")-

No puede ser el caso del comunicador. Porque él es testigo de un acontecer que arranca del pasado y se proyecta al futuro, y que a menudo es complejo entramado de acciones -relacionadas, subordinadas, superpuestas- y debe enfrentarse, si ha de decir aquello en su complejidad -único modo de ser objetivo y exacto-, a todas las posibilidades que

le ofrece el paradigma verbal español -por supuesto, lo que de él está vigente en el lenguaje contemporáneo, que no es todo-

El periodista, hombre de tiempos

Dije alguna vez que el periodista es "hombre de tiempos". Lo hasta aquí expuesto es lo que entendía decir con ello. Y lo que nos mostrará un párrafo periodístico: "Los exploradores que llegaron hasta el cerro de San Nicolás afirmaron que es posible que del accidente hubieran quedado sobrevivientes, que finalmente habrían muerto por falta de socorro".

¡Qué juego de tiempos verbales!: "los que **llegaron** ... **afirmaron** que **es** posible ... que ... **hubieran quedado** ... que ... **habrían muerto**". ¡Cinco en cuatro líneas! Cosas así es muy difícil hallarlas fuera del periodismo -entiéndase, el es-

crito-. Otros redactores, al no sentirse acosados por los vericuetos de la información y las exigencias de quienes esperan la noticia, rehúyen tales bordados.

Ahora bien, está claro -me parece que el periodista que redactó este párrafo no pasó limpiamente la prueba de habérselas con los cinco tiempos verbales aquellos encadenados. ¿Ha visto el lector la falla? Suelo en cursos a aprendices de periodistas, y aun a periodistas hechos y derechos, dictar este parrafito y pedirles que la hallen. El índice de aciertos en la prueba es de uno sobre cien.

La equivocación está, por supuesto, en ese presente (**es**) que se cuelga en el juego de pretéritos: pretérito - pretérito - antepretérito de subjuntivo (según Bello; pretérito pluscuamperfecto de subjuntivo, según la Academia) - antepospretérito de

HERNAN RODRIGUEZ CASTELO, ecuatoriano. Escritor y periodista, miembro de la Academia Ecuatoriana de la Lengua.

indicativo (según Bello; condicional perfecto, según la Academia).

¿Qué hace allí ese **es**? Nada, salvo testimoniar la impericia del redactor. Debió ser **era**. Con **era**, todo perfecto.

(Ese "es" podía tener lugar en estilo directo: "Los exploradores afirmaron: "Es posible...". Pero entonces todo el juego de tiempos debía cambiar).

¿Con qué contamos?

Es probable que el lector periodista -por supuesto, no solo él- se sienta un tanto perplejo: ¡todos esos nombres, y, por si no fueran de por sí tan intimidantes, en doble nomenclatura! Caso de proponerse dominar cuestión que se ofrece tan ardua, ¿por dónde comenzar?

Al llegar a este punto en ciertos cursos de redacción básica pido a los cursantes que saquen una hoja de papel y respondan a esta única cuestión: "Modos y tiempos del verbo en español".

Ante las caras que mis requeridos ponen, les aclaro que no se trata de asunto bizantino, bueno solo para gramáticos de oficio. Es simplemente la elementalísima cuestión metodológica del repertorio. Si hemos de manejar tiempos verbales, ¿cuáles son? Es decir, para enfrentarnos al verbo -la pieza clave de

la oración; el nervio del párrafo-, ¿con qué contamos o de qué disponemos?

Igual pregunta debe hacerse quien quiera dominar una lengua extranjera, sin contentarse con esos listados de frases hechas, buenas solo para ir de compras a Miami.

Con ser la cuestión tan elementalísima -y, por ello, suponerse estudiada en escuela y colegio-, ¡qué Babel de respuestas! Modos: cuatro, cinco, seis, hasta más... modo indefinido, afirmativo, interrogativo, gerundio... y, por supuesto, el obsoleto "potencial". Tiempos: para los cursantes más prudentes, solo tres: presente, pasado y futuro. Otros, uno que otro. Las chicas, el intimidante "pluscuamperfecto".

Y la cosa, aunque bastante más completa, es simple.

Dejado a un lado el **imperativo** que, salvo en estilo directo, no se usa en la lengua escrita, y que el español de América rehuye casi sistemáticamente, tenemos dos modos: **indicativo** y **subjuntivo**.

Quien sigue con el tal "modo potencial" -y en nuestro país son muchísimos maestros- es que no lee nada de estas materias desde hace más de veinte años: en 1973 la Academia borró de su

Gramática eso de modo potencial. A los 126 años acabó por dar la razón a Bello, que rechazó que los tiempos "amaría" (simple) y "habría amado" (compuesto) constituyesen un "modo". Son -los vamos a hallar allí enseguida- tiempos de indicativo. Entonces, dos modos.

En **indicativo**, el modo fundamental, un presente, dos pretéritos y dos futuros. Es decir, a más del simple pretérito (amé), un pretérito matizado, con rasgos como la imperfección y la coexistencia (amaba); y, a más del simple futuro (amaré), un futuro condicionado o potencial (amaría). Y cinco tiempos compuestos, en paralelismo con los simples, para decir una acción anterior al tiempo simple (Bello) o una acción con el rasgo de perfección (Academia); lo que se llama en gramática "aspecto". Paradigma que no puede ser más armónico.

Y en **subjuntivo** todo aun más sencillo: presente, pretérito y futuro, simples y compuestos.

Todo lo cual hace el cuadro adjunto, que es la respuesta a la pregunta que respuestas tan variadas y, en casos, tan aberrantes recibió: modos y tiempos del verbo en español.

Junto a cada tiempo van los nombres que les dieron por su lado Bello y por el

AMAR					
MODO INDICATIVO					
	simples			compuestos	
Tiempo	Bello	Academia	Tiempo	Bello	Academia
amo	presente	presente	he amado	antepresente	pretérito perfecto compuesto
amé	pretérito	pretérito perfecto simple	hube amado	antepretérito	pretérito anterior
amaba	copretérito	pretérito imperfecto	había amado	antecopretérito	pretérito pluscuamperfecto
amaré	futuro	futuro	habré amado	antefuturo	futuro perfecto
amaría	pospretérito	condicional	habría amado	antepospretérito	condicional perfecto
MODO SUBJUNTIVO					
	simples			compuestos	
Tiempo	Bello	Academia	Tiempo	Bello	Academia
ame	presente	presente	haya amado	antepresente	pretérito perfecto
amara o amase	pretérito	pretérito imperfecto	hubiera amado o hubiese amado	antepretérito	pretérito pluscuamperfecto
amare	futuro	futuro	hubiere amado	antefuturo	futuro perfecto

suyo la Academia. Por igual los unos y los otros nos dan valiosa información sobre esos tiempos:

Si se observa las nomenclaturas se verá que Bello nombra los tiempos compuestos anteponiendo **ante** al nombre del tiempo simple (presente/antepresente). La Academia añade, generalmente, **perfecto** al nombre del tiempo simple (alguna vez el tautológico "compuesto"). Las razones de Bello y la Academia se verán cuando atendamos a la significación de los tiempos.

Plan general de acción

Con el repertorio de posibilidades a la vista, podemos preguntarnos: ¿Cómo aprender a manejar esos dieciséis tiempos sin desnaturalizarlos y aprovechándonos de todas sus posibilidades? (Vale la pena pensar en que con solo ellos se han dicho en nuestra lengua todas las acciones, desde el *Quijote* hasta las más briosas aventuras de la cienciaficción, y se han traducido, sin problema, hasta las más sutiles elucubraciones o ficciones. Verdad que la lengua afronta ciertas sutilezas o complejidades con formas perifrásticas o apoyaturas especiales; pero modos y tiempos, nunca se necesitaron más).

Un plan general de acción debería proceder por estos pasos:

1. Penetrar en la razón de ser de los dos modos -de donde se desprenderán en lo fundamental sus posibilidades y necesidad de usarlos-.
2. Conocer el significado de los tiempos de indicativo -lo cual incluye saber sus posibilidades-.
3. Entender el sentido que tiene en el ámbito del subjuntivo lo temporal -lo cual conducirá nada menos que a descubrir que lo temporal como se da en el indicativo casi carece de sentido en el subjuntivo.
4. Discutir la cuestión de la llamada *consecutio temporum* o "consecución de tiempos" o "concordancia de tiempos"; es decir, que si se ha usado un tiempo en la oración principal, qué tiempo ha de usarse en la subordinada.

Me atrevería a decir que todas las equivocaciones que en el ámbito del verbo se dan en la redacción periodística tienen que ver con uno de estos grandes capítulos. Decenas y decenas que tengo a mano podrían irse poniendo como buenos ejemplos en uno u otro.

Son éstos temas que dan para largos capítulos -y aun libros, como el penetrante *Sistemática del verbo español* de Mauricio Molho-. Y, como son inevitables para quien quiere dominar la escritura, los hemos tratado en *Redacción periodística* (CIESPAL, Colección Intiyán, Quito, 1995, pp. 141-157 y 299-312).

El verbo en evolución

En cada uno de estos capítulos de trabajo con el verbo, el periodista va a dar con un fenómeno a primera vista desconcertante, pero en sí estimulante y casi fascinante: dentro del sistema de la lengua el verbo es la pieza que más cambia. Y el periodista no solo es quien más cerca está de estos cambios, sino que contribuye a introducirlos o afirmarlos. Prerrogativas y riesgos de estar en esa que hemos llamado frontera de la lengua.

Pero en casos el periodista contribuye a detener cambios, sin que ello lo convierta en conservador o reaccionario. Por ejemplo, se ha notado que "en gran parte de Hispanoamérica predomina absolutamente **canté** sobre **he cantado** en el habla usual" (*Esbozo de una nueva gramática de la lengua española* de la Academia, 3.14.2.b). Parecería insinuar-se la tendencia a reducir los dos pretéritos de indicativo a uno. Pero el periodista necesita a los dos. Y, por si él no se hubiera percatado de la necesidad, los "manuales de estilo" se la recuerdan. El de EFE lo alerta así:

"Otra forma verbal perseguida por las normas del lenguaje de prensa es el pretérito perfecto de indicativo (**he cantado**). Se la sacrifica al indefinido (**canté**) como si expresara lo mismo; con ello se mutila gravemente el sistema verbal del idioma. La forma **he cantado** debe usarse cuando nos referimos a acciones ocu-

rridas dentro de la unidad de tiempo que aún dura para nosotros.

El Rey **ha inaugurado** hoy el curso en la Escuela Superior del Ejército.

Esta semana **ha bajado** la Bolsa en tres enteros.

Por el contrario, **canté** se refiere a una acción realizada en una unidad de tiempo que el hablante da por concluida:

El Rey **inauguró** ayer el curso en la Escuela Superior del Ejército

La semana pasada **bajó** la Bolsa en tres enteros" (6.28).

Y esa no es la única diferencia entre los dos tiempos a que el periodista se verá necesitado de acudir: si él ha sido testigo de vista del hecho de que da noticia puede usar el simple pretérito: "En Babahoyo el candidato **cayó** de la camioneta en que hacía campaña"; pero si él no lo vio y lo supo por algún testigo presencial, debe acudir a la forma compuesta: "En Babahoyo el candidato **ha caído** de la camioneta.." Tan importante diferencia movió a Harald Weinrich a llamar al tiempo compuesto "tiempo retrospectivo del mundo comentado".

Y hay casos en que el periodista no es que contribuya a la evolución del sistema verbal español, sino que simplemente muestra ignorancia o del sentido mismo de los tiempos verbales o de sus posibilidades de uso. Véase este futuro que tan mal remata este párrafo:

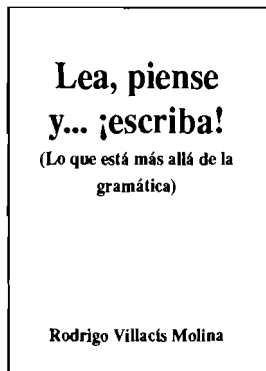
"Coincidencia: mientras a Abdalá Bucaram le robaban en Panamá los documentos con los que iba a demostrar al mundo que Roldós fue víctima de un asesinato terrible, en Guayaquil le robaban al Municipio dirigido por la Ab. Elsa Bucaram, catorce millones. Lástima que Abdalá no mostró esos documentos a Carlos Vera en la entrevista de dos horas. Si eso hubiera hecho, esas pruebas **estarán** por lo menos en los videos" (*Expreso*, Guayaquil, 20 III 90).

"Estarán": ¿para qué cree el comunicador que la lengua ha forjado un segundo futuro, potencial, sino para casos así?

Aquí no hay tendencia alguna de evolución de la lengua: hay simple equivocación. ("Si eso hubiera hecho, esas pruebas **estarían**...").

Y, como siempre nos va a pasar en cosas de lengua, nos quedamos a medias. Esto del verbo y el periodista merece -y exige- nuevas charlas en este espacio que nos ha abierto *Chasqui*. ●

**LEA, PIENSE
Y... ¡ESCRIBA!**



CIESPAL presenta en su Colección "Intiyán" el volumen no. 36, titulado *Lea, Piense... y Escriba*, dirigido a los periodistas que laboran en los diferentes medios de comunicación y, de manera especial, a los profesores y estudiantes de las facultades y escuelas de comunicación de Latinoamérica.

Este libro contiene una prolija selección de temas, sugerencias, enseñanzas y ejemplos que su autor, el ecuatoriano Rodrigo Villacís Molina, ha recogido durante el cotidiano ejercicio periodístico y docente de varios años, y que hoy nos transmite con su experiencia, llevando "de la mano al aspirante a través de un camino rico en ayudas", conforme lo señala en el prólogo del libro, otro destacado ecuatoriano, el escritor y periodista Simón Espinosa. "De los libros que conozco sobre esta materia -afirma Espinosa- este me parece el más adecuado, el que puede convertirse en un *vademecum*, un compañero inseparable en el camino hacia el arte más excelso: el de escribir bien".

INVESTIGACION, COMUNICACION Y MERCOSUR

Este es un proyecto desarrollado por CIESPAL, con el apoyo de la UNESCO, cuyo objetivo a largo plazo es formular un programa de comunicación subregional que promueva y favorezca el proceso de integración socio-cultural de los países miembros del MERCOSUR.

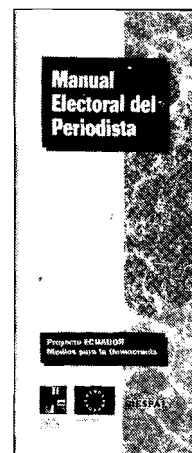
En el marco de este proyecto se realizará un estudio de los medios de comunicación, y entrevistas a profundidad a directivos de instituciones políticas, culturales, empresariales, científicas, educativas y de comunicación de Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay, a fin de recopilar información acerca de las experiencias comunicacionales más significativas desarrolladas en beneficio del proceso de integración de la subregión.

MEDIOS PARA LA DEMOCRACIA

Este es un proyecto que CIESPAL realiza por encargo de la Federación Internacional de Periodistas (FIP) y que se basa en una investigación sobre la cobertura que los medios han dado al proceso electoral durante las elecciones presidenciales en el Ecuador. Este estudio se lo está realizando en tres etapas y hasta el momento se han cumplido dos de ellas:

1. Diagnóstico del proceso electoral en los medios. Durante el mes de abril, previo a las elecciones, se analizó una muestra de diarios, radios y canales de TV de alcance nacional, para conocer las modalidades que adoptaron en la cobertura del proceso electoral, a base de las siguientes variables: propiedad y cobertura, programas/información sobre política electoral, formatos, espacio de publicidad electoral: tarifas, políticas internas en relación al proceso, cobertura el día de las elecciones, capacitación sobre cobertura electoral, apertura hacia los candidatos, incentivos para la participación popular el día de las elecciones, sondeos de opinión, libertad de expresión, conocimiento sobre leyes y reglamentos de radio, TV y prensa, libertad informativa, utilización de boletines de prensa, especialización de los periodistas sobre política electoral.

2. Monitoreo de los medios el día de las elecciones. Su objetivo: conocer las modalidades de cobertura el día de la primera vuelta electoral, a base de la medición del tiempo de transmisión de los cinco canales de TV que fueron parte de las cadenas *Opción 96* y *Teleread*; de las cuatro principales cadenas de radio, y de cuatro diarios de Quito y Guayaquil que tienen cobertura nacional. En estos



últimos se midió el espacio dado a la información de los comicios durante los días 19 y 20 de mayo.

Los parámetros analizados fueron: espacios totales destinados a redacción o programación, espacios de publicidad comercial, espacios exclusivos sobre política electoral, géneros más utilizados, temas tratados por los candidatos y por los periodistas con otros actores sociales no candidatos a las elecciones presidenciales: políticos en general, sociedad civil, Fuerzas Armadas, etc.

CAPACITACION EN TV

CIESPAL y la Fundación Friedrich Ebert de Alemania han organizado el Taller internacional sobre producción de informativos para la TV, que está dirigido a camarógrafos, editores y reporteros de los canales locales y regionales de América Latina.

Del 7 de octubre al 1 de noviembre del presente año se realizará, en la sede de CIESPAL, en Quito, este taller cuyos objetivos son capacitar en la producción de géneros informativos televisivos y conocer los diferentes formatos informativos en América Latina para identificar los niveles óptimos de producción, entre otros.

Los participantes seleccionados pagarán 200 dólares, individualmente, además dispondrán de todas las facilidades técnicas, equipos portátiles, estudios de edición y grabación.

Ecuador: RADIOS POPULARES CONTRA LA DISCRIMINACION

A partir del 17 de enero, entró en vigencia la reforma a la Ley de Radiodifusión y Televisión en el Ecuador, la cual restringe al sector comunitario para acceder a frecuencias de alta intensidad y establece obligaciones adicionales dirigidas exclusivamente a este sector. Por ello, la Coordinadora de Radios Populares del Ecuador (CORAPE) presentó al Tribunal de Garantías Constitucionales la demanda de inconstitucionalidad del artículo 17 de dicha Ley. El fundamento de esta demanda se basa en que todos los ecuatorianos son iguales ante la ley, tienen las mismas obligaciones y los mismos derechos y, por tanto, esta ley es discriminatoria y atenta contra la Constitución.

Los problemas de la reforma y el sistema comunal

La ley y su reglamento, tal como se encuentran dictados, provocarán la desaparición de los servicios comunitarios de radiodifusión.

En la ley y su reglamento existen varias normas que violan garantías y preceptos constitucionales, y son las siguientes:

1. Es una ley discriminatoria que viola la garantía de igualdad ante la ley al establecer obligaciones solo al sector de radiodifusión comunitaria.

Estas discriminaciones son:

- a. El sector comunitario solo puede acceder a frecuencias de baja intensidad.
 - b. Al sector comunitario se le han impuesto límites en los contenidos a ser radiodifundidos.
 - c. Se somete las concesiones de frecuencias para el sector comunitario a un informe previo del Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas, informe que no se exige a otros sectores que aspiran tener concesiones.
 - d. Se le prohíbe tener ingresos por concepto de publicidad.
2. En los principios constitucionales se establece que el sector comunitario o de autogestión, que está integrado por empresas cooperativas, comunales o similares, debe ser estimulado para su desarrollo, principios que son vulnerados en la ley y el reglamento que buscan asfixiar al sector.
 3. El reglamento utiliza conceptos jurídicos diferentes a los establecidos en la Constitución, como el de comunal, reducido a una visión territorial prescrita en la Ley de Comunas prevista para efectos de división territorial.
 4. Los límites impuestos a la existencia de la radiodifusión comunitaria limitan el derecho de expresión de sectores sociales que no tienen acceso a los medios comerciales.

Argentina: LA RADIO DE FIN DE SIGLO

Con el auspicio de la Asociación de Facultades Argentinas de Comunicación (AFACOS) y LA CRUJIA (Centro de Comunicación Educativa), en La Plata, se realizarán las Cuartas Jornadas Universitarias "La radio de fin de siglo", entre el 22 y 24 de agosto de 1996.

Este evento está dirigido a docentes e investigadores de las universidades argentinas y de países limítrofes, vinculados al área de la comunicación radiofónica. Los principales expositores serán María Cristina Mata y Daniel Prieto Castillo.

El eje temático será: "Saberes necesarios para construir metodologías de enseñanza en la comunicación radiofónica",

Para mayor información: Lic. Cielito Depretis, Av. 44 no. 676, (1900) La Plata. Telefax: (021)49920/37288/4361. E-mail: perio01@isis.unlp.edu.ar

Cuba: SEMINARIOS DE PERIODISMO

El Instituto Internacional de Periodismo José Martí, fundado en 1983 por la Unión de Periodistas de Cuba, y con los auspicios de la OIP, la FELAP y la UNESCO y con el reconocimiento del Ministerio de Educación Superior de Cuba, reinicia sus labores para continuar aportando al desarrollo de la educación de posgrado y las investigaciones afines a los medios de comunicación social mediante cursos, seminarios, talleres y entrenamiento tanto nacionales como internacionales. Algunos encuentros organizados para el segundo semestre de 1996 son:

- **Primer encuentro euro-americano.** Papel social del periodismo para el mutuo conocimiento. Del 12 al 17 de agosto de 1996
- **Hemingway: El periodismo de los duros.** Aproximación al quehacer periodístico del afamado escritor. Del 23 al 27 de septiembre de 1996
- **Encuentro internacional de prensa comunitaria y alternativa en la situación actual.** Propiciará el intercambio de experiencias sobre la comunicación, la democracia y los movimientos populares en la actualidad. Del 21 al 26 de octubre de 1996
- **Encuentro iberoamericano de crítica cinematográfica.** Persigue lograr un diálogo entre críticos del séptimo arte de cómo enfrentar los desafíos de la contemporaneidad. Para mayor información: Instituto Internacional de Periodismo José Martí, Calle G # 503 entre 23 y 21, Plaza, La Habana CP 10 400. Telf. 32 2965. Fax: (337) 33 3079.

AVISOS

Revista *hombres de maíz*

La única revista centroamericana especializada en el desarrollo humano.

Suscripción por un año: 12 números

Centroamérica	\$40
América Latina	\$60
USA	\$70
Europa	\$80
Otros países	\$90

Envíe su cheque a la orden de Asociación Hombres de Maíz. Apdo. 317-10002, Paseo Estudiantes, San José, Costa Rica; o deposite giro bancario en la cuenta del Banco Nacional de Costa Rica No. 0605723-6.

Mayor información:

Costa Rica. Telf. (506) 222-96-58 / 257 80 53

Fax: (506) 257 80 63 Apdo. Postal: 317 1002 paseo Estudiantes, San José, Costa Rica.

NUEVA SOCIEDAD

Director: Heidulf Schmidt

Jefe de Redacción: S. Cheifec

SUSCRIPCIONES	ANUAL	BIENAL
(Incluido flete aéreo)	(6 núms.)	(12 núms.)
América Latina	US\$ 50	US\$ 85
Resto del mundo	US\$ 80	US\$ 140
Venezuela	Bs. 2.800	Bs. 5.200

PAGOS: Cheque en dólares a nombre de NUEVA SOCIEDAD. Apartado 61.712-Chacao-Caracas 1060-A. Venezuela. Telf. 267.31.89 Rogamos no efectuar transferencias bancarias para cancelar suscripciones.

STUDIES IN LATIN AMERICAN POPULAR CULTURE

SUBSCRIPTIONS

Individual US\$ 15;

libraries and other institutions US\$ 45;

patrons US\$ 60.

Make checks payable to: Studies in Latin American Popular Culture and send to:

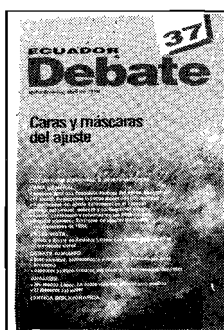
Charles M. Tatum: Editor

Department of Spanish and

Portuguese University of Arizona at

Tucson

Arizona 85 721, USA



ECUADOR Debate

Publicación Cuatrimestral del
Centro Andino de Acción Popular
Suscripción anual EXTERIOR US\$ 18
ECUADOR S/. 21.000
Diego Martín de Ultras 733 y
Selva Alegre. Telf. 522763
Apartado aéreo 17-15-00173 - B
Quito - Ecuador

RADIO
SUR
90.1 F.M.

PASAJE 12 No. 5320
VILLA EL LIBERTADOR
TELEFAX (051) 94 - 1747

C O R D O B A
A R G E N T I N A

CANDELA

Revista Iberoamericana de la Comunicación. Director fundador: Prof. José Luis Vera.

Auspiciada por la Asociación Uruguaya de Investigadores de la Comunicación (AUIC).

Periodismo Científico - Investigación - Ecología - Integración - Ética - Verdad - Cultura

Calle Santiago de Chile 1180 Esc. 301, C.P. 11.200, Montevideo, Uruguay. Tel.: 91 14 06 - Fax (0598-2) 96 22 19

MANUAL DEL PERFECTO IDIOTA LATINOAMERICANO



"Dios los crea... y ellos se juntan". Nunca había sido tan cierto. Algunos se parecen como cigotos de una misma célula. Coinciden en tiempo y espacio pero también son de épocas y lugares diferentes. Hitler se parece a los peores emperadores romanos que gozaban echando cristianos a los leones como él judíos al horno. Los sátrapas hispanoamericanos parecen gemelos de los jeques y reyezuelos del Medio Oriente.

Así, la coincidencia entre un intelectual frustrado por una revolución muy honesta para sus apetitos, un arrepentido de creencias trocadas por el plato de lentejas de los alamares diplomáticos y el vástago hecho a las delicias de Miami, puede ser plena y nada gratuita. Solo faltó Jorge Mas Canosa en el *Manual del perfecto idiota latinoamericano* de Carlos Alberto Montaner, Plinio Apuleyo Mendoza y Alvaro Vargas Llosa, con prólogo de Mario Idem, para un quinteto perfecto. Pero es posible que aquel sea aún analfabeto. Eso sí, debe saber contar los dólares de sus nexos con la mafia y su obsecuencia con el Pentágono.

Montaner promociona el libro con un artículo-encuesta simplón y repetitivo, que crea sistematización de una "idiología que revoluciona las ciencias sociales", al que he respondido fielmente. Y no tuve

dudas: soy un perfecto idiota latinoamericano. Como Galeano, Fray Betto y Cardenal, compañía que parece más digna y decente que la de Mas Canosa, Robert Dole, Jesse Helms o el "poeta" Valladares. Algo va de Pedro a Pablo.

Y en plan de categorizar según las pautas de Montaner, he aquí un test para descubrir el arquetipo contrario, el "sublime imbécil neoliberal". Responda y sepa si cabe en este crisol.

1. ¿Los latinoamericanos somos pobres por vagos y porque no imitamos el utilitarismo gringo?
2. ¿La miseria se acaba si dejamos que los capitalistas posean las riquezas, las exploten a su antojo y funden instituciones de caridad para que recibamos su limosna y ellos puedan ir al cielo?
3. ¿El Primer Mundo evalúa bien los precios de nuestras materias primas, paga su valor sin que incida la ley de la oferta y la demanda y vende productos industriales en su valor justo sin excedente para su bolsillo?
4. ¿El FMI y el BM financian nuestro desarrollo sin condiciones onerosas ni usura, pero nos gastamos el dinero en tonterías como salud y educación en vez de comprar armas y construir carreteras para los autos del primer mundo?

5. ¿El Estado debe facilitar los negocios, eliminar trabas burocráticas y no preocuparse si los pobres comen y se educan pues para eso está la caridad cristiana?

6. ¿El gobierno debe tener manga ancha con los comerciantes, confiar en ellos y no controlar los precios porque ellos son muy buenas gentes?

7. ¿Las trasnacionales no sacan un gramo de recursos naturales ni se llevan un céntimo?

8. ¿Quién tiene la boca más grande coma lo que pueda, y el Estado no se preocupe por los inútiles pues para eso están la caridad, la selección natural o la policía?

9. ¿Latinoamérica debe olvidar su destino, no intentar revoluciones pendejas y atenerse a las instrucciones de la Casa Blanca y del FMI?

10. ¿Hay penuria en Cuba porque Fidel se gastó la plata rusa en educación, salud, ciencia y deporte en lugar de hacer hoteles, casinos y burdeles para los turistas gringos?

11. ¿Los cubanos odian a Fidel y quieren cambiarlo por un esclavo de la Casa Blanca?

12. ¿Se debe privatizar hasta el aire y el agua para que se pueda crear riqueza, y aplaudir sin sonrojarnos?

Si contestó NO a todas las preguntas, es un perfecto idiota y podemos formar un club. O hacer una revolución. Si contestó NO a entre ocho y once, está lejos de ser un sublime imbécil neoliberal. Tal vez ni sepa que es "neoliberal" pero todavía puede respirar. Si contestó NO a entre cuatro y siete, ya es casi sublime. Le dará empleo Mas Canosa o será amanuense de los intelectuales ex cubanos. O ex peruanos. Si contestó NO a dos o tres, tiene autografiado un libro de los que sabemos y reparte hojas volantes sobre La Habana. Si contestó SI a todas, ya sé quién es usted señor Montaner: el arquetipo del sublime imbécil neoliberal. Y yo, un anónimo idiota latinoamericano que piensa en tonterías como la justicia social y en que son mejor compañía García Márquez o Cardenal que Pinochet. O que usted.

OMAR OSPINA.

SEDUCIDOS POR LA TELE

Huellas educativas de la televisión en padres y niños

ROSA MARÍA ALFARO

SANDRO MACASSI LAVANDER

Asociación de Comunicadores Sociales "CALANDRIA". Noviembre 1995



La influencia que la TV tiene sobre los niños y la forma cómo esta repercute en su educación, ha sido y sigue siendo una preocupación de padres y educadores. Ante este inquietante fenómeno, Calandria de Perú, con el apoyo de *Save The Children*, CEAAL y un importante grupo de investigadores, ha venido realizando trabajos conjuntos para despejar tales interrogantes sobre el mundo televisivo infantil y dar una propuesta de educación para la TV. Esta obra es uno de sus resultados. "A lo largo del libro se construye una mirada sobre los niños, sus padres y la misma televisión, justamente a través de la pantalla", todo esto en busca de procesos educativos integradores entre escuela, televisión y familia; resaltando el papel pedagógico de la TV en los niños de los años 90.

En su parte introductoria, los autores hacen algunas reflexiones: ¿De qué es culpable la TV?, la relación televisión-sociedad, el niño un aprendiz activo, la tele una educadora informal, los padres en el mundo televisivo infantil, la desarticulación de saberes. Estos temas son puntos de partida para un diálogo con otros autores.

En la primera parte, "La televisión desde los niños", Rosa María Alfaro expone los principales hallazgos de la investigación, centrados en los gustos y preferencias infantiles y las identificaciones que establecen los niños con los personajes que ven, en confrontación con las ofertas que les es posible seleccionar.

En la segunda parte del libro, "Padres e hijos frente a la pantalla", Sandro Macassi

destaca la importancia de que los padres vean TV junto a sus hijos; las estrategias de supervisión televisiva; los tipos de programas tachados de prohibidos, criterios y valoraciones; incidencia de la TV según los padres; la relación televisión, padres, hijos y educación; y termina con una aproximación al espacio familiar en la recepción televisiva infantil.

En la tercera parte del libro, Rosa María Alfaro finaliza presentando recomendaciones para padres y educadores, proponiendo una comunidad familiar televisiva en la que se fomente el diálogo y orientación a los niños; que los padres vean TV con sus hijos y conversen con ellos; que los educadores sientan la necesidad de impartir una cultura audiovisual en la escuela.

Si bien los datos para esta investigación fueron recopilados de la TV y su audiencia en Lima, su contenido no es solo de interés peruano ya que, como señala en el prólogo Guillermo Orozco Gómez, "por el tipo de análisis, por la contundencia de las reflexiones y por estar las interpretaciones reforzadas con las de otros autores de diversas latitudes, la propuesta y la invitación a crecer 'con, a través y a pesar de la televisión' que nos hacen Rosa María y Sandro no quedan conreñidas ni geográfica ni temporalmente."

MAGDALENA ZAMBRANO

BAUL DE LOS RECURSOS PARA LA COMUNICACION LOCAL

Programa de Comunicación Popular

ECO, Educación y Comunicaciones

Santiago de Chile, marzo 1995



Este es un manual práctico para organizaciones y grupos locales, resultado del tra-

bajo que ECO viene realizando desde hace catorce años en el ámbito de la comunicación popular. "Hablábamos de 'fondo de recursos', 'cartilla', 'manual', un material que facilitara la producción comunicacional de personas no expertas y que, al mismo tiempo, sirviera de punto de partida para actualizar la reflexión de los comunicadores de base", manifiestan las editoras.

El *Baul* inicia con una introducción sobre la comunicación popular en tiempos neoliberales. Luego, en el primer capítulo, presenta una serie de recursos baratos y fáciles de usar cuando el grupo necesita comunicarse internamente o hacia afuera: la reunión, el papelógrafo, el rotafolio, la pizarra, nociones de oratoria y la función del líder. En el segundo, expone sobre los medios de impacto público que permiten comunicarse de manera directa con los miembros de una localidad y ejercer algún tipo de influencia: el lienzo, el perifoneo, el tendido de ropa, el panel, el stand, etc. El capítulo tercero ofrece diversas maneras de enfocar y producir información: la nota periodística, la entrevista, la opinión y el testimonio. En el cuarto se incluyen diversos medios de comunicación escritos: la invitación, los panfletos o volantes, la chapita y el autoadhesivo, el afiche, la historieta, el tríptico o folleto, el diario mural, la hoja informativa y el boletín. El capítulo quinto se adentra en el mundo de la radio: el noticiero radial, el sociodrama, la mesa redonda, la radiorevista y la radio comunitaria. El capítulo sexto aborda diferentes opciones de uso del video en actividades comunitarias: el video-foro, la exhibición de video, el video-registro y el video de base. Además, se incluyen cuatro anexos en los que se analiza la importancia de la evaluación; nociones fundamentales de redacción, estilo y ortografía; principios básicos de diseño gráfico y diagramación; y el diagnóstico como herramienta para ordenar la estrategia comunicacional a base del conocimiento de cada realidad.

El manual está estructurado de una manera ágil, clara y sencilla. En todos sus capítulos presenta ejemplos prácticos de cada tema y recomendaciones para su uso. Es un valioso material para expertos y no expertos que trabajan por la democratización de la comunicación desde los diversos espacios locales: barrios, escuelas, organizaciones, juntas de vecinos, comités, centros culturales, etc.

MARTHA RODRIGUEZ J.