

# Chasqui

Revista Latinoamericana  
de Comunicación

No. 66 - JUNIO 1999

**Director**

Edgar Jaramillo Salas

**Editor**

Fernando Checa Montúfar

**Consejo Editorial**

Edgar Jaramillo Salas

Fernando Checa Montúfar

María del Carmen Cevallos

Guadalupe Fierro

Nelson Dávila Villagómez

Héctor Espín

**Consejo de Administración de  
CIESPAL**

Presidente, Víctor Hugo Olalla,  
Universidad Central del Ecuador

Mary Lou Parra de Hay,  
Ministerio de Educación y Cultura

Paulina García de Larrea,  
Ministerio de Relaciones Exteriores

Juan Centurión, Universidad de  
Guayaquil

Carlos María Ocampos, OEA

Consuelo Feraud, UNESCO

Luis Espinoza, FENAPE

Jorge Iván Melo, UNP

Lenin Andrade, AER

**Asistente de Edición**

Martha Rodríguez

**Corrección de Estilo**

Manuel Mesa

Magdalena Zambrano

**Portada y contraportada**

Aia Kondratova

**Impreso**

Editorial QUIPUS - CIESPAL

Chasqui es una publicación de CIESPAL

Apartado 17-01-584, Quito, Ecuador

Tel. 506-149, 544-624

Fax (593-2) 502-487

E-mail: chasqui@ciespal.org.ec

http://www.comunica.org/chasqui

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

ISSN 13901079

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

## NOTA A LOS LECTORES

Más que una sorpresa, la respuesta que Manolo me dio hace algunos meses -al solicitarle una nueva colaboración para *Chasqui*- fue la confirmación de una enorme capacidad para el trabajo en un hombre donde la sabiduría se da la mano, en un nivel alto, con la humildad: "en estos días -me dijo- no puedo hacer mucho, estoy terminando mi tesis doctoral". A sus 75 años, con 25 libros publicados y otros en proceso; más de medio siglo dedicado al periodismo (la mayor parte al de la ciencia y la tecnología), a la enseñanza en la universidad y fuera de ella; líder indiscutible en el asociacionismo... **Manuel Calvo Hernando**, como cualquier joven universitario, estaba en procura de conseguir su título de doctor!, como si toda su trayectoria no fuese suficiente para acreditarlo como tal... y mucho más.

Desde que en 1955 hiciera su primera cobertura en Periodismo Científico (PC), para el diario madrileño *Ya*, hasta la actualidad -dejando su inmensa huella profesional en prensa, radio, TV, agencias-, su trayectoria ha sido tan prolífica, amplia y rica que, para Manuel Toharia, Manolo "inventó el periodismo científico español", y nosotros agregaríamos que también el de Iberoamérica, junto a otro insigne profesional de estas lides (lamentablemente fallecido hace pocos años) el venezolano Aristides Bastidas, con quien fundó, en 1969, la Asociación Iberoamericana de Periodismo Científico, de la cual todavía es su secretario general.

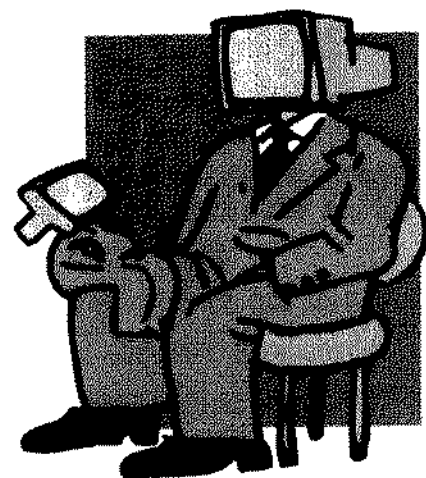
Leonardo Da Vinci vislumbró la importancia y misión de la comunicación de la ciencia. Hace más de 500 años dijo: "Solo es ciencia la ciencia transmisible" y, en otra oportunidad, "El placer más noble es el júbilo de comprender". Manolo encarna, en medida grande, el pensamiento de Leonardo que ha constituido el fundamento de su invaluable quehacer: "poner al alcance de la mayoría -propone el maestro español como una de las misiones del periodismo y la divulgación de la ciencia- el patrimonio intelectual de la minoría, en el ejercicio de la más difícil y exigente democracia, la de la cultura, la de la democracia tecnológica".

Para quienes hemos tenido el privilegio de conocerle y enriquecernos con su savia -especialmente esta revista para la que con frecuencia ha tenido un texto listo e incontables sugerencias y consejos- es un honor rendirle un justo homenaje al dedicarle esta edición, en la cual -no podría ser de otra manera- presentamos un *dossier* sobre lo que es su pasión: la **Comunicación Pública de la Ciencia**. En él ofrecemos dos textos que dan una semblanza de la vida y obra del maestro; otro de su autoría en el cual desarrolla una de las más importantes funciones del PC: la democrática, la de crear ciudadanía, pues luchar contra el analfabetismo científico, tratar de reducir la brecha entre la cultura científica del pueblo y el avance de la ciencia, es una manera -tan soslayada como importante- de luchar a favor de la democracia. También ofrecemos reflexiones sobre el rol de los medios masivos de comunicación en este ámbito y -algo tan necesario como lo anterior- experiencias que, más allá de los *media*, son espacios muy efectivos para la educación: los parques de la ciencia, centros interactivos donde "se prohíbe NO tocar". Creemos que el mejor homenaje al maestro es enriquecer una práctica de comunicación de la ciencia que contribuya a la democracia, a una mejor comprensión del mundo, a lograr un progreso justo y digno en el marco del desarrollo sustentable. Con Manolo, y en gran medida gracias a él, podemos hacer mucho al amparo de estas utopías.

  
Fernando Checa Montúfar  
Editor

## COMUNICACIÓN PÚBLICA DE LA CIENCIA

**C**on cierto humor Manuel Calvo Hernando ha sido bautizado como "la Madre Teresa de Calcuta del periodismo científico iberoamericano". Sus casi 50 años dedicados, desde distintos ámbitos, a esta especialización atestiguan su invalorable aporte. Esta edición es un homenaje al amigo y maestro.

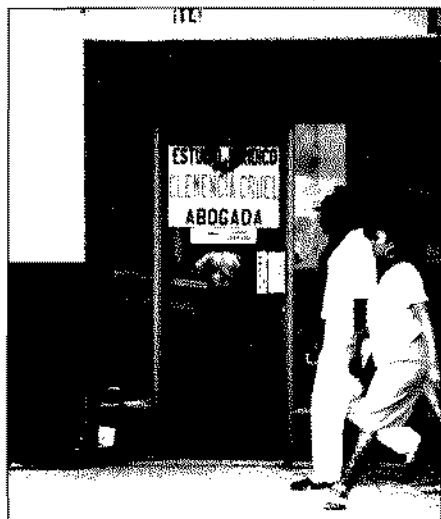


## REDES ELECTRÓNICAS: REALIDAD Y DESAFÍOS

**U**na utopía de electrodomésticos inteligentes -dice Christian Ferrer- no es lo mismo que una red de relaciones comunitarias". Más importante que el uso de las NTIC son las condiciones de este uso y la lógica dentro de la cual se da.

- |  |   |   |
|--|---|---|
| <b>4</b> Manuel Calvo Hernando: 50 años de periodismo científico<br><i>Antonio Calvo R.</i>    | <b>19</b> Televisión y comunicación para la salud<br><i>José Henríquez Sandoval, Guillermo Orozco Gómez</i> | <b>38</b> Internet: el nacimiento de una gran nación<br><i>Christian Ferrer</i>                       |
| <b>7</b> Manuel Calvo H.: "Inventar el periodismo científico"<br><i>Manuel Toharia</i>         | <b>23</b> Medios audiovisuales y divulgación de la ciencia<br><i>Alberto Miguel Arruti</i>                  | <b>41</b> NTIC y educación: el conflicto entre novedad e innovación<br><i>Susana Velleggia</i>        |
| <b>11</b> Democracia y periodismo científico<br><i>Manuel Calvo Hernando</i>                   | <b>27</b> La infografía aplicada al periodismo científico<br><i>Mariano Belenguer Jané</i>                  | <b>46</b> Movimientos sociales y los retos de Internet<br><i>Sally Burch</i>                          |
| <b>14</b> Ciencia y tecnología, más allá de los medios masivos<br><i>Marco Ordóñez Andrade</i> | <b>31</b> Parque de las Ciencias de Granada: ventanas al laberinto<br><i>Ernesto Páramo Sureda</i>          | <b>50</b> Lo real y lo virtual en las redes electrónicas<br><i>Francisco Ficarra</i>                  |
| <b>17</b> El periodismo científico como servicio público<br><i>Ignacio Bravo</i>               | <b>34</b> Comunicación científica en Colombia: todo un reto<br><i>Lisbeth Fog</i>                           | <b>54</b> Telecentros y desarrollo social<br><i>Ricardo Gómez, Patrick Hunt, Emmanuelle Lamoureux</i> |

- 59** Un nuevo lenguaje técnico: el español en la red  
*Alberto Gómez Font*
- 64** El español en la red: quintos en la liga y bajando  
*Luis A. Fernández Hermana*
- 66** La TV ya no es lo que conocimos  
*Carlos Eduardo Cortés*
- 71** Enredados y enchufados para saltar del cerco  
*Víctor van Oeyen*
- 76** Del internet en la radio hacia la radio en internet  
*Oscar Vigil*



## APUNTES

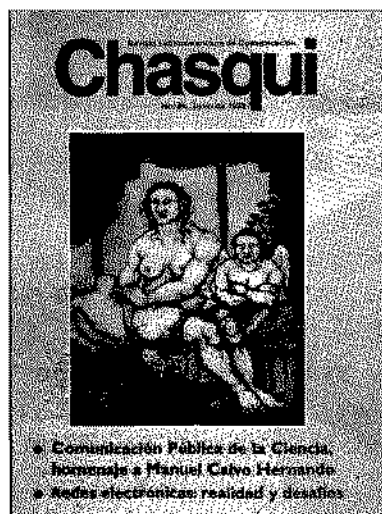
- 79** Letreros  
*José Luis García*
- 82** Periodismo e investigación histórica  
*Carlos Marchi*

## 85 NOTICIAS

- 86** ACTIVIDADES DE CIESPAL

## RESEÑAS

- 87** Libros sobre la prensa iberoamericana  
*Daniel E. Jones*
- 91** Gestión de la radio comunitaria y ciudadana. Un manual de trabajo para radialistas apasionados  
*Claudia Villamayor, Ernesto Lamas*



## PORTADA Y CONTRAPORTADA

Ala Kondratova

"Venus y Cupido"

Oleo 41 x 51 cm

1998

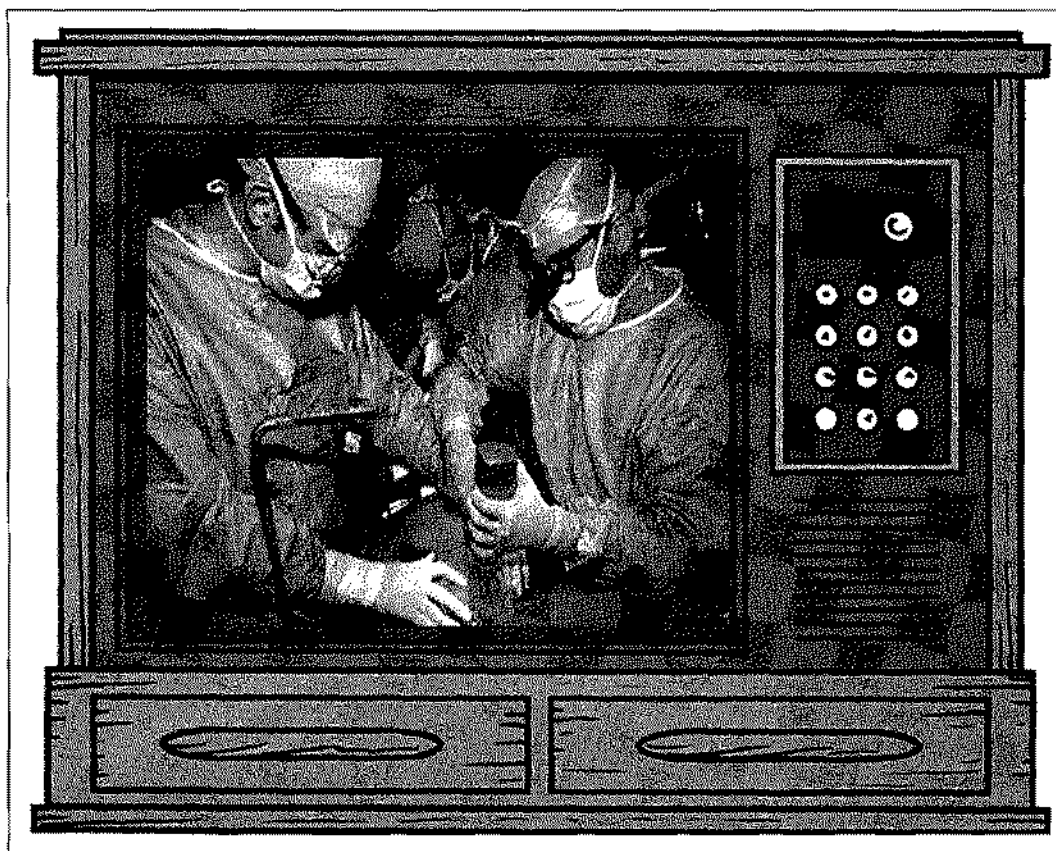
"El quincuagésimo de Dalí"

Oleo 61 x 91.5 cm

1998



# Televisión y comunicación para la salud



*Actualmente la "televisación de la vida" es una realidad incuestionable, de ahí que el desafío es cómo aliar la TV a la generación de procesos de comunicación y educación para el cuidado de la salud, para promocionar la vida saludable en sociedades saludables. Los autores recalcan la importancia de tomar en cuenta la complejidad presente de los fenómenos salud-enfermedad, con el fin de que se constituyan en verdaderas estrategias de intervención social.*

**M**ucho se ha estudiado y dicho acerca del impacto (tanto negativo como positivo) que la TV ejerce en la vida cotidiana de las personas, principalmente en la construcción de determinadas formas y valores de comporta-

miento, procesos de significación, resignificación y de representación de realidades, así como en las formas de ver y "leer" el mundo. No obstante, creemos que todavía hacen falta mayores estudios y reflexiones acerca del impacto que la TV tiene específicamente en la construcción de una conciencia sanitaria so-

**JOSÉ HENRÍQUEZ SANDOVAL**, mexicano. Posdoctorante en el Departamento de Estudios de la Comunicación Social de la Universidad de Guadalajara, profesor titular del Departamento de Salud de la Universidad Estatal del Suroeste de Bahía, Brasil.

**GUILLERMO OROZCO GÓMEZ**, mexicano. Profesor-investigador en el Departamento de Estudios de la Comunicación Social de la Universidad de Guadalajara. E-mail: guillermo@admin.is.cornell.edu  
gorozco@udgserv.cencarudg.mx

bre el cuidado de la salud individual y colectiva, toda vez que la TV transmite comunicados variados que expresan formas de entendimiento y a la vez significan lo que es salud, enfermedad y sus formas de prevención, producción y reproducción.

### Territorialización de la información

En investigaciones empíricas, con estudiantes universitarios acerca de campañas educativas sobre la prevención del SIDA, vehiculadas por la TV, (Henríquez Sandoval, 1996), se constata que tales campañas no son caracterizadas como estrategias de educación para el cuidado de la salud, o para la prevención del SIDA, sino que más bien sirven, apenas, para constatar el conocimiento previo que ellos tienen sobre tal enfermedad, por lo que no parecen ser necesarias. Por otro lado, entre estudiantes de educación media, tales campañas -según informan estos estudiantes- sí tienen un componente educativo, pero son consideradas insuficientes e inadecuadas para quienes más necesitan de informaciones sobre el cuidado de la salud.

Tales resultados constatan la necesidad de considerar la heterogeneidad de los receptores y, consecuentemente, la diferenciación de las necesidades comunicativas y educacionales de los mismos, de donde emerge el desafío de casi una "territorialización" de la información. Esto es, el desafío de producir y vehicular una comunicación con direcciones precisas, dirigida a destinatarios concretos, al igual que una correspondencia. Esto, porque como comenta Borda y Longo (1997:98) mencionando a Robertson (1995), "... la segmentación de los públicos, la 'globalización' de los productos, son tendencias que confirman la imposibilidad de pensar a las audiencias como un todo homogéneo, con características fijas que se pueden identificar, describir y aun controlar".

### Televisión de la vida

Lo anterior cobra mayor relevancia si reconocemos que vivimos en la era de la comunicación, y más precisamente de la "televisión de la vida", lo que reafirma el desafío de repensar cualquier práctica comunicativa o de educación, para ser producida y vehiculada por algún medio, y principalmente la comunicación y educación para la salud, cuya meta final se-

ría la promoción de la vida saludable de las sociedades saludables. "Más que ser sociedades de la comunicación, las contemporáneas son sociedades mediáticas, mass-mediáticas. Y tratando de ser más precisos aún, sociedades informáticas donde la información, convertida en sustento material de intercambio, en mercadería, cada vez más tiene un valor de uso y un expansivo valor de cambio..." (Orozco, 1997: 38-39).

En ese contexto de la "televisión" de la vida, la TV surge como una fuerte aliada para la construcción de determinadas visiones del mundo que pudieran ser aprovechadas para la formación de una conciencia sanitaria para el cuidado de la salud. Si la TV gana espacios privilegiados entre las personas, ocupando muchas veces "... un lugar central dentro de la casa y se torna el punto alrededor del cual otros espacios y actividades son organizados" (Thompson, 1995:28), y hasta "... parece impensable una vida cotidiana sin TV" (Orozco, 1996b:19), entendemos que la comunicación para el cuidado de la salud se vuelve un objeto de atención con posibles repercusiones positivas en la vida cotidiana de las personas, principalmente en aquellas conside-

**L**a TV se debe utilizar de forma creativa para hacer realidad su potencial dinamizador para promover el "virus" de que la salud es lucha política, individual y colectiva, y la enfermedad es el producto de las condiciones y modos de vida a las que la gente está expuesta.



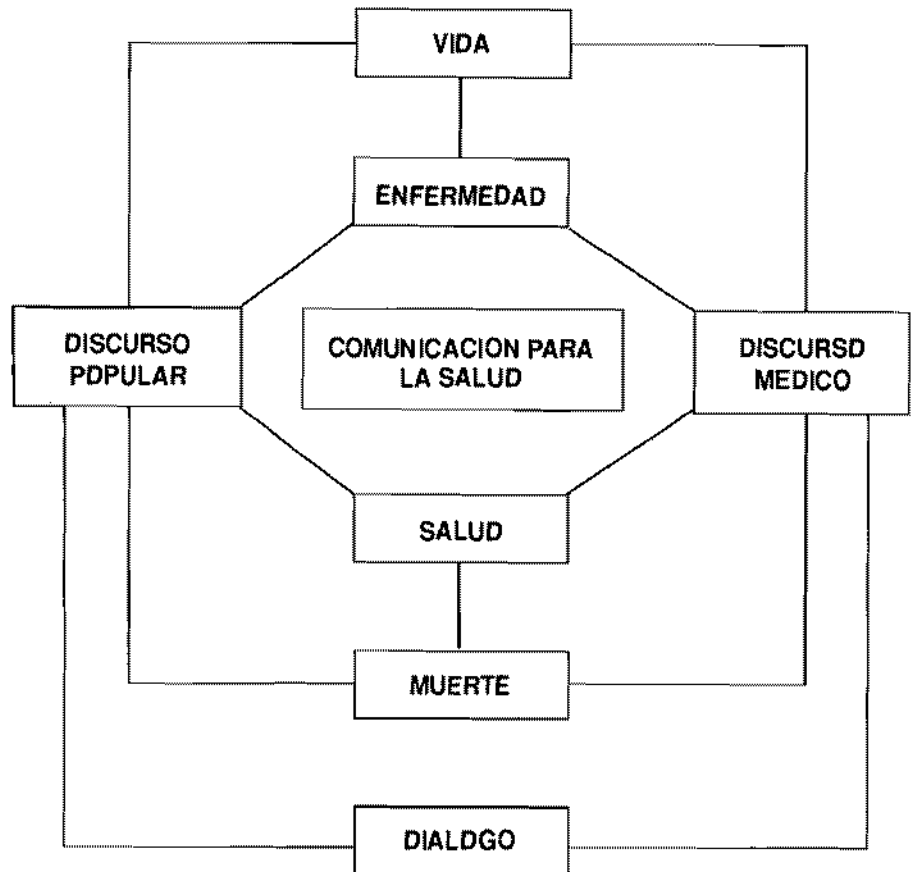
*En las prácticas comunicativas para el cuidado de la salud es fundamental considerar la cotidianidad de la gente, pues en esta es donde se construyen, se ritualizan y legitiman sus formas de ser y vivir.*

radas de bajo nivel socio-económico que no tienen garantizado el acceso a los servicios de salud.

Por lo tanto, la comunicación para la salud no puede ser reducida a "simples nociones y conceptos" unicasalistas, sobre determinadas enfermedades y procesos de salud, sino que la TV se debe utilizar de forma creativa para hacer realidad su potencial dinamizador para promover el "virus" de que la salud es lucha política, individual y colectiva, y la enfermedad es el producto de las condiciones y modos de vida a los que la gente está expuesta.

En un estudio realizado por Henríquez y Santos (1998), entre familias residentes en comunidades urbano-marginales, se constató que para esas familias la TV era el principal medio de información para cuidar de la salud y, por lo tanto, según la opinión de esas familias, la TV "es el doctor de la casa". De manera similar, otro investigador ha sugerido que: "Para el pobre que apenas tiene cómo subsistir y para quien vive territorialmente, como la gran mayoría de las masas urbanas de América Latina, el televisor adquiere un inmenso valor como fuente de contacto con otros horizontes y como gratificación ante una vida con pocas alternativas" (Valerio Fuenzalida, 1987, mencionado por Bisbal, 1996:129).

Así, el hecho de que la TV sea considerada el "doctor de la casa", o la "fuente de contacto", tiene dos grandes implicaciones: si, por un lado, la TV posibilita el conocimiento (aunque de forma reducida) de algunas enfermedades, como el dengue, el cólera, el SIDA, la tuberculosis, el cáncer, etc., estimula a los televidentes a la búsqueda de los servicios de salud; al mismo tiempo, los estimula para la práctica de la auto-medicación, lo que los puede colocar en riesgo de adquirir otras enfermedades. Además de esto, (según los informantes del estudio citado), la comunicación en salud vehiculada por la TV, les produce determinadas necesidades de consumo, que cuando no son satisfechas les provoca angustia, estrés y preocupaciones, interfiriendo negativamente en su salud mental. Esto sería una especie de comunicación para la "no-salud" y, en ese sentido, la comunicación supuestamente para la salud pierde una de sus principales funciones: contribuir para el bienestar socio-individual de las personas.



**Hacia estrategias de intervención social**

Entendemos, pues, que se hace necesario que la producción de estrategias y prácticas de comunicación para la salud sean producidas tomando en cuenta, aunque solo de forma aproximativa, la complejidad presente y determinante de los fenómenos salud-enfermedad, con el fin de que se constituyan en verdaderas estrategias de intervención social. Reconocer tal complejidad implica, antes, reconocer que (como afirma Breith, 1991:23) "La salud-enfermedad, tanto la colectiva como la individual, son parte del todo social y los fenómenos epidemiológicos que observamos en esa parte, en un determinado momento, son dimensiones de la realidad con historia y futuro".

Por otra parte, hay que reconocer también que "las noticias -todos lo sabemos- no son los acontecimientos mismos, sino su recuento. En cuanto son una representación del acontecer social, aunque algunas 'noticias' ni siquiera alcanzan ese status, ya que más que recuentos, son 'cuentos' (stories) que se transmiten en los programas noticiosos

con distintos fines. Así, nadie sensato podrá sostener que los noticieros de la TV reflejan adecuadamente lo que sucede en el mundo. En parte porque si 'del dicho al hecho hay mucho trecho', del hecho al dicho hay mucha TV, demasiada mediación..." (Orozco, 1996b:24).

Lo anterior se torna extremadamente importante cuando, al ser específicamente traído al ámbito de las prácticas de comunicación para la salud vehiculadas por la TV, se observa que no se transmiten informaciones correspondientes al entorno presente y determinante de la producción de la salud y de las enfermedades. Asimismo, las representaciones, discursos y prácticas a ellas referidas corresponden a una concepción "medicamentosa", biologicista y a una simple relación de causa-efecto. Por ejemplo, "Vamos a prevenir el SIDA, use preservativo en sus relaciones sexuales", dejan de lado toda la problemática socio-cultural existente alrededor de esta enfermedad. En su lugar se promueve una simple adopción de una actitud consumista de preservativos para ir a un establecimiento comercial a comprarlo o para ir a la institución de sa-

lud que los distribuye gratuitamente. Así se dejan de lado aspectos como los comentados por Henríquez y Santos (1997:7) cuando se refieren al discurso publicitario educativo acerca de la prevención del dengue "... el dengue es una enfermedad/realidad, histórica objetiva/subjetiva, compleja, construida y llena de significados, valores culturales, creencias, actitudes, sentimientos, en fin, representaciones individuales y colectivas".

Por cuenta de eso, comentan los referidos autores: "Todo acto y aceptación de un mensaje es provisto de 'un quién', de 'un qué' y de un 'hacer comunicativo' y, por lo tanto, de un significado, pensamos que los discursos educativos sobre la prevención del dengue no deberían limitarse pura y simplemente al entorno de los reservorios y del ataque directo al mosquito transmisor".

A base de lo anterior, pensamos que es evidente la urgente necesidad de que, en la producción de determinadas prácticas comunicativas para el cuidado de la salud, sea considerado el mundo cotidiano socio-cultural vivido por las personas a quienes se destina tal comunicación. Pues es en esa cotidianidad donde se construyen, ritualizan y legitiman las formas de ser y vivir de las personas y, consecuentemente, donde se construyen las

representaciones socio-culturales acerca de los procesos determinantes de la salud y de la enfermedad, que necesariamente tienen relación con las concepciones individuales y colectivas acerca de la vida y de la muerte. Esto nos lleva a afirmar la necesidad de adoptar nuevas formas de planificación de determinadas prácticas de comunicación para la salud. Implica, finalmente, un intento de que los profesionales establezcan un diálogo con tales destinatarios...

En el gráfico No. 1 se presenta gráfica y sintéticamente tal perspectiva. ♦

**REFERENCIAS**

BISBAL, Marcelino (1996). "Violencia y Televisión o el discurso de la conmoción social". En: Orozco Gómez, Guillermo (coord.), *Miradas Latinoamericanas a la Televisión*, México, Universidad Iberoamericana - Ensayos del PROICOM.

BREILH, Jaime (1991). *Epidemiología, Economía, medicina e Política*, Sao Paulo-Brasil, HUCITEC.

BORDA, Libertad y LONGO, Fernanda (1997). "La Representación de la audiencia como necesidad de la industria". En: *Comunicación y sociedad*, (DECS, Universidad de Guadalajara), No. 31, p. 97-120, sep./dic.

HENRIQUEZ Sandoval, José M. (1996). *Os (des)caminhos da TV na socialização de informações sobre AIDS: o caso de estudan-*

*tes universitários e secundaristas*, Jequié/Ba, Departamento de Saúde da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (mimeog.).

HENRIQUEZ Sandoval, José M. y SANTOS (1997), Reginaldo Mendes dos, *O discurso educativo acerca da prevenção da dengue: uma estratégia de socialização da informação*, trabajo presentado en el GT Publicidad y propaganda del XX Congresso INTERCOM, Santos/São Paulo.

- (1998), *Televisão e cotidiano de famílias residentes em comunidades Urbano-marginais*, trabajo presentado en el II Congresso Lusófono de Ciências da Comunicação, Aracaju/Sergipe.

OROZCO Gómez, Guillermo (1997), *La Investigación de la Comunicación dentro y fuera de A. L. Tendencias, Perspectivas y Desafíos del Estudio de los Medios*, La Plata/Argentina, Ediciones de Periodismo y Comunicación, No. 4. Facultad de Periodismo y Comunicación - Universidad Nacional de la Plata.

- (1996a), "Televisión y educación: lo enseñado, lo aprendido y lo otro". En: Orozco Gómez, Guillermo (Coord.), *Miradas Latinoamericanas a la Televisión*, op. cit.

- (1996b), "La TV a fin de milenio: un medio poderoso, cuyo límite es la audiencia". En: Orozco Gómez, Guillermo (Coord.), *Miradas Latinoamericanas a la Televisión*, op. cit.

THOMPSON, John B. (1995), *Ideología e Cultura Moderna. Teoría Social Crítica na era dos Meos de Comunicação de Massa*, Petrópolis/RJ. Vozes. ♦

**Estudios sobre las Culturas Contemporáneas**

**Revista semestral de investigación y análisis**

**Programa Cultura - CUIS - Universidad de Colima.**

**Espacio editorial de investigación teórica y metodológica en relación a la cultura.**

**Suscripciones:  
(Incluye envío correo aéreo)**

**México: N\$ 100.00 \* Otros países: US\$ 45.00**  
**Envíe giro postal o telegráfico a Programa Cultural,**  
**Universidad de Colima**  
**Apdo. Postal 294, Colima, Col., 28000, México.**  
**Tel. (52-331) 3 03 97 - Fax (52-331) 2 75 51**  
**E-mail: pcultura cgic.ucol.mx**

Estudios sobre las  
**CULTURAS  
 CONTEMPORÁNEAS**  
 Revista semestral de investigación y análisis

