

Chasqui

Revista Latinoamericana
de Comunicación

No. 59 - SEPTIEMBRE 1997

Director (E)

Jorge Mantilla Jarrín

Editor

Fernando Checa Montúfar

Consejo Editorial

Jorge Mantilla Jarrín

Fernando Checa Montúfar

Lucía Lemos

Nelson Dávila Villagómez

**Consejo de Administración de
CIESPAL**

Presidente, Víctor Hugo Olalla,
Universidad Central del Ecuador.

Mario Jaramillo,

Ministro de Educación y Cultura

Abelardo Posso,

Min. Relaciones Exteriores.

Héctor Espín, UNP.

Consuelo Feraud, UNESCO.

Carlos María Ocampos, OEA

Tulio Muñoz, AER.

León Roldós, Universidad Estatal de
Guayaquil.

Edgar Jaramillo S., FENAPE.

Asistente de Edición

Martha Rodríguez

Corrección de Estilo

Manuel Mesa

Magdalena Zambrano

Portada y contraportada

Oswaldo Viteri

Impreso

Editorial QUIPUS - CIESPAL

Chasqui es una publicación de CIESPAL.

Apartado 17-01-584. Quito, Ecuador

Telf. 506 149 544-624.

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 Chasqui. Se permite su
reproducción, siempre y cuando se cite la fuente
y se envíen dos ejemplares a Chasqui

NOTA A LOS LECTORES

En el siglo XXI se profundizarán los procesos de globalización, desregulación, privatización, reducción del Estado y liberación del mercado que ya estamos viviendo. Estos cambios estarán marcados por la revolución tecnológica que, desde la información, abarcará los diversos campos y configurará (lo está haciendo) un nuevo contexto tecnocultural en el cual los *media* habrán de remozarse, pues de una era massmediática (donde los medios tradicionales constituyen el eje fundamental), se está pasando a una era más personalizada, más individualizada, en términos de la información, (donde los medios tradicionales tienen una hegemonía relativa en favor del nuevo gran medio digitalizado). Será (es) un nuevo contexto que plantea enormes desafíos, especialmente para un medio como la radio que, aparentemente, no ha tenido notables modificaciones tecnológicas. Este proceso de globalización es inevitable, la radio y los comunicadores democráticos que se abstraen o quieren abstraerse de él cometen una gran equivocación y logran, con ello, refundirse en el furgón de cola del tren de la historia. Por esto, con **La radio en el siglo 21** mantenemos y actualizamos un espacio de reflexión, discusión e intercambio que procura proporcionar elementos de juicio para luchar porque ese proceso sea más democrático, más plural, más humano; pero, también, más local sin perder de vista lo global. Serán y son desafíos de todo orden que, debidamente enfrentados, evitarán a los pobres -según nos lo recuerda Hernán Gutiérrez- "ser como las solteras que van a misa a mirar cómo se casan las otras". A los textos de reconocidos expertos en las diversas materias que tratan, se suman las ideas de cómo la radio democrática debe asumir el próximo siglo y sus cambios dramáticos, expresadas por representantes de los organismos internacionales vinculados a ella: Púlsar, ALER, AMARC y Unda-AL.

Para José Rojas, actualmente la audiovisualidad se secciona en dos grandes bloques, el de la presencia viva: teatro, recitales y demás artes escénicas; y el de la presencia electrónica ("o mejor ausencia", enfatiza): fundamentalmente TV, cine, video. No obstante que vivimos en un mundo audiovisual rico y multifacético, recreado y expresado de distintas maneras, el ser humano contemporáneo está configurando su audiovisualidad a base de la "presencia electrónica" en detrimento de la "presencia viva". Este hecho es prioritario enfrentarlo al menos a 3 niveles, según lo propone Susana Velleggia: políticas públicas de radiodifusión, educación sobre el medio y educación a través del medio. En el primer caso es necesario articular esas políticas con las educativas y las culturales, y descentralizar los sistemas de comunicación para fortalecer los espacios locales. En el segundo, es imprescindible ingresar la TV a la escuela para que sea resignificada desde allí y formar perceptores críticos, capaces de "discernir -define Gregorio Iriarte- el valor y contravalor de una situación para orientar la conducta"; al respecto hay muchas experiencias en América Latina, la mayoría carente de apoyo estatal (resultado de la ausencia de políticas de comunicación). En el tercer caso, pese a los esfuerzos que hace la TV latinoamericana (un ejemplo es la TVN de Chile, véase el artículo correspondiente) estos son ínfimos en relación a los de los grandes conglomerados multimedia que se están apropiando de este "nicho del mercado" pues ven en la televisión educativa un campo muy lucrativo. Con **Audiovisualidad, educación y cultura** continuamos el enfoque renovado y actualizado que, sobre el vasto tema de educación y comunicación, iniciamos en la *Chasqui* 58.


Fernando Checa Montúfar
Editor



LA RADIO EN EL SIGLO XXI

El creciente proceso de globalización plantea enormes desafíos a la radio democrática, si se los asume adecuadamente podremos contribuir a que ese proceso sea más democrático, más plural, más humano.

- 4 El futuro imperfecto de la radio
Rafael Roncagliolo
- 8 La radio: reto democrático del siglo XXI
Ricardo Rocha
- 12 La radio y las nuevas tecnologías: avances y riesgos
Fermín Bocos
- 16 Digitalización de la radio
Dieter Beheng
- 20 La DAB y la radio comunitaria
Ada Hulshoff
- 24 ¿La radio digital será la norma mundial?
Steve Buckley, Lawrence Hallett

- 26 Pluralismo, radio e Internet
Bruce Girard
- 29 La radio popular: entre lo local y lo global
Hernán Gutiérrez
- 33 Siglo XXI: los desafíos de la radio comunitaria
Raúl Rodríguez
- 36 Comuni3n para la democracia
Carlos Eduardo Cortés
- 39 Estética y educaci3n para la audiovisualidad
José Rojas Bez



AUDIOVISUALIDAD, EDUCACION Y CULTURA

Pese a que vivimos en un mundo audiovisual rico y multifacético, el ser humano contemporáneo está conformando su audiovisualidad solo a base de la "presencia electrónica", especialmente de la TV. Es mucho lo que se tiene que hacer en términos de educaci3n para enfrentar este hecho.

- 43 ¿Qué pretende la educaci3n de la TV?
Susana Velleggia
- 47 La televisi3n dentro del sal3n de clases
Sergio Inestrosa
- 52 TV y educaci3n: ¿enfrentamiento o integraci3n...?
Gregorio Iriarte o.m.i.
- 55 Deletreando el cine
Carmen Coronado
- 57 La cultura en Televisi3n Nacional de Chile
Valerio Fuenzalida F.



APUNTES



- 62 Los medios en el medio
José Ignacio López Vigil
- 66 Derecho a la información:
agenda para el debate
José Marques de Melo
- 70 América Latina: investigación
de la comunicación y libre
comercio
Javier Esteinou Madrid
- 74 El comic es algo serio
Ricardo Horvath

ENTREVISTA

- 75 Miquel de Moragas i Spá:
"Debemos transformar el
conocimiento en bienestar
social"
Ricardo Haya

NUEVAS TECNOLOGIAS

- 79 Conocimiento global para el
desarrollo
Sally Burch

- 82 Una guerra digital a la
española
Tito Drago

IDIOMA Y ESTILO

- 85 La gramática después de
Zacatecas
Rodrigo Villacís Molina
- 88 ACTIVIDADES DE CIESPAL
- 89 NOTICIAS
- 91 RESEÑAS



PORTADA Y CONTRAPORTADA

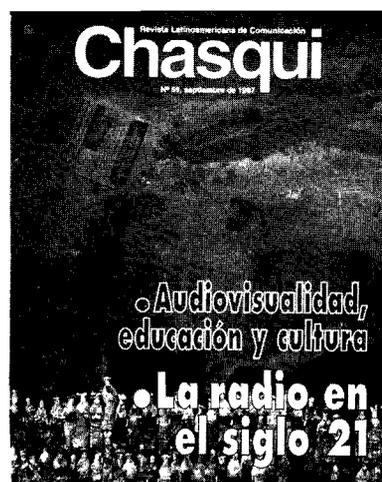
OSWALDO VITERI

"No es nada no temas, es solamente
América". Ensamblaje 160 x 130.

"Y surgirán de la sombra y de la tierra"
Ensamblaje 160 x 130.

Centro de Arte Viteri 561 548

El autor de la pintura que publicamos en la
portada de *Chasqui* 58 es Eduardo
Kingman, y no Nicolás Kingman. Pedimos
disculpas por este involuntario error.



¿QUE PRETENDE LA EDUCACION DE LA TV?

Las propuestas y estrategias sobre compromisos mínimos que exigir a la televisión para la resolución de las deficiencias educativas son prioritarias; al igual que el ingreso de la TV a la escuela para ser resignificada desde allí. La autora plantea 3 campos de acción interrelacionados en los cuales pueden realizarse significativos aportes al respecto: políticas públicas de radiodifusión, educación sobre el medio y educación a través del medio.

Más allá de las críticas de los representantes de la comunidad educativa, a los contenidos que la televisión "transmite", y de las experiencias de la televisión educativa, en América Latina los sistemas educativos carecen de propuestas articuladas y explícitas, así como de voluntad de inter-

SUSANA VELLEGGIA, argentina. Especialista en Comunicación Educativa, directora de cine y TV, investigadora y docente universitaria.

vención, cuando se trata de definir qué pretenden de la televisión. Sin embargo, tienen ante sí tres campos de acción interrelacionados y deficientemente aprovechados en los cuales pueden realizar significativos aportes: las políticas públicas de radiodifusión, la educación sobre el medio y la educación a través del medio (Baggaley y Duck; 1979).

Políticas públicas de radiodifusión

Los ministerios de Educación e instituciones del sistema educativo participan

en los organismos encargados de definir las políticas públicas de radiodifusión, en el mejor de los casos de manera secundaria, a través de consejos asesores, allí donde estos existen.

En el caso de la Argentina, al elaborarse la legislación sobre radiodifusión, las cámaras empresariales más fuertes de la radiodifusión, la publicidad, los medios gráficos y las empresas de telecomunicaciones privatizadas, desarrollan una intensiva estrategia de *lobby*, para obtener concesiones que beneficien sus



intereses corporativos. Desde que el poder mediático se ha convertido en el ámbito privilegiado de la política, es previsible que, aun sin mediar corrupción económica, legisladores y funcionarios sean por demás sensibles a tan poderosas presiones.

Entre tanto, no surgen de los ministerios de Educación, ni de los diversos ámbitos que agrupan a los representantes del sistema educativo, iniciativas, propuestas y estrategias sobre compromisos mínimos que exigir a la televisión, como a otros sectores de la comunidad nacional, para la resolución de las deficiencias educativas que aquejan a vastos segmentos de la población. La ley de reforma educativa, pese a introducir cambios en la organización institucional y curricular de la educación formal, tampoco alude a la responsabilidad social de la televisión en la materia.

Junto a la opulencia mediática de América Latina y la consecuente hiperoferia de entretenimientos -que algunos han comenzado a llamar "televisión basura"- se percibe, en cada vez más vastos sectores sociales, un estado de "indigencia simbólica" generalizada. Se

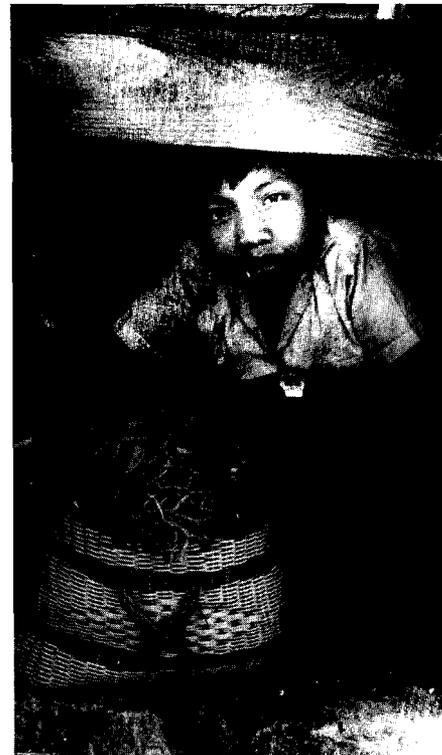
trata de notorias carencias de informaciones y conocimientos para la interpretación de los fenómenos relativos a la actualidad y para la inserción de los individuos y grupos en la vida económica, política y cultural de sociedades afectadas por rápidos cambios. Aunque no se pueda adjudicar a la TV ser la causa de esos problemas, hay un consenso en que podría contribuir a superarlos. Entonces, desconcierta aún más tal falta de iniciativa.

Educación sobre el medio

La educación en medios de comunicación recibe, en el espacio hispanoparlante, casi tantas denominaciones como proyectos la llevan a cabo. Entre ellas: Educación para los medios de comunicación, Educación para la comunicación, Lectura crítica de la comunicación, Educación para la recepción activa/crítica, Lectura dinámica de signos, Pedagogía de la imagen, Pedagogía de los audiovisuales, Educomunicación, Educación para la alfabetización audiovisual, Pedagogía de los medios, Educación para la televisión. Los principales programas de educación para la recepción activa, llevados a cabo en América Latina, son alrededor de 12. Todos ellos se realizan desde ONG, organizaciones eclesiales e instituciones educativas privadas.

La escasa preocupación del sistema educativo público por la televisión señalaría la persistencia de una deformación "educacionista": constreñir el sistema de enseñanza a la educación presencial y a los contenidos curriculares, en el supuesto de que la educación transcurre solo dentro de esos límites. Esta segregación de una porción tan relevante de la cultura cotidiana, supone un extrañamiento de la realidad que, ineludiblemente, afecta a la educación de la sociedad.

El repertorio clásico de las críticas de los educadores a la TV, no contempla que los receptores construyen significados de manera activa a partir de sus relaciones con distintos ámbitos y grupos de la sociedad que son, asimismo, fuente de información, de orientación del pensamiento y de formación de valores. Desde las teorías de los años 80, aprendimos a relativizar las percepciones "apocalípticas" y las "integradas" de los años 60. Pero, también conocemos cada vez más las características de la cul-



Imágenes Libres, El Salvador

Niño trabajando, El Salvador

tura televisiva y observamos con preocupación las mutaciones que los actuales procesos de convergencia tecnológica y de concentración del poder comunicacional, promueven en nuestras sociedades. Las transformaciones comprenden tanto a otros campos, el artístico-cultural -cine, literatura, plástica, teatro, música, etc.-, el económico y el político, como a las relaciones de los individuos con los mismos y entre sí.

Desde la perspectiva de una educación integral, un aspecto insoslayable de esos cambios es la mediatización creciente de las relaciones sociales. Dentro de ella, la televisión hegemoniza las funciones de consagración, construcción de significados sociales y modelación de la sociabilidad, antes distribuidas en varias instituciones sujetas a diversidad de experiencias, relaciones y funciones comunicativas.

Otros rasgos de la cultura televisiva, que merecerían una particular atención de la educación, son la cultura *kitsch* y la cultura mosaico, hace tiempo conceptualizadas por Abraham Moles, pero que cobran un nuevo giro con la expansión del audiovisual.

En tanto la tecnología lo posibilita y crece la demanda de educación insatisfecha, para las grandes empresas multimediales la TV educativa se presenta como un área de negocios promisorio y un espacio para dirimir la lucha competitiva en la nueva ola de la convergencia tecnológica.

La cultura *kitsh* es definida como aquella que tiende a la provocación de una emotividad envasada como producto listo para ser consumido sin intervención del raciocinio. En la cultura mosaico, la sucesión de fragmentos desvinculados de configuraciones culturales -en cuyas interrelaciones subyace el sentido esencial- instaura la supremacía del acontecimiento. El efecto emotivo y la supresión de esas relaciones espacio-temporales, favorecen la anulación del distanciamiento crítico y, obviamente, del análisis. Ambas proponen prácticas intensivas de disociación de esferas de la personalidad -sensible, racional y volitiva- que concurren a la producción de conocimientos. El estímulo a la experiencia sensorial, como fin en sí, desplaza o neutraliza otros estímulos que también son importante fuente de placer; reflexionar, descubrir, conocer, experimentar a partir del propio hacer, elaborar conceptos, expresarse.

Si la "conciencia de actualidad" se entiende como el conocimiento de las causas y consecuencias de los hechos, que los individuos -en cuanto seres históricos y sociales- viven, posibilitándoles reconocerse a sí mismos y a su hacer cotidiano a través del procesamiento reflexivo de la información que reciben y producen, cabe preguntarse, ¿cómo es posible educar si se ignora que el conjunto de emociones y fragmentos dispersos de la cultura global televisiva, constituye el campo de experiencia cultural privilegiado de los educandos?, ¿dónde puede suturarse esa conciencia fragmentada para reconstruir los sentidos del mundo y de la propia realidad que obren como anclaje de los conocimientos que posibilitarán a la educación alcanzar su fin último: incidir de manera transformadora en una actualidad acotada, espacial y temporalmente? Será difícil, si no imposible, dar respuesta a estos interrogantes hasta tanto la televisión, que cotidianamente consumen los educandos, ingrese a la escuela para ser resignificada desde allí. La educación sobre el medio ha de incorporarse a la enseñanza formal en sus distintos niveles y no permanecer en los márgenes del sistema.

La educación a través del medio

En este terreno -con aciertos y desaciertos- las instituciones educativas vie-

nen volcando la mayor parte de sus esfuerzos en relación a la televisión. Existen en América Latina programas de apoyo a la enseñanza formal escolarizada, o bien de extensión. Pero, mientras la oferta de entretenimientos crece en progresión geométrica, la producción de programación educativa no lo hace al mismo ritmo, o bien disminuye. Conscientes de este fenómeno y de la demanda potencial existente, algunas empresas locales, en unos casos, y grandes conglomerados multimediales transnacionales, en otros, han descubierto en la educación a través de la televisión "un nicho de mercado" hasta ahora no explotado. Después de décadas de interminables discusiones sobre las bondades o no de los sistemas de educación a distancia -más percibidos con desconfianza que acogidos con entusiasmo por los sistemas educativos de la región-, la resolución del conflicto aparece de la mano de la televisión educativa transnacional.

Junto a iniciativas como la de ATEI (Asociación de Televisión Educativa Iberoamericana), desde hace unos años, y a otras interesantes experiencias de medianas empresas locales, surgen nuevos emprendimientos. De manera reciente una asociación entre *TVGlobo* de Brasil y el consorcio Time-Warner-Turner (for-

mado en 1995, en E.U.) ha comenzado a operar el canal educativo *Futura*, que aspira a cubrir con su señal, en principio, el extenso territorio brasileño.

En cuanto la tecnología lo posibilita y crece la demanda de educación insatisfecha, para las grandes empresas multimediales la TV educativa se presenta como un área de negocios promisoría y un espacio para dirimir la lucha competitiva en la nueva ola de la convergencia tecnológica -telecomunicaciones, informática y TV- que está dando paso a una inédita concentración del poder comunicacional. Al tiempo de promover una imagen corporativa preocupada por lo social -inclusive ofreciendo el cableado gratuito de las escuelas- la penetración de la TV en el mercado de la educación, asegura a los multimedios una posición relevante para incorporar nuevos clientes a su amplia gama de servicios.

El vacío normativo sobre la relación radiodifusión-educación en las leyes respectivas, facilita que el control sobre esta ola expansiva -como sucediera con las anteriores- pase por encima de los estados nacionales, de los sistemas educativos y de las sociedades. Legisladores y autoridades educativas aún no se han puesto a estudiar en profundidad las oportunidades y amenazas que presenta la educación transnacional sateli-



A partir de sus relaciones sociales los perceptores significan lo que la TV les ofrece.

tal. Tampoco existen estrategias para el desarrollo del *know how* que demanda la educación por televisión, ni para formar especialistas en educación a distancia. Las condiciones para la compra de paquetes educativos cerrados "llave en mano" están dadas. La aspiración de universalizar la educación parece haber encontrado nuevos cauces en la necesidad de formar a los consumidores de la "aldea global".

La cultura es el "medio"

Enfrentar tales desafíos exige un cambio de mentalidades y actitudes con respecto a la comunicación audiovisual, en primer lugar, de las autoridades y funcionarios que conducen el sistema educativo. Es tiempo ya de comprender que la cultura televisiva se sustenta, tanto en los códigos y recursos técnico-expresivos del lenguaje audiovisual como en los

modos de producción-apropiación del campo televisivo, institucional e históricamente modelados, los cuales propician determinadas relaciones con la sociedad y en ella. En la modificación de estas relaciones y de aquella institucionalidad, reside la clave para cambiar los contenidos. Esto indica que la realidad multimedial y multidimensional de la televisión exige encararla como sistema -en el sentido tradicional del término- en lugar de medio o mero soporte tecnológico.

En cuanto es sabido que, a nivel individual y social, la multiplicidad de campos de experiencia es fuente de diversidad cultural y de mayores posibilidades interpretativas y de relación con lo real, la formación de perceptores activos/críticos con énfasis en los contenidos resulta insuficiente. La educación ha de estimular el establecimiento de relaciones críticas con las NTIC, entre ellas la televisión, y proveer instancias de experimentación e interacción social que fortalezcan el espacio público, para propiciar conductas activas que presionen en dirección al cambio. Ello exige una estrecha vinculación de las instituciones educativas con la comunidad.

América Latina actúa como importadora-consumidora del *hardware* comunicacional y no se avizora que pueda modificar ese rol a mediano plazo. En este marco, la formación de especialistas en televisión educativa y en educación a distancia, así como el desarrollo del *know how* y del *software* que respondan a las necesidades, intereses e identidades culturales de los perceptores, constituye una prioridad absoluta.

Es poco probable que la educación pública pueda incrementar su eficacia, de cara a un siglo XXI que preanuncia desafíos inéditos, sin estrategias holísticas de intervención en el campo cultural por excelencia de la época contemporánea, tal como lo hiciera siglos atrás en relación a la cultura escrita.

Educación a distancia

No es un problema menor, por ejemplo, que en la Argentina, sobre una población total de 32.615.528 de habitantes, cuyo 62% es mayor de 18 años (20.364.857), existan 9.500.000 adultos sin estudios secundarios (el 46% de ese total). Los análisis de las estadísticas señalan que los elevados índices

de desocupación (17,5 % de la PEA en promedio) y los salarios más bajos de quienes tienen empleo, se concentran en los sectores con menor nivel de estudios.

Las funciones de la educación abierta, a distancia y permanente, son hasta ahora practicadas desde posiciones casi marginales al sistema educativo tradicional. También dentro de los sistemas de comunicación esas experiencias ocupan un lugar marginal. ¿Cómo incorporar plenamente a la vida económica, política y cultural de la sociedad a tan vastos sectores sociales dispersos en extensos territorios y carentes de recursos, sin el concurso de ambos sistemas? No se vislumbra que la educación transnacional satelital pueda dar respuesta satisfactoria al problema y tampoco que vaya a resolverse exclusivamente por los sistemas educativos presenciales, ya presionados por una demanda que no alcanzan a responder, a nivel cualitativo ni cuantitativo.

Integrar las diversas funciones de la educación a distancia a las políticas públicas de comunicación social, de manera articulada con las políticas educativas y las culturales es, por tanto, imprescindible. La descentralización de los sistemas de comunicación para fortalecer al espacio local, en términos culturales y educativos, también forma parte de una estrategia que apunte a relativizar la expansión de la cultura global. La gestión cultural del municipio -hasta ahora más abocada a gerenciar el campo artístico que al desarrollo cultural integralmente concebido- es la instancia clave para desarrollar e impulsar iniciativas en ese sentido.

Nuestras sociedades ya saben qué pretende la televisión de la educación. En cambio, esperan y, con justa razón, definiciones del sistema educativo respecto de la televisión. Esas definiciones involucran bastante más que las lógicas expectativas de inserción laboral y satisfacción de necesidades materiales básicas. Ellas comprometen nuestro futuro e incluyen, en el viejo sueño de una educación para todos, la secreta esperanza de recuperación de la dignidad que les fuera arrebatada a muchos. ●

REFERENCIAS

Baggaley, Jon P. y Duck, Steve, W., *Análisis del mensaje televisivo*, Gustavo Gili, Barcelona, España, 1979.

Integrar las diversas funciones de la educación a distancia a las políticas públicas de comunicación social, de manera articulada con las políticas educativas y las culturales es imprescindible. La descentralización de los sistemas de comunicación para fortalecer al espacio local, en términos culturales y educativos, también forma parte de una estrategia que apunte a relativizar la expansión de la cultura global.