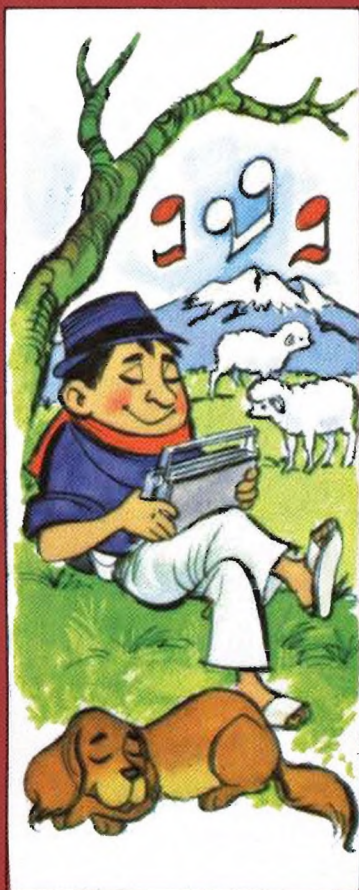




# CHASQUI

REVISTA LATINOAMERICANA DE COMUNICACION



MW	200	250	300	350	400	450	500	550	m
FM	108	106	103	100	97	94	91	88	mhz



# la radio educativa





## **CARTA DE LOS EDITORES**

Estimados lectores:

Con el surgimiento de la televisión en el mundo, muchos investigadores, anunciantes y empresarios creyeron que la radio iba a dejar de tener la importancia que tuvo en los años 40. Pero en Latinoamérica, donde todavía existen millones de analfabetos y de gente que vive en áreas rurales, no se ha cumplido este pronóstico y cada día es mayor el efecto positivo que ella cumple, cuando está bien llevada y sirve a fines educativos.

En este número de CHASQUI dedicado a analizar la problemática latinoamericana de la radio educativa, contamos con una entrevista a los directivos de la Asociación Latinoamericana de Escuelas Radifónicas (ALER) y con una controversia donde se plantean candentes problemas de este medio de comunicación.

En las secciones ensayos y experiencias tenemos valiosos aportes donde se analizan desde diferentes puntos de vista aspectos novedosos de las radioemisoras educativas y populares.

Además, en la sección bibliografía presentamos una selección, especialmente preparada, de obras básicas para aquellos estudiantes que quieren conocer más del medio radio en su aspecto educativo.

Como siempre en nuestra sección noticias tenemos información actualizada sobre congresos, seminarios, concursos y temas de interés para estudiantes, investigadores y comunicadores de América Latina.

Finalmente, nuestras secciones sobre nuevas tecnologías, enseñanza e investigación continúan con análisis actuales para todos aquellos lectores que se ocupan de estas temáticas.

Esperando que este nuevo número de CHASQUI sea de su agrado y reiterándoles nuestro pedido de comentarios, sugerencias y aportes nos suscribimos, atentamente,

Ronald Grebe López

Jorgè Mantilla Jarrín

## **EN ESTE NUMERO**

### **2 EDITORIAL**

**La radioeducativa en América Latina**  
Luis E. Proaño

### **4 ENTREVISTA**

**Directivos de ALER**

### **12 ENSAYOS**

**12 Areas de problemas en la radio educativa**  
José F. Pérez Sánchez

**20 Tres formatos populares**  
Amable Rosario G. - Ana María Rodino -  
Pedro González-Llorente

**30 Signos y Señales**  
Kees P. Epskamp

**35 Monstruos y demonios del Cine**  
José Luis Sáez

### **40 CONTROVERSIA**

**40 La educación y los medios**

### **52 ACTUALIDAD**

**52 Emisoras Mineras de Bolivia**  
Gridvia Kuncar - Fernando Lozada

**58 Parlantes: Nueva Experiencia Peruana**  
Helena Pinilla - Magali Noriega

**61 Las radios comunitarias en Italia**  
Cristina Lasagni

**65 La radiodifusión en Africa**  
Jean-Paul Lafrance - Vito S. Minaudo

**68 Treinta años de periodismo**

### **70 NUEVAS TECNOLOGIAS**

### **76 INVESTIGACION**

### **80 ENSEÑANZA**

### **82 ACTIVIDADES CIESPAL**

### **84 NOTICIAS**

### **98 DOCUMENTOS**

### **101 BIBLIOGRAFIA**

### **107 HEMEROGRAFIA**

### **110 SECCION EN PORTUGUES**

### **111 SECCION EN INGLES**

---

---

# SIGNOS Y SEÑALES

## en radio

---

---

Cuando un radiodrama comienza con el sonido de la sirena de un barco de vapor, se forma en la mente del oyente la imagen de un barco que sale o llega a un puerto. Lo mismo sucede con el diálogo. El oyente trata de hacerse una imagen de los personajes en base a sus voces y acentos. Pero la transferencia de información más importante en el radiodrama se realiza a través de la palabra que se origina en la mente del escritor. El radiodrama es por lo tanto una proyección del mundo cognoscitivo del autor en la imaginación del oyente.

El radiodrama no depende necesariamente del diálogo que acompaña la acción como sucede en el caso del drama teatral. Casi podría decirse que en el radiodrama, el lenguaje cumple una función más lírica que dramática. El drama se basa en actividad; el lirismo evoca sentimientos. En este sentido el radiodrama está más cerca de la poesía que del teatro. Las escenas en un radiodrama son como los versos de un poema; evocan diferentes asociaciones según el oyente.

### PERCEPCION VISUAL Y AUDITIVA

¿Por qué es el lenguaje el único vehículo de comunicación universal, autónomo y fundamental? Esta es una pregunta que sigue fascinando a la gente. Las señales visuales tal como las producidas por gestos o expresiones faciales son tan solo un suplemento del lenguaje o, como sucede en el caso de textos escritos, dependen completamente de éste. ¿Es acaso el lenguaje, como el clásico sistema de símbolos, preferible por encima de todos los otros medios de comunicación en términos de eficiencia, suficiencia y eficacia?

Tanto la percepción visual como la auditiva se producen en el tiempo y en el espacio. En el caso de los signos vi-

suales la dimensión espacial es prioritaria y en el caso de señales auditivas lo es la dimensión temporal. Una imagen visual, tal como la contenida en un cuadro, fotografía, pintura o proyección fílmica, está formada por una compleja mezcla de componentes presentados simultáneamente. Por regla, la señal audible consiste en una serie consecutiva de componentes. Una interpretación de música orquestal o coral implica evidentemente simultaneidad, pero la composición musical sólo se hace patente a medida que se desarrolla en el tiempo. En música, podría entonces decirse que el tiempo domina al espacio. Esto también se aplica al lenguaje, al diálogo y a los efectos de sonido.

En aquello que mueve a la audiencia, podemos ver entonces que existe una diferencia obvia entre el cuadro percibido simultáneamente y fundamentalmente espacial, y el flujo verbal o musical de sonidos consecutivos. En una puesta en escena ambos están presentes al mismo tiempo. Pero el cine, que despliega a través del tiempo imagen tras imagen, depende en gran medida de la capacidad de la audiencia de percibir su composición espacial como simultánea.

La música y el lenguaje, por otro lado, deben cumplir dos requisitos si van a ser producidos, percibidos, comprendidos y recordados. En primer lugar, los elementos que forman la composición deben ser colocados en un orden jerárquico. En segundo lugar, la composición o declaración debe ser divisible en partes delimitadas y separadas que sigan patrones de conjunto -palabras, frases, notas, golpes-. Esto no se aplica a la imagen visual. La imagen visual puede tener algo parecido a este patrón, pero nunca es obligatorio o sistemático.

La mezcla simultánea o síntesis que se produce en el proceso de la percep-

**KEES. P. EPSKAMP**

*El artículo analiza el radiodrama desde el punto de vista cognoscitivo, la función que cumple, su lenguaje y los componentes de la señal audible.*

ción visual es sustituida por una síntesis sucesiva en el proceso de la percepción auditiva. En cierto sentido es por esto que las diferencias en los gustos musicales son menos arbitrarias que las diferencias en los gustos por la pintura o cualquier otra imagen visual. El observar una fotografía o una pintura depende de una percepción precisa de los componentes, los cuales nos son presentados todos simultáneamente y por el tiempo que lo deseamos.

### LOS PODERES PERSUASIVOS DE LOS SIGNOS

Primero debemos establecer una diferencia entre proyectar significados y utilizar signos. Si consideramos las aplicaciones prácticas de los signos, debemos hacer inmediatamente otra diferenciación; existen dos tipos de signos: señas y señales (symptoms and signals).

*"Un signo que es utilizado en forma completamente indeliberada, pero que es interpretado como un signo solo por el receptor, es una 'seña' (symptom); un signo dado deliberadamente es una 'señal' (signal)"* (1). Puede hacerse una distinción similar desde la perspectiva del receptor.

No es raro que un individuo trate de dar un significado particular a lo que dice sin que el receptor interprete el signo de la forma esperada. Si para el receptor la intención es captar el significado sin comprenderlo, hablamos de manipulación; si el receptor simplemente no logra captar la intención, la comunicación enviada por el emisor no surte efecto. Aunque por lo general es imposible verificar esta distinción, ésta resulta útil ya que revela ciertos mecanismos. Así, las señas (symptoms) son más convincentes que las señales (signals) porque no son premeditadas. Lo cual es una vez más una razón para imitar las 'señas' (symptoms) (2).

Si nos concentramos en la relación existente entre el signo y aquello a lo que se refiere, entonces hablamos de semántica. Esto requiere una forma de ordenar signos diferentes a la del uso de señas y señales (symptoms and signals). Respecto a la semántica, nos limitaremos en este punto a la división de signos en indicios, iconos y símbolos que hace C.S. Peirce.

Cuando una persona interpreta un indicio siempre lo asocia con aquello a lo que se refiere porque ambos son inseparables -conectados uno al otro ya sea en el tiempo o en el espacio-. Un ejemplo de esto es una caricia. Un icono es completamente diferente. Uno asocia un icono con el objeto al que se refiere por-

que hay una semejanza en cuanto a forma. Finalmente, un símbolo refiere a algo que resulta de una convención cultural, de un acuerdo. Nuestros antecesores acordaron en un momento dado que el león representaba la valentía, y nosotros seguimos haciéndolo por hábito. En este caso se puede hablar de una asignación de significado determinada culturalmente. En cualquier otra cultura podría muy fácilmente ser la liebre la que represente la valentía.

Existe una cierta jerarquía en estos tres tipos de signos a nivel de su grado de abstracción o distancia de aquello a lo que se refieren. El indicio puede ser considerado el más rudimentario; tanto el indicio como el objeto al que se refiere deben estar presentes más o menos en el mismo momento y lugar si el indicio ha de tener significado. Una vez más el icono es diferente. El icono puede tener significado incluso cuando el objeto al que se refiere no está presente en ese momento y lugar. El signo simbólico tiene cierta arbitrariedad porque es el resultado de un acuerdo voluntario. La persona que no esté consciente de esta convención acordada culturalmente puede malinterpretar su significado.

*El radiodrama utiliza fundamentalmente símbolos e indicios.*

Se dice a veces que utilizamos los iconos para atraer a otros, los indicios para convencerlos y (finalmente) los símbolos para dar la prueba. La universalidad de la música, el papel fundamental que juega el lenguaje en la cultura y, finalmente, el dominio de la palabra y la música en la radio sugieren que la preponderancia del ver sobre el oír sólo se aplica a los indicios e iconos y no a los símbolos. Después de todo, la palabra sí tiene demasiada fuerza de expresión.

Cuando se inventó la radio, el radiodrama era considerado tan solo una especie de teatro para ciegos. Sin embargo, más tarde, la gente comenzó a ver que esta característica del medio exige que los diálogos, la música y los efectos de sonido fueran utilizados según el conjunto de convenciones propias del medio. Los expertos en drama afirman que el radiodrama es una forma auténtica que comparte algunos rasgos tanto con la forma de drama teatral como con la

del drama fílmico. El radiodrama utiliza fundamentalmente símbolos (lenguaje) e indicios (efectos de sonido). Los efectos de sonido sugieren contacto con el oyente. El sonido del murmullo de árboles sugiere un contacto directo con el viento; el sonido del crujir de gravilla habla de pasos. Rejas que crujen, toques de puerta y el sonar estridente de trompetas son todos sonidos de contacto y dicen al oyente algo sobre su origen. El sonido significa algo -le dice a usted que algo está presente aunque no pueda verlo por la naturaleza del medio-. Es precisamente esta indicación de un origen que luego se convierte en una imagen en la mente del oyente, lo que se utiliza para crear suspenso. Si usted escucha un grito en la obra, pero no puede ver cual es la razón del mismo -eso puede significar una agresión deliberada o un choque. En principio le toca al oyente decidir.

### HECHOS Y FICCIÓN: EL ARTE DE ATRAER

Si usted quiere entretenerse, tendrá que divagar por el mundo de la imaginación, de la ficción. Si usted quiere informarse tiene que enfrentar la realidad, porque la información tiene que ver con la realidad. Los hechos y la ficción están en polos opuestos. Los hechos imaginarios no son realmente hechos, sino una aproximación de la realidad. Un programa de entretenimiento puede mostrar una representación muy fiel de ciertas verdades, pero la información objetiva que obtenemos de programas de entretenimiento es aún así diferente a la que se presenta en los diarios o en las noticias televisivas. Esto se debe a que el contenido objetivo de un programa de entretenimiento usualmente sólo corresponde al modelo general que colocará los hechos reales en amplias categorías o estereotipos. Se presentan imágenes reales en amplias categorías o estereotipos. Se presentan imágenes de profesiones, clases, gentes, razas, estructuras sociales e instituciones. Por esto es que los carniceros, médicos y otros a menudo protestan por la manera en que sus profesiones son representadas en estas producciones (3).

Además, de esta información "objetiva" impartida a través de la creación de imágenes, las producciones para el entretenimiento aportan información con un carácter ideal. Por lo tanto, el mundo imaginario del programa de entretenimiento se parece lo suficiente al mundo real como para proporcionar diversión: este programa debe también tratar problemas reales -problemas mari-

tales, problemas de autoridad y libertad, problemas entre generaciones, problemas de enfermedad y salud, etc.-. Reducir a sus términos más simples, cada historia es básicamente un "alegato" para una de las partes en el conflicto, o una formulación de un punto de vista respecto a una disputa (4).

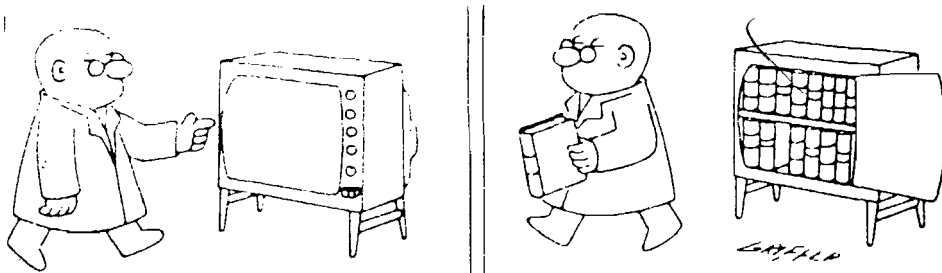
La forma en que se presenta este alegato es de hecho la formulación del mensaje. La información es valorada ahora precisamente debido a su forma; la representación está diseñada en su totalidad para ganarle la audiencia al lado que compite -para atraer a la audiencia-. También podría decirse que la forma externa es persuasiva: la audiencia se hace receptiva a la información ofrecida (5).

En este sentido la producción para el entretenimiento guarda semejanza con las formas contemporáneas de publicidad. Piensen en el siguiente ejemplo: una foto que anuncia un nuevo modelo de automóvil mostrando a una hermosa mujer recostada sobre el guardafango está diciendo en realidad "compre este auto y conseguirá una hermosa mujer también", o en todo caso "compre este auto y le será más fácil atraer a una mujer" (6).

Este anuncio para la promoción de la industria automovilística toma forma con fotos. El objeto que se promueve (la compra del auto) es suavemente traído al orden de algo que ya tiene un valor para el espectador (tener una bella mujer). No importa que ambas cosas no tengan nada o poco que ver una con la otra (7). El espectador es manipulado con fotos que son apreciadas por el consumidor. Signos que en la vida diaria son meramente sintomáticos para la relación hombre-mujer en la sociedad son elevados a nivel de señales (signals). En una forma deliberadamente casual, la norma implícita es representada como si fuera algo de todos los días.

## EDUCACION O ENTRETENIMIENTO

Los mecanismos utilizados aquí para persuadir o atraer a alguien pueden ser apreciados en diferentes tipos de historias, incluso las utilizadas con fines didácticos. Bal ilustra esto con un ejemplo sencillo. "Cuando un libro de geografía contiene la oración: 'Al glaciar le corresponde eliminar el excedente de masas de nieve, hay implícito mucho más de lo que expresan los signos lingüísticos por sí solos. La oración sugiere por ejemplo, que "alguien" asigna un trabajo a los fenómenos naturales. Por lo tanto también sugiere que las catástrofes sirven a un propósito -que son necesarias-. EL niño que deba



*aprender esto pensará dos veces antes de expresar abiertamente una aversión a las catástrofes (muertos cuatro turistas al deslizarse un glaciar). Aparentemente la naturaleza lo proporciona todo, por lo tanto debe haber un dios que asigne los deberes. En este sentido la oración revela mucho más; revela una visión de mundo" (8).*

Los libros de texto pretenden ofrecer información objetiva e imparcial. La ficción no pretende esto en lo más mínimo. Por esto es que las historias escritas para el entretenimiento y que dependen de la imaginación y visión del mundo del escritor presentan un modelo de realidad social que es por lo general normativo, pero la audiencia no se da cuenta de esto. El argumento del autor, tal como en el ejemplo de Bal del carro y la mujer, es presentado con otros medios que no son los simples signos lingüísticos. Esto no se debe simplemente a que el autor pueda presentar sus ideas a través de un diálogo de sus personajes, sino también a que el lenguaje que utiliza pueda recurrir a fórmulas e imágenes que le son familiares a la audiencia, y hay convenciones simples que puede utilizar para mantener claro el mensaje en su historia.

Una de las formas literarias de entretenimiento que cumple con estos requisitos y que es muy popular en América Latina es la novela. Hablando históricamente, cuando el realismo iba en ascenso la novela era vista básicamente como una historia romántica con una trama obvia y predecible y una serie de temas relacionados que tienen que ver con las virtudes humanas como la dignidad y la tentación; honor y deshonor y muchos otros "leitmotifs" similares.

## LA FORMA NOVELA

La novela siempre refiere a un conflicto interno en los personajes, cuyas vidas parecen determinadas por el destino. El tema, o la virtud humana, está siempre descrita en términos

de este conflicto interno, tal como la lucha personal entre la espiritualidad y la sensualidad, lo sagrado y lo profano. El lector o audiencia siempre se pregunta si la heroína se convertirá en monja o se casará después de todo. Según Leibowitz (9) la novela tiene otras dos características que tienen más que ver con la trama. Siempre hay un acontecimiento inesperado y un punto culminante significativo que implica la opción personal del personaje. El rasgo de suspenso que se toma de la novela de misterio se incluye por lo general en este punto.

Estos rasgos originales de la novela pueden ser apreciados en la actualidad en las fórmulas utilizadas para el melodrama y la telenovela, ambos productos de una industria de entretenimiento que debe atraer a sus consumidores de amplios segmentos de la población. Algunos ejemplos en América Latina son la fotonovela, la radionovela y la telenovela; los tres géneros hacen amplio uso de convenciones aceptadas. Mattelart (10) estudió un número de temas recurrentes y de estructuras de tramas en una selección de fotonovelas latinoamericanas. El problema que se expone en la historia es por lo general simple, claro y directo. En un momento crucial de la vida del protagonista, él o ella debe hacer una opción imposible entre ambiciones y felicidad, carrera y matrimonio, etc. Esta opción se toma por lo general en base a una selección negativa y la lucha se produce primeramente dentro del protagonista. Como el conflicto es interno, la forma novela no ofrece mucho campo de expansión. A nivel superficial el problema es completamente individualizado, lo cual quiere decir que se queda en una pequeña escala -dentro de los círculos familiares y de amigos por ejemplo-.

Aunque el amor y la armonía son la norma aceptada para las buenas relaciones dentro de este pequeño círculo, la historia tiene que ver con un momento individual de crisis que amenaza con

violiar la norma compartida de armonía. La lucha emocional del protagonista amenaza con quebrantar los nexos mutuos. Como el problema es interpretado en términos sumamente emocionales de conflicto dentro del protagonista, experimentados con gran pasión en un tipo de "Storm & Dran" el sentido común no proporciona presagio alguno.

## EL ALEGATO PARA EL BIEN MAYOR

Lo anteriormente expuesto puede ser ilustrado con el siguiente ejemplo concreto. La relación entre la juventud y la generación mayor está asociada en la novela con ignorancia versus sabiduría, rebelión versus conformismo. La "naturaleza" de la juventud le ordena rebelarse contra la generación mayor. Pero . . . la verdad saldrá a relucir al final. Si, por ejemplo, el joven amor imposible resulta ser "lo verdadero" después de todo, los enamorados se casarán de seguro no por cumplir con una convención social, sino porque al fin y al cabo está en la naturaleza humana hacer del amor verdadero "algo eterno". Si este amor imposible se ve obstaculizado por una diferencia de clases, entonces por lo general la persona que tenga el estatus más bajo será asimilado al medio más rico. Esto implica inevitablemente una serie de concesiones por parte de la persona más pobre. El muchacho o la muchacha debe negar su origen y probar con su arduo trabajo y sus buenas acciones que merece estar en ese estatus más alto. El muchacho pobre promete a la muchacha rica que reanudará sus clases nocturnas en la universidad, o la muchacha pobre es ascendida de repente de la posición de sirvienta a la de secretaria antes de contraer matrimonio con su jefe.

El alegato a favor del "bien mayor" se basa completamente en dos normas implícitas. En primer lugar, la opción es individual. Una diferencia de clase es individualizada en vez de ser ubicada dentro de un contexto social más amplio. En segundo lugar, las pasiones y emociones humanas son atribuidas a la "naturaleza humana". Las convenciones culturales están presentes como factores naturales inevitables que rigen el destino del protagonista. No tiene sentido el luchar contra ellas. Al fin y al cabo, la adolescencia es una etapa biológica natural hacia la edad adulta. Otras formas que la sociedad o la cultura hayan podido poner en el contenido de la adolescencia no necesitan ser consideradas jamás.

La afirmación implícita del autor de

que las normas dominantes son también las correctas se tejen en la historia de una manera tal que el hecho que se defiende (por ejemplo la convención social de desigualdad social) se adecúa a los valores que el espectador, oyente o lector ya acepta sin problemas (que la gente por naturaleza no es igual), aunque el factor del que todo depende (la pobreza) tiene muy poco o nada que ver.

## EL RADIODRAMA Y LA NOVELA

La fotonovela es utilizada como instrumento de enseñanza en los cuidados de salud, para dar información acerca de alimentación infantil y otros temas que conciernen particularmente al trabajo que realiza la mujer en el hogar. Esto tiene buen sentido ya que, según Mattelart, las mujeres jóvenes pertenecientes a las clases más bajas son las mayores consumidoras de fotonovelas.

Katz (11) afirma que la telenovela es utilizada con fines informativos en Brasil y Perú. El tema más importante es señalar las diferencias de puntos de vista entre la generación joven y la adulta respecto a la modernización en la agricultura. En Perú, los problemas relacionados con la emancipación de la mujer fueron tratados en una telenovela. Esta serie fue criticada porque la forma convencional de la novela entró en conflicto con el mensaje que se quería dar y llevó a un alza de pseudo-conciencia.

¿Por qué pasa esto? Principalmente debido a que la "novela" revela una visión melodramática del mundo. Según los músicos el primer melodrama fue Pygmalion, una "escena lírica" corta con libreto de Jean Jacques Rousseau. Tiene un argumento simple pero el elemento innovador está en la manera en que Rousseau mezcla las palabras y la música. Melodrama significa en realidad "drama musical", es decir, una obra o parte de ella, o un poema en que la palabra hablada se contrapone a un fondo musical (12). Esta fórmula también resulta para la obra radial. Por lo tanto, parece que la forma narrativa de la "novela" se adapta perfectamente a las posibilidades de la radio.

Dada la capacidad de la radio de alcanzar a un gran número de personas analfabetas en las áreas rurales de América Latina, existe una historia larga en cuanto a los intentos de utilizar la fórmula novela para obras radiales, que proporcionen tanto entretenimiento como instrucción a la gente. Las radionovelas educativas son intentos por lograr que el oyente cambie sus ideas o su con-

ducta. Sin embargo, existen problemas; el radiodrama es un medio diferente a la televisión o la prensa. No obstante, como la "novela" muestra una visión melodramática del mundo, y como el radio está bien adaptado para darle a esta visión un énfasis lírico, también existe el riesgo de una posible instrucción o pseudo-emancipación.

Al igual que la "novela" un gran número de tragedias modernas y clásicas muestran en realidad una visión fundamentalmente melodramática del mundo, de la vida, que determina su forma orgánica y la reacción emocional de la audiencia. En ambas la catarsis es inevitable. Pero mientras el héroe de la tragedia está "dividido", el individuo melodramático permanece fundamentalmente "unido" a pesar de sus conflictos internos. Es decir: el héroe o heroína del melodrama es o bien un triunfador o triunfadora absoluto, o un perdedor o perdedora absoluto. En la tragedia es diferente ya que el héroe puede ser un perdedor en su victoria, o un ganador en su derrota (13). Así la tragedia no requiere de una estructura dramática en comparación con el melodrama, sino más bien de una alternativa en un estilo más sofisticado del mismo conflicto.

El drama educativo en escena, en TV o en radio puede tener varios objetivos: despertar la conciencia política, cuestionar los valores tradicionales, llamar la atención hacia la injusticia, proporcionar argumentos en contra o en favor de un tema y, en ciertos casos, apoyar directamente la resistencia. El resultado puede ser una sátira, una revista o una obra directa con un mensaje. Sea lo que sea, el melodrama es esencialmente la base de ello. El héroe tiene una causa por la cual luchar, y en esa lucha pierde o gana. El drama educativo exige esa franqueza al adoptar una posición en favor o en contra.

## OBSERVACIONES FINALES

La frontera poco definida entre la ficción y la realidad constituye un grave problema de la radio y la televisión. Tan pronto como la ficción es llevada a la no-ficción, puede ser utilizada con fines de manipulación. Esto se hace aún más grave cuando esta información es uniformemente diseminada y a escala masiva. La radio y la televisión son medios que hacen un llamado directo a nuestros sentidos; sólo esto les da poderes extras de persuasión.

Orson Welles, en su famoso radiodrama sobre un marciano imaginario que llega a la tierra, demostró que se necesita tan solo un cambio a nivel de forma-

tos de programa. Welles utilizó el formato de una transmisión de noticias en vivo para presentar un radiodrama. Con esta simple estratagema, Welles logró difuminar la frontera entre la ficción y la realidad de una forma tal que la gente se lanzó a las calles llena de pánico. Pareciera que el formato de reportero de noticias desde el lugar de los hechos, que fue utilizado originalmente

*Welles logro difuminar  
la frontera entre  
la ficción y la realidad.*

para indicar si era algo ficticio u objetivo, hubiera adquirido un valor de señal (signal) tan fuerte como el de la campaña y el perro de Pavlov. "Transmisión en directo ¡Debe ser verdad! Aterrizaron los Marcianos!"

El uso de historias cómicas, así como también trágicas presentadas visualmente en tiras cómicas, fotonovelas, televisión o cine con fines instructivos tienen una historia tan larga como la de los medios mismos. Muchos tipos de actividades educativas, incluyendo cursos de entrenamiento profesional en cuidados de salud y hotelería, hacen uso de videotapes y películas didácticas en los que el material educativo técnico está concentrado en "historias", -en entretenimiento-. La efectividad de este sistema depende, según Brett (14), del equilibrio existente entre el valor instructivo y el

valor de entretenimiento. El estudiante naturalmente no debe estar sentado esperando el próximo chiste, mientras pierde el mensaje educativo implícito en el contenido.

Los dibujantes y escritores en los mundos de la educación, el entretenimiento y la publicidad están todos conscientes de esto y tratan de encontrar el equilibrio adecuado sacando provecho de la información básica que el público ya posee. Y si usted tiene algo que decir al público, ¿por qué no combinar la forma y el contenido en una manera tan atractiva y persuasiva que estimule la imaginación de la gente?

Si entendemos por comunicación la confrontación de nuestras propias ideas con las de otros, entonces el entretenimiento prácticamente no "comunica" para nada, ya que esta es la forma que se basa completamente en la imagen de la sociedad que el público ya tiene. Desde esta perspectiva, es entonces perfectamente correcto pensar que alguien que quiera divertirse no tiene el más mínimo deseo de recibir un mensaje educativo, que por lo general requiere de un formato aburrido. ¿Pero cómo se hace entonces un programa educativo que sea atractivo? ¿Adoptando una fórmula que ya ha resultado popular entre el público en otros frentes? En América Latina la novela podría sin duda ser el formato apropiado. Pero hemos visto que la novela confirma de hecho las nociones dominantes acerca de la sociedad. Por ejemplo, el conflicto entre las normas sociales y las pasiones individuales es disimulado mediante el uso del suspenso. Este problema no es tan inherente a la sociedad o clase social en que la novela es tan popular, como lo es a la naturaleza del género mismo. Sin pasión ni suspenso este género definitivamente

no existiría. Al representar valores y normas como leyes de la naturaleza (symptoms) y no como convenciones acordadas por la gente, se recurre a la moralidad dominante y esta queda a la vez confirmada. La fórmula de la novela puede presentarse al radiodrama solo en la medida en que la lucha interna, el monólogo del protagonista, pueda ser representado. El lirismo, tan importante para el argumento de la novela, es consistente con el dominio de la palabra en el radiodrama. El suspenso, tan importante para la inmediatez de efectos de sonido y música en el radiodrama, es un ingrediente de la novela. Lo único que puede lograr que esta combinación de género y técnica sea positiva para fines de instrucción y enriquecimiento personal es que uno pueda ver en la radionovela la opresión retratada como destino personal. Esto sólo puede lograrse poniendo claro que el héroe o heroína no está tan atrapado en una red de sus propias pasiones (naturaleza), como lo está en una red de convenciones sociales y culturales (cultura). Sólo de esta forma pueden romperse nociones estereotipo. Lo que está aún por verse es si el género de la novela puede ser adaptado en esta forma y seguir siendo efectivo como radiodrama con fines educativos.



**KEES P. EPSKAMP**, holandés, realizó estudios de antropología cultural en la Universidad Estatal de Leiden, Holanda, y seguidamente asistió a los cursos de entrenamiento pedagógico en la Escuela de Teatro de Amsterdam. En la actualidad trabaja en el Centro para el Estudio de la Educación en países en vías de desarrollo (CESO) en La Haya. Dirección: CESO Postbus 90734 2509 LS 's-Gravenhage La Haya - Holanda

#### NOTAS

- 1.- Bal, M. De homo semioticus en zijn interpretatie van de werkelijkheid. *Hollands Maandblad*, 1979, No. 374.
- 2.- Ibid. op. cit. p. 18; Zoest, A. v.: *Semiotiek, over tekens, hoe ze werken en wat we er mee doen*; Baarn, Ambo, 1978, p. 47.
- 3.- Peters, J.M. in: *Amusement in de massamedia: informatieve en persuasieve functies; referenten van het vijfde Vlaamse Congress voor Communicatiewetenschappen*; Lovaina, Centro de Medios de Comunicación, 1973; p. 17.
- 4.- Ibid., op. cit. p. 19.
- 5.- Ibid. op. cit. p. 19/21.
- 6.- Bal, op. cit. p. 15.
- 7.- Peters, op. cit. p. 21.
- 8.- Bal, op. cit. p. 15.
- 9.- Leibowitz, J.: *Narrative purpose in the novela*; La Haya, Mouton Publishers; 1974; p. 15.
- 10.- Mattelart, M.: *La cultura de la opresión femenina*; Ediciones ERA; México D. F.; 1977.
- 11.- Katz, E. y Wedell: *Broadcasting in the Third World; promise and performance*; Harvard University Press; Cambridge/Massachusetts; 1977; p. 186/187.
- 12.- Smith, J.L.: *Melodrama*; Methuen and Co. Ltd.; Londres; 1973; p. 1/2.
- 13.- Ibid. op. cit. p. 7/10.
- 14.- Brett, S.: *Comedy and education: Educational Broadcasting International*; 12 (1979).