

Carta a nuestros lectores

Ponemos a consideración de nuestros usuarios la edición N° 100 de la Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui, que trae como tema central la investigación en la comunicación, tratado por dos especialistas de renombre, como son Luis Ramiro Beltrán y José Marques de Melo, quienes analizan el desarrollo de la investigación desde las cuatro últimas décadas, destacando la responsabilidad del comunicador como generador de mensajes con proyección más allá de lo aparente.

El desarrollo tecnológico de los medios de comunicación exige mayor apertura y agilidad en las fuentes informativas, tema que es analizado por José Zepeda Varas y Daniel Prieto Castillo, quienes detallan el derecho a la comunicación como importante soporte de los periodistas a la hora de realizar su trabajo.

Fernando Veliz, desde Chile, nos invita a reflexionar sobre el desarrollo alcanzado por el conocimiento social respecto de su propia realidad, sobre la base de los cambios que la historia recoge a lo largo de los siglos, teniendo como denominador común a la comunicación como lazo de relación entre los seres humanos y entre éstos y su entorno.

La crisis económica que agobia a un alto porcentaje de la humanidad ha obligado a desarrollar estrategias económicas para combatirla, y Fabiana Feijoo rescata el papel de la comunicación para activar procesos de apoyo económico social, como los microcréditos.

Los altos sitiales alcanzados por las grandes corporaciones transnacionales han dado lugar al apareamiento de mitos y leyendas que, muchas veces, provocan el rechazo a la imposición de sus intereses mercantiles, situación que es analizada en buena forma por el argentino Miguel Santagada.

El uso del marketing por parte de organismos seccionales, como herramienta para generar imagen y captar recursos del sector privado, que les permitan realizar obras, es un tema que lo trata a profundidad la catedrática mexicana Amaia Arribas Urrutia, quien enfoca este tema como alternativa para fortalecer a las arcas municipales.

La incursión de la televisión digital en América Latina es cuestión de tiempo, pues lo analógico pasará a la historia cuando lo digital se imponga como una realidad que el mundo desarrollado ya está disfrutando, aunque para esto se deban cambiar los conceptos de televisión e incluso la forma de vida, pues su disfrute dependerá, además, de la capacidad económica para acceder a un televisor de alta definición, según un análisis de Fernando Fuentes.

Un tema recurrente en nuestros países latinoamericanos es el referido a la defensa del periodismo profesional, acción que tiene varias aristas que son consideradas en un ensayo bien logrado por parte del español Ángel Arrese, quien reivindica para el lector los beneficios de un trabajo profesional por parte de los comunicadores.

Al igual que en ediciones anteriores, el número 100 de Chasqui presenta contenidos que, estamos seguros, serán un gran aporte para la actualización de conocimientos referidos a la comunicación y el periodismo, como el uso del artículo como género persuasivo para la comunicación política, que lo escribe Rafael Yáñez Mesa, el impacto de la publicidad en los jóvenes, y la oferta bibliográfica en temas de comunicación y periodismo.

Consejo de Administración



Presidentes

Víctor Hugo Olalla P.
Universidad Central del Ecuador

María Isabel Salvador
Ministra de Relaciones Exteriores,
Comercio e Integración

Raúl Vallejo C.
Ministro de Educación

Héctor Chávez V.
Universidad Estatal de Guayaquil

Hugo Saguier C.
Organización de Estados Americanos

Patricia Ashton
Comisión Nacional de UNESCO
para los países andinos

Héctor Espín R.
Unión Nacional de Periodistas

Freddy Moreno M.
Asociación Ecuatoriana de
Radiodifusión

Yolanda León T.
FENAPE

Edgar Jaramillo S.
Director General del CIESPAL

Teléfonos: (593-2) 250-6149 - 250-6148

Fax (593-2) 250-2487

web: www.ciespal.net
www.chasqui.comunica.org
weblog: www.revistachasqui.blogspot.com

Apartado Postal 17-01-584

Quito - Ecuador

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

ISSN 13901079

CONTENIDO

	Pág.		Pág.
Páginas de grandes periodistas		Marketing municipal	
<i>Juan Gargurevich</i>	3	<i>Amaia Arribas Urrutia</i>	40
Portada		En defensa del periodismo profesional	
Temas y objetivos de investigación en la comunicación de ayer		<i>Ángel Arrese</i>	46
<i>Luis Ramiro Beltrán Salmón</i>	4	Compras y fusiones mediáticas a nivel mundial	
Reto de la investigación latinoamericana en comunicación		<i>María Helena Barrera-Agarwal</i>	52
<i>José Marques de Melo</i>	8	Prensa	
Opinión		El artículo, un género persuasivo	
Dos apostillas a la libertad de expresión		<i>Rafael Yanes Mesa</i>	58
<i>Antonio Pasquali Greco</i>	14	Televisión	
Ensayos		Televisión digital, los olvidados de la revolución	
El derecho a la comunicación		<i>Fernando Fuente-Alba Cariola</i>	64
<i>José Zepeda Varas y Daniel Prieto Castillo</i>	16	Investigación	
Comunicación, organización y narrativas: Construyendo desde la seducción		El impacto de la publicidad de cigarrillos en menores de edad	
<i>Fernando Veliz Montero</i>	22	<i>Juan Felipe Mejía Giraldo</i>	70
Comunicación para activar el microcrédito y combatir la pobreza		Comunicación Organizacional	
<i>Fabiana Feijoo</i>	28	Comunicación corporativa en empresas chilenas	
Leyendas mercantiles y sabotaje a las corporaciones		<i>Dino Villegas y Alejandro Kemp</i>	76
<i>Miguel Santagada</i>	34	Periscopio Tecnológico	82
		Bibliografía sobre Comunicación	86
		Actividades del CIESPAL	92

Las colaboraciones y artículos firmados son responsabilidad exclusiva de sus autores y no expresan la opinión del CIESPAL.

Todos los derechos reservados.

Prohibida la reproducción total o parcial del contenido, sin autorización previa de Chasqui.

Chasqui

Nº 100 Diciembre 2007

Director
Edgar P. Jaramillo S.

Editor (E)
Raúl Salvador

Consejo Editorial
Loío Echeverría - Héctor Espín
Juan M. Rodríguez - Francisco Vivanco R.

Portada
Mayra Cajilema C.

Diagramación
Mayra Cajilema C.
Gustavo Guerrero M.

Chasqui es una publicación del
CIESPAL

Miembro de la
Red Iberoamericana de Revistas de
Comunicación y Cultura
<http://www.felafacs.org/rederevistas>

Red de Revistas Científicas de América
Latina y el Caribe en Ciencias Sociales y
Humanidades
<http://redalyc.uaemex.mx>

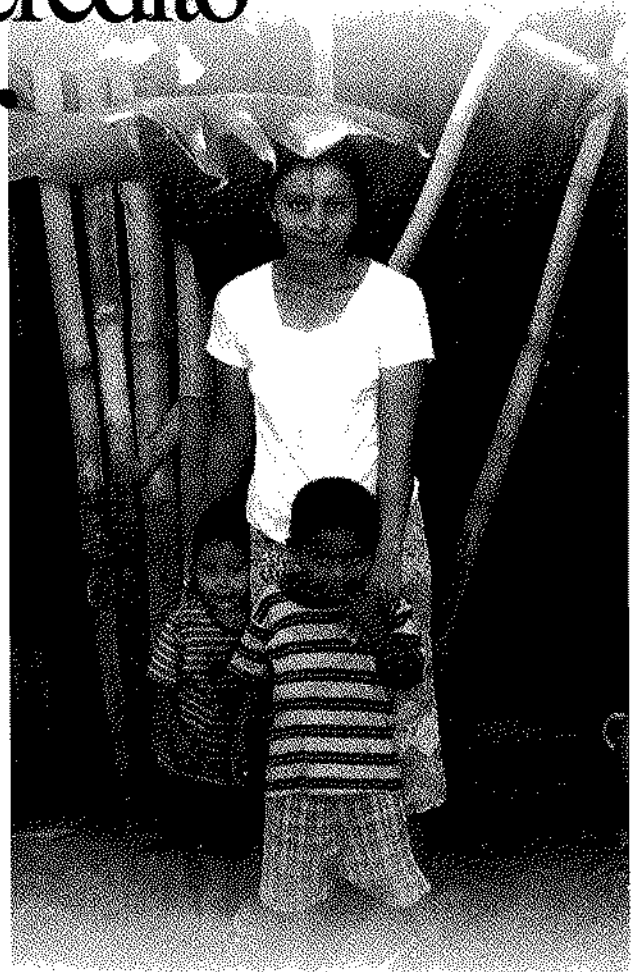
Impresión
Editorial QUIPUS - CIESPAL

Comunicación para activar el microcrédito y combatir la pobreza

Tres billones de personas en el mundo carecen de la posibilidad de lograr un empleo formal.

Las desigualdades sociales son cada vez más evidentes. Los esfuerzos de las organizaciones, de los gobiernos y la sociedad civil para erradicar la pobreza parecieran no alcanzar. Sin embargo, los microcréditos surgen como una posibilidad concreta, capaz de reducir la pobreza mundial en un 50 por ciento para el 2015.

Generar acciones de comunicación e información capaces de incentivar la práctica de los microcréditos y educar a las poblaciones para ello, resulta necesario para reducir el nivel de pobreza en el mundo.



Fabiana Feijoo ■

Los mundos parecen muy dispares: por un lado el sistema financiero que no ve que los pobres sean capaces de generar negocios rentables y, por el otro, millones de personas que esperan una ayuda económica que les permita salir de la situación de extrema pobreza.

Para los bancos convencionales entregar microcréditos no es conveniente porque representan:

1. Costos altos frente a volúmenes de préstamos muy pequeños.

2. La infraestructura adaptada al cliente específico resulta altamente costosa y de una operatoria complicada.

3. Ante un riesgo de incobrabilidad (supuesta) muy alto, las tasas resultan incalculables.

4. No existe la voluntad manifiesta de atender a una población de riesgo, sino a través de terceras entidades.

En el medio, están entidades del Tercer Sector, sensibilizando a los grandes capitales para que

*Fabiana Feijoo Musi, argentina, licenciada en Periodismo y Comunicación, especialista en Comunicación del Tercer Sector y en Comunicación Estratégica.
Correo-e: fabfeijoo@gmail.com*

presten parte de su acción directa y de su apoyo en la resolución de un problema mundial; a los gobiernos para que accionen con herramientas de Estado eficaces; y a la población para generar conciencia del avance y necesidad de combatir el flagelo de la pobreza.

En la última cumbre del milenio, los gobiernos se comprometieron a reducir en un 50 por ciento los niveles de pobreza. Derrotarla no es menester de los gobiernos, ni de las ONGs, ni de las empresas de manera aislada. Todo esfuerzo resulta escaso.

El concepto de erradicación de la pobreza hoy debe resonar en nuestras cabezas tan fuertemente como el de Cambio Climático. Se deben generar acciones de comunicación que sean capaces de generar la conciencia y el estímulo que nos lleven a cerrar el grifo para cuidar el agua, o a utilizar materiales reciclables o simplemente tomar sol con protector. La emergencia es la misma. Las campañas de comunicación resultan insuficientes para lograr alcanzar un mayor nivel de conciencia, esa acción de estímulo respuesta.

El Banco Mundial estima que hay cerca de 7.000 instituciones microfinancieras que prestan servicio a más de 16 millones de pobres de los países en desarrollo.

Algunas de estas instituciones están en Colombia, Ecuador, Argentina, Bolivia, Perú, Brasil, entre otros países de Latinoamérica. Promocionan y otorgan microcréditos, pero la ausencia de capitales que favorezcan los movimientos financieros impiden mantener sistemas de divulgación constantes, lo que dificulta llegar a mayor cantidad de gente.

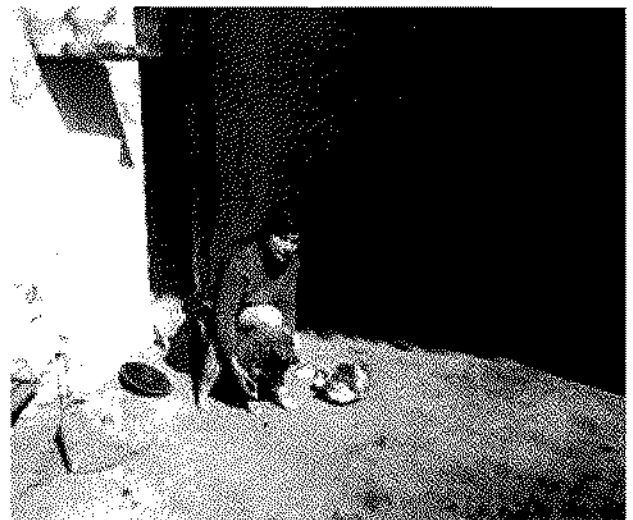
Información sobre la pobreza y los pobres

Nuestro punto de partida de acción no es ni más ni menos que el tiempo y espacio que habitamos, inmersos en una globalización que desenmascara los índices mundiales de pobreza. Con información que está al alcance de la mano,

se pueden establecer características estructurales de la pobreza y de los pobres, que deben servir de herramientas para trabajar de manera continua y efectiva contra este flagelo.

La globalización genera de manera constante movimientos de inclusión y exclusión. En este sentido, es un fenómeno de interdependencia de las sociedades que no anula los conceptos de nación, ni de Estado, pero plantea nuevos retos de gestión, en un marco de acelerado cambio multi-influyente.

El mismo sistema que genera los niveles de pobreza con los que convivimos traduce su mano generosa en subsidios, que no hacen más que remarcar la condición de pobre, asegurándole una suma de dinero determinada, liberando el impulso del trabajo.



Y otra vez se abren dos mundo, pero ahora más próximos. Las ONGs, con infraestructura y capital para microcréditos, y los prestatarios, o aquellos que deben despertarles de su letargo de pobreza para mostrarles algunos marcos de bienestar posibles. Espacios en los que el trabajo surge, o resurge como un factor de dignidad humano. Donde es viable y se debe planificar la educación, alimentación y sanidad familiar, como resultado lógico del fruto del trabajo.

Vivir en una desigualdad indecente es sumergirse a diario en el hambre, en enfermedades, exclusión social por causa y efecto, marginalidad, sin acceso a servicios de salud y educación. Por características estructurales, estos hombres y mujeres no pueden visualizar ni llevar a la práctica soluciones y acciones posibles.

En este sentido, y en esas comunidades, los sistemas de microcrédito aparecen con la fuerza de una revolución cultural en sí misma. Según figura en el Proyecto *World Values Survey*, se está produciendo un proceso de globalización de la comunicación que no refiere directamente a la cultura. Así, la identidad cultural surge como un elemento diferenciador en una globalización descontrolada. Identidad que debe ser el resultado de procesos de comunicación que permita la construcción de una identidad civil aglutinante.

Además, suponen una revolución cultural al otorgar créditos para micronegocios a aquellas personas que, por su condición de pobreza, analfabetismo y discriminación social, están normalmente excluidas de estos privilegios.

La globalización es un fenómeno de interdependencia de las sociedades, que plantea nuevos retos de gestión

Los códigos en la pobreza

En el Fórum Barcelona 2004, se presentaron 114 preguntas para responder a lo largo del encuentro, una de las cuales fue ¿respetaríamos más al mar, si pudiéramos comunicarnos con sus habitantes?

Construyamos un paralelo entre el mar, como sociedad que comparte elementos en común, y el tema que estamos tratando.



En comunidades que transitan niveles de máxima pobreza, los códigos relacionales comienzan a ser otros. La esperanza y la desconfianza en quien propone el microcrédito como camino para salir del estado de pobreza se dan por partes iguales. Se codean en un juego de comunicaciones relativas y directas, creadas en función de un público específico con necesidades estructurales, donde los mensajes se construyen de manera clara, sobre soportes conocidos, donde quien presta pasa a ser la mano que guía en un camino de esfuerzo liberador, y no quien especulará con su necesidad.

Las proyecciones y planificaciones deben dejar de ser "espejitos de colores" para llegar a realidades concretas en un tiempo óptimo. Establecer plazos, objetivos, mover el engranaje de lo posible, elevando el grado de comunicación dignifica a la persona a niveles sorprendentes.

El sistema de microcréditos se aplica desde hace un poco más de 25 años en los países en desarrollo, con resultados esperanzadores. Pero no alcanza.

En un mundo con desigualdades cada vez más amplias, los puentes de comunicación entre ambos deben ser cada vez más sólidos, capaces de reforzar la efectividad, para que no se quiebre la débil voluntad y esperanza del que solamente espera.

Muhammad Yunus, creador del *Grameen Bank* de Bangladesh, y por esta iniciativa Premio Nóbel de la Paz 2006, asegura que es preciso entender que se puede erradicar la pobreza con un conjunto de acciones no aisladas que fomenten el desarrollo social en general y no únicamente económico. El *Grameen Bank*, así como otras organizaciones canalizadoras de microcréditos, incluye en sus programas proyectos de capacitación, educación para los niños, mejoras sanitarias y de hábitos alimenticios, con el objetivo de maximizar los resultados y garantizar un desarrollo completo y una salida total de la pobreza.

Las proyecciones y planificaciones deben llegar a realidades concretas en un tiempo óptimo

Asia y América Latina, tan distantes, tan cercanas

Si la globalización nos permite establecer características estructurales generales, y compartir iguales problemáticas de pobreza, podemos imaginar soluciones similares.

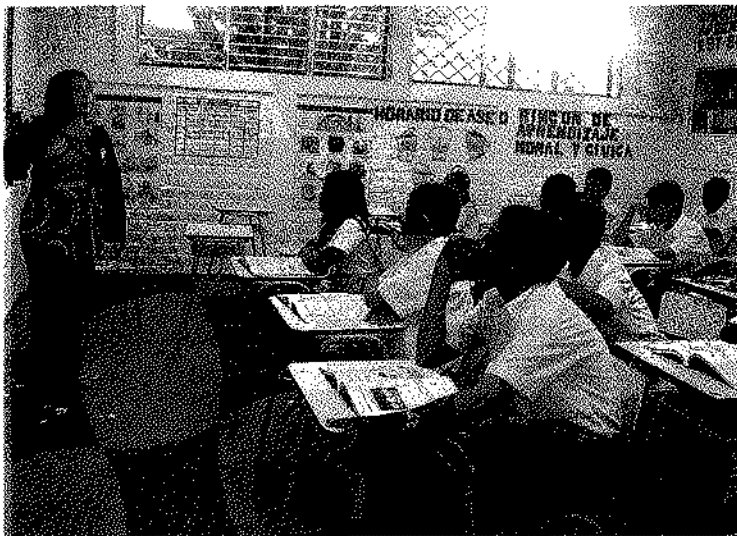
Generar plataformas de comunicación e información (TICs), para hacer del conocimiento un arma poderosa, para operar como fuente de la que puedan beber los estudiosos y prácticos de todo el mundo, suelen ser las mejores tendencias y estrategias actuales. Manejar estadística, técnica y comunicaciones, seguramente activa la toma de decisiones para acciones concretas y elimina pasos de exploración. La información, como eje, favorece la rápida puesta en marcha de planes, reduciendo en gran parte el porcentaje de error.

Podemos enumerar varios sitios y espacios de Internet dedicados a difundir, aplicar, agrupar y favorecer trabajos, entidades y proyectos, para combatir la pobreza extrema. En este contexto de análisis, y teniendo en cuenta que una de las características de la pobreza es el poco o nulo acceso a la educación, podemos analizar el siguiente caso.

A finales de 2006 se realizó un estudio comparativo entre los estudiantes en Asia Oriental y en los países en desarrollo de América

Latina. Se pudo determinar que, si bien ambas poblaciones infantiles recibían educación básica en la escuela primaria, la cantidad de jóvenes que accedía al nivel polimodal/secundario disminuían considerablemente.

En lugares tan distantes, la problemática por acción de un sistema económico compartido y globalizador es semejante. Ambos deben facilitar el acceso a la educación polimodal/secundaria y a la vez mejorar la calidad de los procesos de aprendizaje y enseñanza, además de reducir las desigualdades entre grupos de ingresos y áreas urbanas y rurales. Los trabajos en conjunto de las comunidades involucradas servirán para dar pronta resolución a estos problemas.



Ambas regiones incluyen a países muy disímiles en cuanto a desarrollo social y económico, los que varían de países de ingreso medio a medio superior como Corea, Malasia, México y Chile, a países de ingreso más bajo como Vietnam, Camboya y Bolivia.

Las crisis o situaciones cambiantes en lo político y económico que suceden en los distintos países dejan heridas en el seno de cada familia en situación de riesgo. Padres e hijos se enfrentan a un cuadro difícil de modificar por sus propios recursos, si no es a través de acciones concretas externas, que posibiliten de manera efectiva

mejorar una situación de frustración personal que repercute en una inestabilidad social visible y compleja: jóvenes sin futuro profesional, dificultades de insertarse al sistema económico, altas probabilidades de caer en la delincuencia, ingresar en el sistema de trabajo ilegal, adicciones, etcétera.

Podemos entender al conocimiento como la manera de construir bases sólidas para el progreso social, atendiendo simultáneamente necesidades individuales que facilitan la movilidad social ascendente, contribuyendo al crecimiento del país.

El acceso limitado a la educación polimodal/secundaria, y más aun de grado, es una realidad imposible de negar. Universidades estatales politizadas, que socavan recursos, tiempos y entusiasmo de los jóvenes, también forman parte de otro marco de análisis. La calidad de la educación no está relacionada solamente con el caudal de aportes económicos financieros, sino de un grupo de acciones en conjunto que mejoren la eficacia.

La educación no debe ser considerada parte de la política sectorial, sino la variable clave de la estrategia para el desarrollo de cualquier país.

Si bien la situación y marco de diagnóstico resultan complejos, están fácilmente reflejados en los jóvenes que, queriendo mejorar su futuro, intentando no repetir la historia de sus padres, se encuentran limitados en su progreso. No pensemos en sistemas asistencialistas, no pensemos en regalar ni en donar. Pensemos en fomentar sistemas que permitan descubrir habilidades, capacidades y vocaciones y así facilitar el acceso al estudio y a la elección laboral.

El caso de México

Al igual que en muchos otros países, los jóvenes aportan dinero con su trabajo (muchas veces ilegal), que permite mantener cubiertas algunas necesidades básicas del hogar. De esta

manera, no solo el joven prioriza el trabajo frente a las horas de estudio, sino que además es alentado por los padres a hacerlo.

Vista la educación como la herramienta que facilita el ascenso social, lo que parece ser una solución (dinero) es el comienzo del transitar por un círculo vicioso, que no les permite escapar del estado de pobreza.

Ante este marco de diagnóstico, en México se pone en marcha un plan financiero conocido como "Transferencias en Efectivo Condicionadas".

Se ideó de manera distinta al sistema de becas otorgadas en Argentina, donde se entregaba a cada joven un importe en dinero, que él debía administrar para la compra de elementos de estudio y solventar los gastos de escuela. Rápidamente, en un país jaqueado por la falta de empleo, el dinero de la beca se destinaba a cubrir los gastos del hogar. De manera que la beca de estudio se disfrazaba de subsidio a la pobreza.

Por lo contrario, en México, los pagos en forma de becas y ayuda se entregaban a los hogares pobres en forma de alimentos, siempre y cuando mantuvieran a sus hijos en la escuela.

En un mundo con desigualdades los puentes de comunicación deben ser cada vez más sólidos

El programa, que atendió a alrededor de cinco millones de familias en 2005, entrega más dinero a medida que los niños pasan a grados superiores, lo que favorece levemente a las niñas en el nivel secundario inferior.

La idea es compensar a las familias por los ingresos que habrían llevado al hogar los niños



que no asisten a la escuela, además de ofrecer a los jóvenes una opción para escapar de la pobreza crónica e intergeneracional a través de la educación. Entre 2000 y 2002, las matrículas en la escuela secundaria crecieron un seis por ciento al año, en comparación con el dos por ciento antes de 2000.

El programa es reconocido por el aumento del 8,4 por ciento en el índice de asistencia, el 20 por ciento en cuanto a transición a la escuela secundaria y el 10 por ciento en relación con el logro de grados, según señala Emanuela di Gropello, del Banco Mundial.

Muhammad Yunus, en su libro *Hacia un Mundo sin Pobreza*, afirma que se muere de muchas maneras, pero la muerte por inanición es la más inaceptable. Va tomando cuerpo con lentitud. Segundo tras segundo, el espacio entre la vida y la muerte se reduce inexorablemente. En un momento dado, la vida y la muerte están tan próximas que se torna casi indistinguible, no se sabe si la madre y el hijo, postrados en el suelo, se encuentran todavía entre nosotros o ya se fueron al otro mundo. La muerte sucede a pasos tan sigilosos que ni siquiera la escuchamos. Y todo esto por un puñado de alimentación. En los alrededores, el mundo come a placer, pero no ese hombre, no esa mujer. El bebé llora, y luego acaba por dormirse sin la leche que necesita. Mañana quizás, ya no tendrá fuerzas para gritar.■