

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

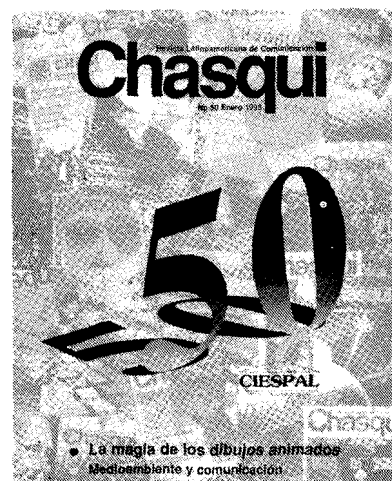
12 DE OCTUBRE Y VEINTIMILLA
EDIF. ABYA-YALA

NUESTRA PORTADA

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

Diseño: Arturo Castañeda

Fotografía: Kira Tolkmint



Los destructivos B&B

En los últimos años varios dibujos animados para jóvenes han cautivado a los mayores por la temática que tratan. Ese es el caso de Los Simpson o Vida de perros, que son fiel representación de la sociedad norteamericana. Ahora se viene a sumar a este fenómeno el dúo juvenil integrado por Beavis y Butt-Head.



Los B&B son dos estudiantes secundarios para quienes el mundo se divide en dos partes -lo cool, o sea los genial- y lo suk o sea lo apestoso-. Su autor es el creativo Mike Judge y los inventó para que comentaran videoclips musicales en el canal musical MTV. Debido al rating obtenido comenzaron a vivir sus propias aventuras. Antes de Beavis y Butt-Head, Judge era un creativo desconocido, pero estos dibujos animados lo lanzaron a la fama total.

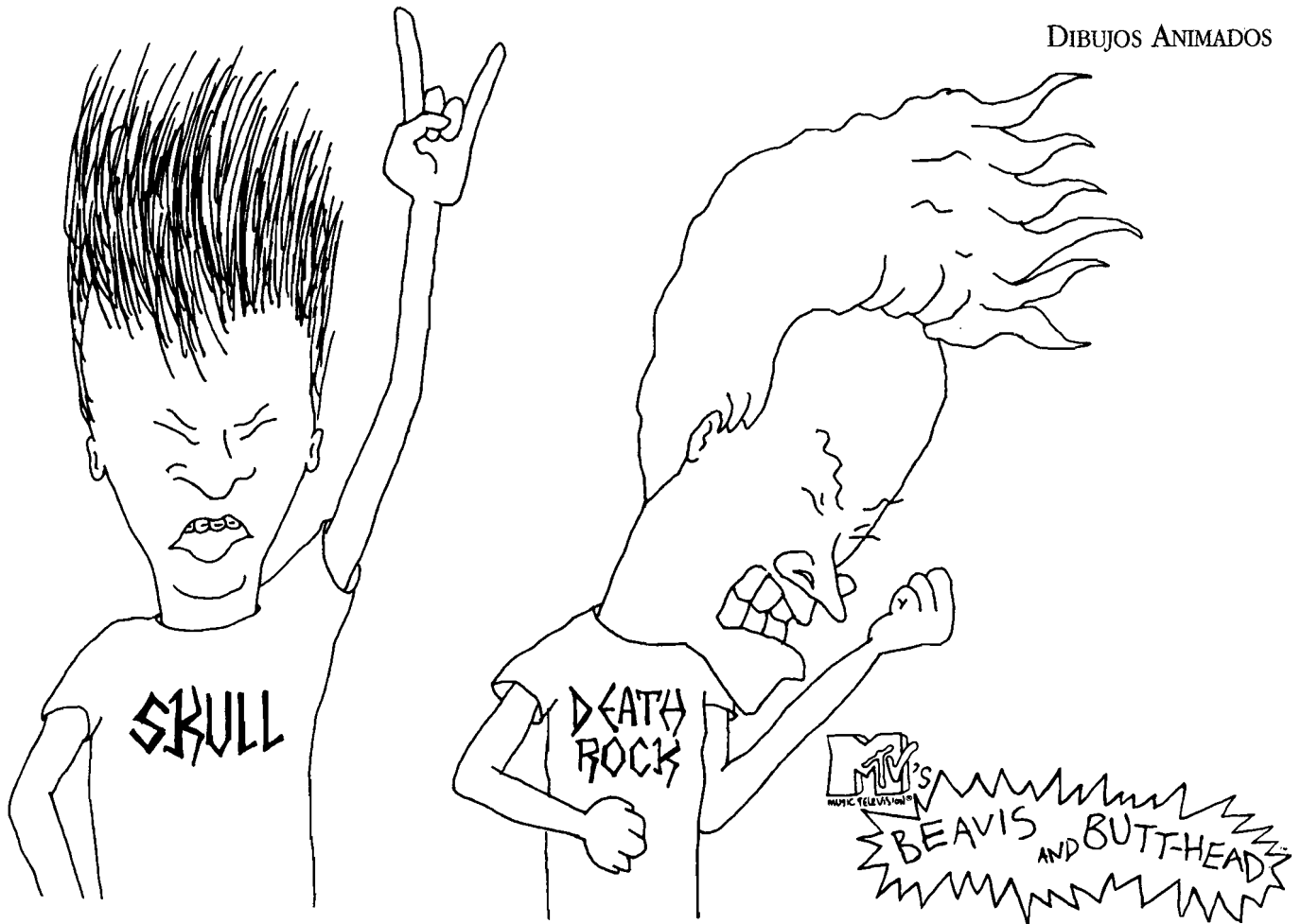
La vida de estos dos jóvenes piromaniacos está marcada por sus locuras y el amor a la música heavy metal. Uno de sus pasatiempos es prenderles fuego a los tachos de basura, y el grito de guerra que los identifica el "huh, huh, huh", infaltable en cualquier High College de Estados Unidos. Además se caracterizan por destripar insectos y defenestrar grupos musicales de moda "porque apestan". Sus conjuntos admirados son los grupos de heavy: Nirvana, Aerosmith o los Red Hot Chili Peppers.

Beavis es un joven rubio que usa una camisa del grupo Metallica, y Butt-

Head es un joven de cabellos oscuros que usa una camisa del grupo AC/DC. Son dos desempleados que les gusta divertirse viendo programas de televisión de mala calidad, creando problemas en el shopping center con la tarjeta de crédito de un vecino y asistiendo a eventos como el "Campeonato de destrucción de tractores". Viven en una zona suburbana, se divierten despreocupadamente y tienen una extrema falta de motivación con la vida. Aunque repiten que las chicas "apestantan", en el fondo se mueren por ellas. Pero el gran amor de sus vidas, la que se adapta a sus formas de ser, la "cool", es Cher, con la que hicieron un video cantando a trío, en el que pudieron tocarle las piernas a voluntad.

Si bien estos dibujos han logrado un gran éxito entre determinados jóvenes e inclusive mayores, porque ven en ellos una expresión de la sociedad estadounidense actual, muchas otras personas los han repudiado y han pedido al canal que los eliminaran de la programación. Tal vez el caso más grave es el de una madre de Ohio, que llamó a los medios para decir que su hija de cinco años, había decidido quemar viva a su hermanita de dos, basándose en los actos de los B&B. Como consecuencia, dejaron de exhibirlos a las 19 horas y los trasladaron

DANIEL LOPEZ, argentino. Comunicador social.



ron a las 23. Lejos de perjudicarlo, este hecho le significó más publicidad al dúo y se multiplicó su audiencia, las ventas de sus CD y los pedidos de camisetas con su imagen.

En el camino de Los Simpson

Para el crítico de TV, James Pinkerton de *Los Angeles Times*: "Ante los B&B, Bart Simpson es un nene de pecho". Mientras que la revista de espectáculos US, señaló que en 1993 hubo dos fenómenos masivos: el Parque Jurásico de Steven Spielberg y los B&B. Sin embargo, el semanario *Newsweek* los criticó duramente y los puso en una misma bolsa con otros programas de televisión que denominó "Estúpidos engaños televisivos", según tituló en su portada. A esto sumó un subtítulo que decía "La lucha del billón de dólares para insultar su inteligencia", aludiendo a la competencia de esas producciones por millonarias ganancias.

Si bien para los B&B esta polémica cultural "apesta" (así lo hicieron), para los productores fue como caída del cielo porque los ayudó a convertirse en uno de los programas que dejan más ganancias en Estados Unidos.

El semanario *Newsweek* los criticó duramente y los puso en la misma bolsa con otros programas de televisión que denominó "Estúpidos engaños televisivos", según tituló en su portada.

Según Steven Daly, productor de estos dibujos: "Reducir a B&B a la suma de sus transgresiones es un gran error de apreciación para quien mira la sociedad actual. Seguramente que ellos son piromaníacos y casi deficientes mentales, pero también son más despiertos que muchos de los presentadores de la MTV, y mucho más astutos que cualquier otro animador de medios en el país. Y si tienen éxito es porque responden a su audiencia: muchachos jóvenes con una mano en el control remoto y otra dentro de sus pantalones".

Por su parte, Mike Judges, el creador de los B&B señaló que le "entristecía pensar que se asociara a sus muñecos con tragedias infantiles o, con las que ellos nada tienen que ver".

A pesar de ser un típico producto norteamericano, los B&B están comenzando a exhibirse con éxito en América Latina. Para muchos críticos es una forma más de penetración cultural norteamericana con "productos de mala calidad que además no tienen nada que ver con nuestra forma de ser". Pero el marketing se impone y muy posiblemente en poco tiempo los B&B sean tan populares como *Los Simpson*. ●