

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

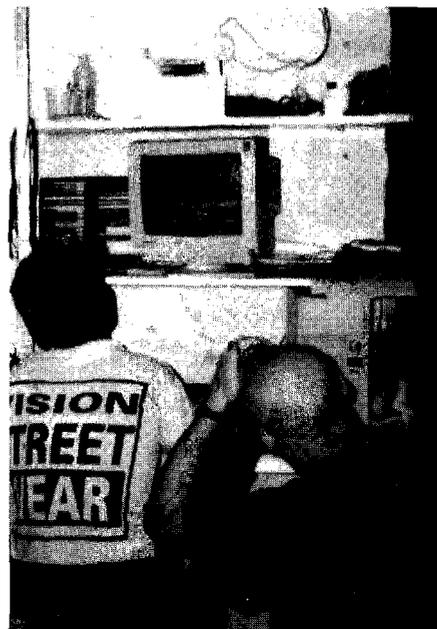


LA RADIO EN EL SIGLO XXI

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 Comunión para la democracia
Carlos Eduardo Cortés
- 39 Estética y educación 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 educación para enfrentar este hecho.

- 43 ¿Qué pretende la educación de la TV?
Susana Velleggia
- 47 La televisión dentro del salón de clases
Sergio Inestrosa
- 52 TV y educación: ¿enfrentamiento o integración...?
Gregorio Iriarte o.m.i.
- 55 Deletreando el cine
Carmen Coronado
- 57 La cultura en Televisión 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

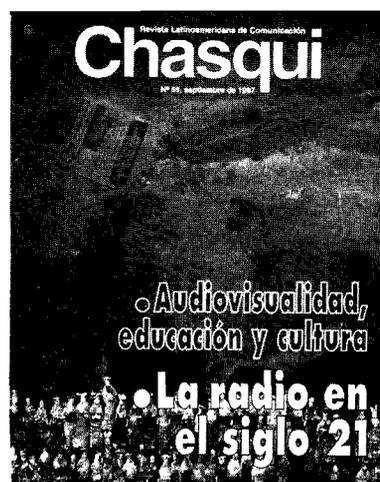
OSWALDO VITERI

"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.



Deletreando el cine

El movimiento de alfabetización de imágenes no es nuevo. En varios países de América Latina, desde hace más de veinte años, se está trabajando calladamente y sin mayor apoyo gubernamental para desmitificar el mundo iconográfico, para incorporar sus códigos al lenguaje del televidente. La autora describe el trabajo que, en este sentido, ha desarrollado en Ecuador el CEFOCINE.



Archivo CEFOCINE, Ecuador

La investigación sistemática ha demostrado que los medios de difusión tienen diversas consecuencias y efectos de índole psicológica, ideológica, cultural, política y económica; esta influencia es tanto individual como a nivel de grupos.

Los medios y sus mensajes no son omnipotentes, sus influencias son mediadas por variables, factores, instituciones, situaciones y disposiciones de índole individual y también grupal. Además, los receptores de mensajes no son "tablas rasas" que absorben pasivamente todo lo que se les envía.

Hacia el develamiento de la imagen

Desde que nació CEFOCINE (enero de 1989, Quito), una de sus metas ha sido constituirse en un espacio alternativo, en donde los niños expresen todo su po-

CARMEN CORONADO, ecuatoriana. Comunicadora social, directora del Centro de Formación Cinematográfica para Niños (CEFOCINE).

tencial creativo, que puedan descubrir lúdicamente los misterios de la imagen y, a la vez, hacer sus propuestas desde la inventiva de sus propias historias.

Nuestros objetivos son sensibilizar al niño frente a la imagen, desmitificar los medios, difundir conocimientos esenciales sobre comunicación y lenguaje audiovisual a padres de familia y docentes, entre otros. Estos objetivos son alcanzados mediante la realización de talleres de percepción cinematográfica con niños desde los 4 años; talleres de pedagogía de la imagen para docentes; talleres de educación para los medios, dirigidos a padres; talleres de producción y realización; cineforos y videoforos.

Desde 1993, esta experiencia abrió camino en Guayaquil con nuevos grupos, especialmente en los sectores marginales e instituciones educativas.

Vida cotidiana y TV

En encuestas realizadas por el Centro en 1994, en diversos sectores popu-

lares sobre todo de Guayaquil, se obtuvieron los siguientes datos:

- Casi todas las familias poseen un televisor en casa y el tiempo que pasan frente a él varía según sus actividades diarias.
- El grupo que mayoritariamente ve televisión es el de los niños, quienes dedican un promedio de cuatro horas diarias que se duplican drásticamente los fines de semana y durante feriados y vacaciones.
- El 50% de los encuestados cree en la existencia de los personajes de televisión.
- Un 13% manifiestan querer ser como los personajes admirados.
- En los juegos y en sus relaciones cotidianas, niñas y niños asumen comportamientos observados en la TV "porque así lo vieron".
- Los hogares que no cuentan con un televisor realizan visitas a sus vecinos en los horarios de sus programas preferidos; los visitantes asiduos

son los niños y algunas madres; en forma esporádica lo hacen los padres.

- Lo lúdico se circunscribe al fútbol, al volley y en el caso de los niños, además de lo anotado, a la reproducción de lo visto en la televisión.

La mediación: lo aprendido

Frente a lo anotado, el CEFOCINE viene desarrollando una propuesta educativa comunicacional que permita, por una parte, a padres de familia, jóvenes y por supuesto a los mayores consumidores, los niños, desarrollar la percepción crítica de la realidad que los medios transmiten y de la realidad que viven; y por otra parte, crear un espacio lúdico en el cual los niños puedan expresar todo su potencial creativo.

La excelente participación de los niños en los talleres ha ido de la mano con los juegos inventados por los facilitadores, como los juegos tradicionales conocidos por los niños. El espacio lúdico ha permitido convivir con los valores de solidaridad, respeto dentro del grupo y la afectividad, pero sobre todo, el enlazar los juegos con los conceptos, y estos en torno al lenguaje de la imagen; lenguaje visto por ellos en la TV pero que no era entendido.

Los talleres son espacios donde los niños y niñas han ejercido el autoaprendizaje: pueden jugar haciendo, característica de la metodología de CEFOCINE, la misma que ha incorporado investigaciones y ha integrado otros elementos al

trabajo con los niños y jóvenes.

Se ha promovido un hecho creativo: los videos; pero, detrás de las cámaras hay todo un proceso de confrontación de los niños con ellos mismos. Esto los ha llevado a descubrir que ellos pueden relacionarse; analizar, reflexionar, crear, comprender, decidir, ser escuchado o escuchar a otros, equivocarse y, principalmente, a aprender y adaptar, todo esto conjugado con los propios intereses y expectativas de los niños.

Los niños al verse como creadores de videos, al acceder y/o aparecer en la televisión o que aparezca su dibujo, su idea, la de su amigo, les lleva a pensar, a revalorizarse y principalmente a desmitificar la televisión.

La lectura crítica de las historias realizadas connotan los siguientes aspectos:

- Los niños elaboran conflictos que responden a su realidad.
- No involucran a la violencia, como tema principal, lo que demuestra, por una parte, los resultados de los talleres y, por otra parte, que los mensajes que los niños disfrutaban en la TV son muchas veces producto de la interpretación adulta.
- Un buen nivel de fantasía, creación e invención sobre cosas que nunca han visto, reales o irreales.
- Los jóvenes han encontrado formas de participación en el taller a pesar de las dificultades económicas, familiares y de las limitaciones que les ponen sus padres.

¡Luces, cámara, acción!

La creatividad de los niños es inagotable. Durante estos ocho años hemos vivido, junto a los pequeños y a los jóvenes, las más estimulantes experiencias; todo es posible con ellos, solo se necesita encontrar un motivo para crear y por medio de esas creaciones se demuestra que los niños son capaces de utilizar los recursos audiovisuales de una forma definitivamente maravillosa. Al permitir que los niños sean los gestores de su propia imagen hemos logrado la creación de material para ser leído por otros niños y que son la muestra de lo que es trabajar con imágenes fijas, provocar movimiento jugando con la animación, escribir guiones y actuar en sus creaciones, como dicen "hacer una película de verdad". Con

estas luces y cámara tenemos cerca de cincuenta títulos que bien podrían exhibirse en las mejores salas y, de hecho, con uno de ellos participamos en el festival de niños en la ciudad de Montevideo.

Dificultades

Son varias, empezando por lo económico que puede ser un gran obstáculo, pero superable a través del autofinanciamiento y, por qué no, con la ayuda de organizaciones que entienden el sentido de esta actividad, tal es el caso de la Fundación Esquel.

Otra, tal vez la más impactante, es que los maestros y adultos no han sentido la necesidad de realizar una lectura crítica, de confrontar sus realidades con otras que las circundan.

Por último, la falta de apoyo del ministerio del ramo, pese a que en la Reforma Educativa se plantea, aunque no claramente, la necesidad de iniciar esta actividad, ello conlleva la preparación de docentes y padres para enfrentar este reto.

Conclusiones

El trabajo de CEFOCINE se ha insertado en el contexto de experiencias que se desarrollan en América Latina, tanto a nivel de la Red del Universo Audiovisual del Niño como del Plan DENI (un programa de la Organización Católica Internacional de Cine, OCIC-AL), espacios que le han permitido compartir su experiencia y enriquecerla con la de los otros países.

A nivel metodológico, la constante y permanente evolución del CEFOCINE ha permitido visualizar la necesidad de incorporar en próximas actividades elementos de crecimiento personal, tanto con niños como con jóvenes y adultos, elementos que se complementan a los ya desarrollados por el Centro en torno a la comunicación, percepción crítica y que potenciarán, aun más, los logros alcanzados y nos permitirán afrontar con mayor eficacia las dificultades existentes.

Creemos que es importante realizar una investigación sobre la real influencia de la TV y el papel que tienen frente a esa influencia los padres, los docentes, la Iglesia y demás componentes de la sociedad, sobre todo la institución educativa. ●

El grupo que mayoritariamente ve televisión es el de los niños, quienes dedican un promedio de cuatro horas diarias que se duplican drásticamente los fines de semana y durante feriados y vacaciones.

