

abril-junio/87 N° 22

Chasqui

Entregamos en este número la segunda parte del estudio del profesor Assmann sobre Iglesia Electrónica. La oportunidad de este estudio ha quedado confirmada con diversos hechos ocurridos en América Latina durante el primer semestre de 1987, por ejemplo la toma de posición de las iglesias frente al problema de la deuda externa; así, una actitud de angélica prescindencia suele ir ligada a la predicación electrónica. Hasta cierto punto el análisis del antropólogo Little sobre *Platoon*, el *Color Púrpura* y la *Misión* que ofrecemos en esta entrega, coincide con el estudio anterior en cuanto ambos desentrañan contenidos ideológicos en estos dos medios masivos: el cine y la televisión.

Descendiendo al ajeteo diario de la revista, el reclamo de numerosos suscriptores de *Chasqui* a propósito del retraso con que la reciben se ha debido a cambios de diseño, instalación de una nueva imprenta para CIESPAL y una prolongada huelga de los correos ecuatorianos. Esperamos ponernos pronto al día.

La doctora Colleen Roach de Fordham University, Nueva York, el doctor Howard H. Frederick de la Escuela de Telecomunicaciones y del Programa de Estudios Latinoamericanos de Ohio University y la señora Gloria de Dávila, Directora del Departamento de Investigaciones de CIESPAL, se han unido a los colaboradores de *Chasqui*. Les damos la bienvenida.

A propósito de colaboradores, la política editorial de nuestra revista ha sido solicitar colaboraciones; desde este número la ampliamos en el sentido de recibir colaboraciones no solicitadas, especialmente en el área de reseñas de libros y revistas y en el de investigaciones. Para más detalles, escribanos por favor.

Simón Espinosa



40 Las Transnacionales del Cine

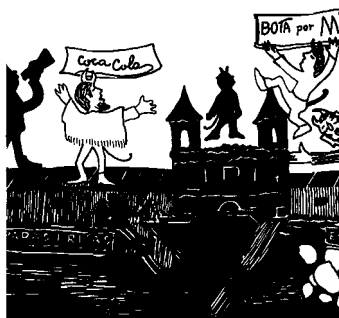
Paul Little

Los filmes son incisivas armas ideológicas que resultan tanto más eficaces cuanto más sutilmente instilan su mensaje. Tal el caso de *La Misión*, el *Color Púrpura* y *Platoon*.

6 Cultura y Medios: un difícil matrimonio

Carlos Monsiváis

De cómo el cine repercutió en la cultura popular mexicana. Todo ello ensayado con la maestría y conocimiento del asunto propios de uno de los mejores periodistas latinoamericanos.



32 ¿Cómo va la tevé para niños?

Gloria de Vela

Una visión de conjunto de las tendencias de la televisión infantil en Europa, los Estados Unidos y el Tercer Mundo.

Noticias	2
Socialización, comunicación y transformación en la provincia de Bolívar, Ecuador	17 <i>Pasquale Iaccio</i>
Comunique en video lo popular	22 <i>Oswaldo Hirschmann</i>
Contragate y el NOII	28 <i>Colleen Roach</i>
El dilema de la enseñanza de la comunicación	35 <i>Peter Schenkel</i>
La Iglesia Electrónica en América Latina	48 <i>Hugo Assmann</i>
Reseñas	58
Actividades de Ciespal	63

DIRECTOR: Luis E. Proaño. **EDITOR:** Simón Espinosa. **DIRECTOR DE PUBLICACIONES:** Jorge Mantilla Jarrín. **CONSEJO ASESOR INTERNACIONAL:** Luis Ramiro Beltrán (Bolivia); Reinhard Keune (Alemania Federal); Humberto López López (Colombia); Francisco Prieto (México); Antonio Rodríguez (Argentina); Gian Calvi (Brasil); Daniel Prieto Castillo (Argentina). **COMITE EDITORIAL EJECUTIVO:** Asdrúbal de la Torre, Peter Schenkel, Edgar Jaramillo, Fausto Jaramillo, Gloria de Vela, Andrés León. **ASISTENTES DE EDICION:** Wilman Sánchez y Martha Rodríguez. **DISEÑO:** DIART. Portada: Jalme Pozo. Impreso en Editorial Voluntad. CHASQUI es una publicación de CIESPAL que se edita con la colaboración de la Fundación Friedrich Ebert y del Banco Central del Ecuador. Quito, Apdo. 584 Telf.: 540-881.

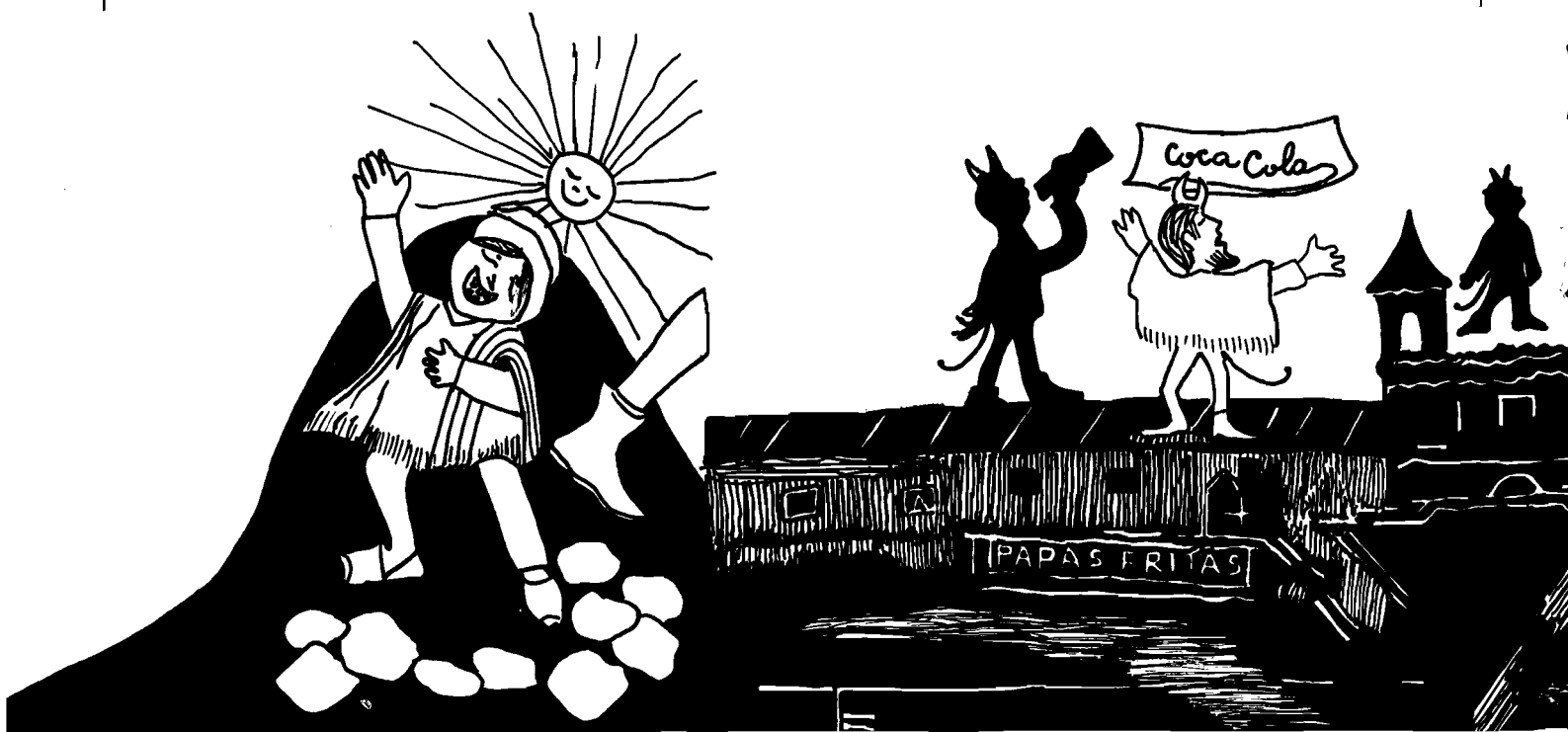
¿Cómo va la TV para niños?

Gloria Dávila

Gracias al último seminario "Los niños merecen una buena televisión", organizado por Prix Jeunesse en Munich, mayo de 1987, es posible hacerse una idea sobre cómo anda el mundo de la televisión infantil

Gloria Dávila, colombiana, dirige el Departamento de Investigaciones de CIESPAL, Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social en la Javeriana de Bogotá. Dibujos de Estela Martínez.

Prix Jeunesse es una Fundación creada en 1964 por un acuerdo escrito entre el Estado Libre de Baviera, la ciudad de Munich y la Emisora de Radio de Baviera con el objetivo de:



Poner énfasis en la importancia de los programas de televisión para niños y jóvenes, mejorar la calidad de esos programas y establecer normas, promover el intercambio internacional de programas e intensificar la comprensión internacional.

Para cumplir con los objetivos de información, calidad y desarrollo de iniciativas, la Fundación organiza periódicamente concursos y seminarios internacionales. Veintitrés años de reflexión, análisis y autocrítica sobre la producción de programas de TV para jóvenes y niños han permitido mejorar la calidad de los programas y han estimulado una línea constructiva de producción.

Desde su creación, cada dos años, se realiza el concurso Prix Jeunesse Internacional, en la ciudad de Munich, que si bien en sus inicios tuvo un carácter básicamente europeo, se ha convertido en un evento de calidad realmente internacional. Los jurados de los concursos están integrados por investigadores y productores como una forma de cooperación que permita el desarrollo de una televisión de calidad para niños.

Alternando con los concursos, también en Munich, se han venido realizando periódicamente, seminarios donde se han tratado diversos temas como "Niño-Familia-Televisión", "La emoción como instrumento de la dramaturgia", "La Imaginación y la Realidad en los Programas de Televisión para Niños", entre otros.

"LOS NIÑOS MERECEAN UNA BUENA TELEVISION"

Del 26 al 29 de mayo del presente año, se llevó a cabo en Munich este seminario que abordaba el tema de "La Buena Televisión" para niños más creativos. A este encuentro asistieron 127 personas, entre investigadores, productores, directivos y representantes de instituciones de Comunicación de Europa, Estados Unidos, Asia, África y América Latina, con el objeto de hacer un balance general de la situación de la TV para niños y analizar las perspectivas futuras de desarrollo tomando en consideración los esfuerzos que la Fundación Prix Jeunesse ha venido realizando en función de su mejoramiento.

El seminario se desarrolló a través de conferencias de

especialistas de los diferentes países. Así se pudo conocer el resultado de sus investigaciones y nuevos tipos de programas que se están produciendo en la línea de una mejor televisión para niños más creativos. Se pudo detectar tres corrientes fundamentales: la europea, la norteamericana y la tercer mundista (América Latina, África y Asia).

LA CORRIENTE EUROPEA

En Europa, donde la televisión ha sido considerada como un Servicio Público encaminado a satisfacer las necesidades de información, educación y cultura de las audiencias, existe una tendencia a abandonar el pedagogismo imperante en los programas de televisión de la pasada década, para dar paso a otras formas más creativas y espontáneas de producción de programas.

Se plantea la necesidad de explorar nuevas formas narrativas o nuevos formatos, donde se haga posible la ejecución de relatos convincentes o producción poéticas en las que se dé, por ejemplo, una compenetración entre imagen y música, se transmitan mensajes educativos cortos y se muestren procesos productivos (ej: cómo se hace el pan) con calidad artística y poética; o donde los niños tengan la oportunidad de contar sus propias historias. (Siegfried Mohnhof - Emisora del Oeste de Colonia).

La conferencista Carin Manher de la TV sueca planteó la necesidad de que la TV se acercara a la vida cotidiana, esto es, a la realidad antes que a programas "pre-concebidos y grabados en estudio". Filmar personajes reales "ordinarios" más que "actores" estereotipados. Asimismo Kees Underheyden de Radio Quebec señalaba que la programación para niños debe tratar de mostrar la realidad a través de reportajes y testimonios, a fin de que la TV se constituya en un medio de preparación del niño y de orientación respecto a la realidad. (Sveriges Television - Kees Underheyden - Radio Quebec).

Hubo prácticamente un consenso a nivel de participantes, respecto a la situación de desventaja en que se encuentra la programación para niños, a la que denominaron "La Cenicenta de la TV" Asimismo fue unánime la concepción



de que "buena" televisión para niños significa la producción de programas con calidad técnica, formal y de contenido. (Siegfried Mohnhof, de la Emisora del Oeste de Colonia califica de un buen programa para niños a aquel que, además de tener calidad, divierte, enseña algo, excite a hacer buenas acciones y dé buenos ejemplos).

En cuanto a los programas presentados como "alternativos" por parte de los participantes europeos, cabe destacar los siguientes:

"Actualidad o Información para Niños" o "John Craven's New Round": informativo de 20' de duración dirigido especialmente a los niños. Se transmite diariamente por la BBC de Londres y ha logrado una gran audiencia infantil. El programa proporciona información a los niños de acuerdo con sus temas de interés (animales, deportes o política, etc. que les permite estar actualizados sobre lo que sucede en el mundo). Como ejemplo se nos expuso un programa en el cual la Primera Ministra Británica, Margaret Thatcher se presenta al set de TV al lado del animador John Craven. A través de un proceso de pregunta y respuesta, los niños tuvieron la posibilidad de entrevistar a la Dama de Hierro, abordando temas de orden tanto privado como público. Si bien se presenta como un programa bastante costoso, es de gran valor educativo y formativo para que el niño esté permanentemente actualizado con lo que sucede en el mundo.

Dietr Soldeck de Colonia expuso algunas de sus producciones sin texto, en las que predomina un lenguaje cinematográfico con una correspondencia absoluta entre imagen y texto. En formatos cortos se exponen procesos. Son programas de alta calidad técnica y gran valor educativo, en los cuales el niño puede observar claramente ciertos procesos. Por ejemplo, la importancia del agua en las flores (tulipanes) o a través de un juego de imagen y sonido llega a reconocer los números, o a distinguir diversos tipos de trabajo a partir de la observación de distintos zapatos de los usuarios.

Otra alternativa presentada para la producción de programas educativos fue la de introducir en el relato elementos de actualidad como ganchos para rescatar valores históricos. Así se parte de situaciones de la vida cotidiana actual, para pasar a mostrar obras de arte de un museo egipcio.

LA CORRIENTE NORTEAMERICANA

Las ponencias de los norteamericanos estuvieron integradas por estudios sobre: "Los Intereses de los niños", realizado por la investigadora Ellen Wartelle de la Universidad de Illinois; por un análisis sobre la "Evaluación de la Televisión norteamericana a partir de 1980", realizado por Less Brown, funcionario de Channells, New York, y por un análisis crítico respecto a "Los mensajes televisivos dirigidos a los adultos de mañana", realizado por la Dra. Aimee Dorr de la Universidad de California.

La primera intervención recopila diversas investigaciones sobre lo que a los niños les gusta de la televisión y por qué. De este modo se han establecido las diferencias existentes en cuanto a preferencias por parte de niños de 4 a 8 años y niños de 8 a 12 años.

Entre los factores más sobresalientes que alientan la exposición a la TV por parte de los niños, la autora destacó las siguientes: La identificación con personajes (buenos o malos), los procesos seguidos para resolver problemas, la posibilidad de que el niño se anticipe a ellos o pueda predecirlos,

el suspenso y las sanciones impartidas.

Respecto de los otros dos conferencistas, fue interesante observar su visión crítica sobre la televisión norteamericana, por el carácter eminentemente comercial que ha reemplazado absolutamente los objetivos formativos o de servicio a la comunidad.

Less Brown expuso cómo la TV ha pasado a ser un gran negocio de pronta recuperación de inversión, gracias a la publicidad que es un ingrediente constante de la TV norteamericana. La expectativa nacida en la década de los 80 de que a través de la TV por cable el público tendría algo más que "televisión", murió en sus orígenes. La TV por cable se constituyó simplemente en "más televisión" esto es: programas de baja calidad atravesados por mensajes publicitarios. El desarrollo tecnológico que originó la TV por cable, el satélite y el video han permitido el fortalecimiento de poderosas industrias financieras, al abrir las puertas a mercados antes inusitados. Frente a los nuevos medios, la TV debe ahora competir para no perder audiencia y ahí está su desafío. Además la posibilidad de nuevas leyes que regulen su uso es la esperanza de un mejoramiento futuro de la TV norteamericana.

LA CORRIENTE TERCER MUNDISTA

Un representante del Africa y otro de América Latina presentaron la situación general de la TV en los respectivos continentes. La ponencia africana insistió en la importancia de respetar las diversas culturas y de rescatar los valores propios de la Negritud. La TV en Africa depende en gran parte de programas importados procedentes principalmente del Reino Unido y de la República Federal de Alemania, lo cual constituye un peligro para los procesos de afirmación de la identidad cultural. Frente a esto se planteó la necesidad de producir programas que defiendan y revaloricen la cultura propia.

La ponencia latinoamericana se circunscribió a la realidad peruana, que grosso modo coincide con la problemática latinoamericana: los programas para niños no cuentan con apoyo técnico y económico, razón por la cual adolecen de grandes fallas formales y de contenidos.

En términos generales el seminario fue un valioso espacio para el intercambio de experiencias entre países y un estímulo respecto a los esfuerzos por desarrollar una buena televisión destinada a los niños.

Considero importante rescatar las siguientes pistas ofrecidas por el canadiense Kees Vanderheyden:

1. Necesidad de cambiar de actitud hacia los niños, esto es, "tomarlos en cuenta seriamente" y confiar no solo en su imaginación sino también en su inteligencia, juicio y creatividad.

2. "Olvidarnos" de los patrones y soluciones estandarizadas, y escuchar y observar más a los niños.

3. Dar más importancia a la programación para niños que debe mejorar en inversiones y responder a las prioridades de los niños.

4. Reestructurar la programación para niños, y ofrecer una diversidad de servicios, en la misma línea de la programación para adultos: tratando de mostrar la realidad a través de noticias, testimonios, debates y comentarios, etc., que les permita un mayor desenvolvimiento en la vida.

5. Necesidad de lograr una excelencia en la forma, ya que la presentación es muy importante en el mensaje de la TV ●