

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

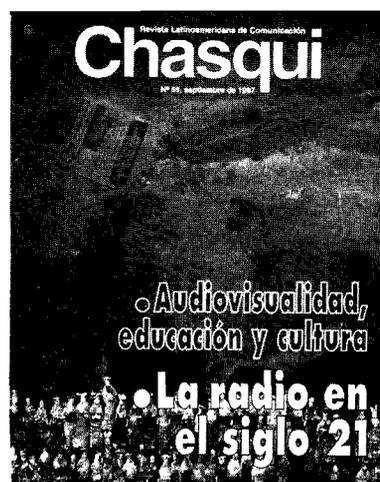
OSWALDO VITERI

"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.

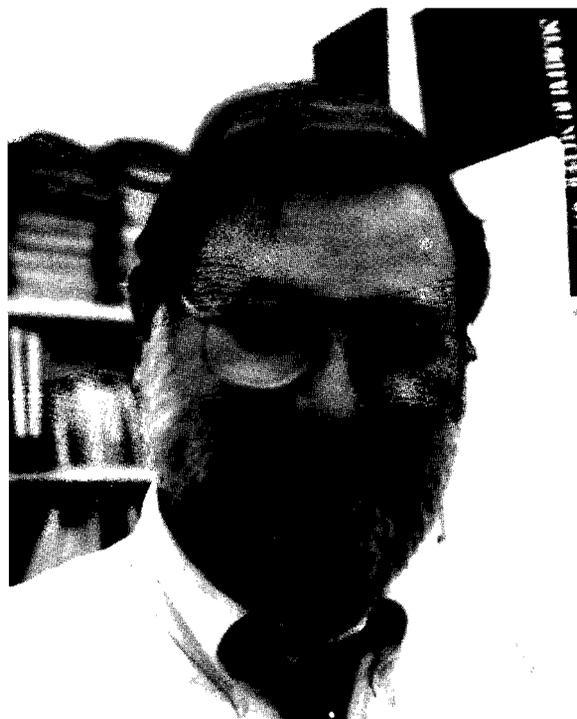
Centro de Arte Viteri 561 548

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.



Miquel de Moragas i Spá: “Debemos transformar el conocimiento en bienestar social”

En su año sabático, Miquel de Moragas se propone trabajar sobre las teorías de la comunicación en la sociedad de la información. En esta entrevista, Moragas adelanta sus reflexiones sobre la economía y tecnología en relación con la cultura e ideología, las políticas de comunicación e investigación, la irrupción de los nuevos modos de información, la sociedad global vs. la local. Enfatiza la importancia de la investigación multidisciplinaria para superar el déficit de estudios sobre la vida cotidiana y para comprender mejor los fenómenos sociales más acuciantes.



Para Moragas estamos inmersos en una sociedad al mismo tiempo global y local, en la que las políticas de comunicación tienen la obligación de proteger el espacio local para evitar que desaparezca. Tal vez, ese deber pueda cumplirse a partir de la decepción que Europa comienza a experimentar respecto a las políticas liberales. En el contexto de este final de siglo, Moragas recupera el ideario propiciado en su momento por la Comisión McBride, al postular la necesidad

RICARDO HAYE, argentino. Comunicador social, profesor de la Universidad Nacional del Comahue (Argentina).

de crear “fuentes múltiples para finalidades sociales positivas, democráticamente discutidas”.

Hombre académico, Moragas se permite opinar que las universidades están manejando mal la histórica tensión entre su rol de constructoras de orientaciones teóricas y modelos enriquecedores, y la fuerte exigencia de conocimientos que formula el mercado. Por ello considera que la situación solo puede resolverse creando políticas públicas de investigación que acerquen respuestas adecuadas a las preguntas claves de las sociedades modernas: ¿dónde invertimos las energías de conocimiento, cómo lo hacemos, para qué servicio? Veamos

textualmente el pensamiento del catedrático catalán que nos ofreció en esta entrevista.

Un espacio de intersección

“Los cambios en la comunicación y en su tecnología traen como consecuencia transformaciones de la forma de hablar, de establecer relaciones entre iguales y entre estos y el poder, de conformar estructuras y organización social. Estos cambios en la comunicación siempre han tenido su influencia en el conjunto de la sociedad, pero probablemente estemos asistiendo ahora a una transformación más acelerada que nunca. Y con un cambio estructural importante: algu-

nos de los fenómenos de la cultura y de la comunicación están perdiendo autonomía y se ven cada vez más condicionados por el desarrollo de otros fenómenos sociales.

"Hoy, estudiar la comunicación por sí misma es imposible o inútil; lo que hemos de hacer es estudiar cómo el conjunto de condiciones sociales, de la tecnología, de la economía, del desarrollo de las relaciones internacionales, afectan a la comunicación. Y al mismo tiempo, ver cómo son fenómenos de información los que se sitúan en el eje de las nuevas estrategias de desarrollo global de la sociedad. Por lo tanto, la diferenciación entre los estudios de comunicación y estudios de sociedad se ha hecho más imposible. Estamos ante un reto muy interesante, desde el punto de vista teórico, que es el cambio de nuestra visión interpretativa de la sociedad de los *mass media*, para ingresar en la sociedad de la información, en la que si bien los medios siguen teniendo una importante función, esta empieza a ser complementada y en algunos casos desplazada por nuevas formas de información no estrictamente massmediáticas.

"Si se me permite la autoridad moral de llevar 25 años en el estudio de estos temas, yo cada vez creo menos en la estricta comunicología, y cada vez creo más en las aportaciones conjuntas de las ciencias sociales. Para interpretar el fenómeno de la comunicación, nosotros necesitamos el auxilio y la colaboración permanente de las ciencias sociales. Pese a su extraordinario despliegue, la comunicación no necesariamente debe desarrollar consigo una propia disciplina académica. Pero que nadie se asuste, yo no digo que no deba haber estudios de comunicación. Sí que debe haber una actividad académica sobre ella, sin duda. Pero no en el sentido de una epistemología independiente de análisis. Nosotros debemos crear instituciones académicas

dedicadas monográficamente al estudio de la comunicación desde la experiencia de las ciencias sociales.

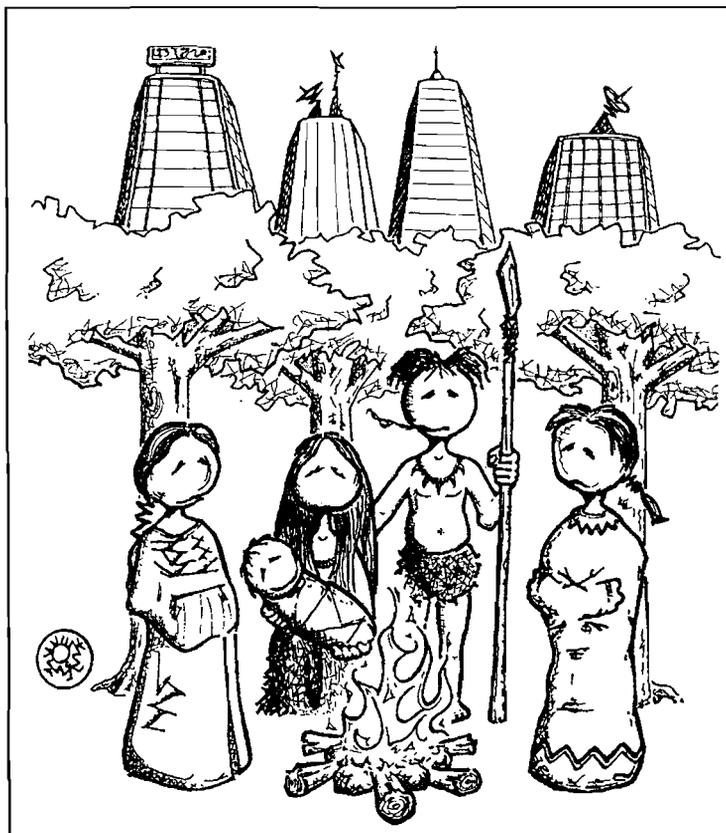
"Me llama la atención el poco interés que suelen suscitar los grandes fenómenos sociales contemporáneos en su expresión más popular y masiva. Alguien me ha preguntado: ¿cómo es que usted se dedica a estudiar el tema de los Juegos Olímpicos y el deporte? Yo mismo me sorprendo de que me hagan esta pregunta, que el tema provoque extrañeza. Porque me interesan los grandes fenómenos sociales, es por lo que me dediqué a estudiar la comunicación. Creo, desde luego, que hay pocos estudios sobre la vida cotidiana en la sociedad moderna. ¿Por qué a la gente le gusta ir a la playa? ¿Por qué le gustan determinados programas de la televisión? ¿Por qué le sigue gustando pasear, charlar? ¿Por qué hay tanta audiencia futbolística? Estos datos no se pueden abordar e interpretar si no es desde una experiencia y una perspectiva antropológica. Me parece que la pasión por los deportes tiene raíces profundas en la historia de la cultura. Y estudiando comparativamente las culturas, tendremos mayor facilidad para comprender al-

gunos de los fenómenos que pasan en casa de uno mismo y que, por la propia inmediatez, nos cuesta interpretar".

Economía y tecnología vs. cultura e ideología

"Hace unos años estuve en Bruselas en una reunión sobre tecnologías de la información. Me llamó mucho la atención que en los dos días de debate nunca apareciera la palabra ideología. Al acabar, en el aeropuerto me encontré a Umberto Eco y le comenté esta sensación. Eco se puso a reír y me dijo: "bueno, a lo mejor dentro de un tiempo ni siquiera se hablará de cultura".

"Creo que estábamos asistiendo al inicio de un proceso en el que el interés por el fenómeno de la comunicación es cada vez más económico-tecnológico. Sobre todo desde la experiencia que estamos viviendo en Europa y en los países más desarrollados del mundo. El enorme interés social es mucho más fuerte desde esas perspectivas que desde el punto de vista ideológico. Y esto es un signo de las nuevas formas de poder en la sociedad actual. La comunicación se independiza algo del poder político y, en cambio, se siente más vinculada, constreñida y dominada por el poder económico y tecnológico. En este contexto es donde encontramos tanta literatura, documentos, actividades y debates que se centran en la comunicación como factor básico para el desarrollo de esos rubros en las sociedades modernas. Y tan escasa preocupación por los factores culturales e ideológicos. Dentro de algunos años esto seguramente irá cambiando, a medida que remita lo que yo llamo una cierta "euforia" o fascinación por las tecnologías. Estamos tan condicionados por la sorpresa de un cambio tecnológico tan acelerado, que no hemos podido tomar distancias y valorar críticamente el desarrollo de estos acontecimientos.



César Rodríguez, Colombia

“Claro, en medio de este proceso hay mucha literatura entusiasmante acerca de las maravillas de la tecnología. Yo creo que deberíamos parar un momento para meditar con mayor profundidad adónde vamos y cuáles son las consecuencias de este tránsito. Hay algunos lugares en el mundo donde la evolución tecnológica, cuando se puede combinar con formas de convivencia entre tradición-modernidad o tecnología-vida diaria, crea condiciones de vida muy favorables.

“En la época moderna debemos ser capaces de construir un pensamiento crítico, pero también pragmático, que es hacia donde se orienta el conocimiento en los países más desarrollados. Esta responsabilidad de transformar el conocimiento en bienestar social, me parece un compromiso intelectual ineludible. En esta línea de intentar crear un pensamiento capaz de generar ideas de desarrollo, hemos de ser capaces de identificar todos aquellos aportes capaces de generar propuestas, ideas útiles para la mejora de la calidad de vida y el bienestar social. Yo creo que hoy la democracia pide esto. La democracia es libertad de expresión, es participación, pero es también aplicación positiva del conocimiento”.

El reto es interpretar el futuro

“Estamos en una época de desorientación, porque no hay grandes valores centrales, únicos, que orienten el pensamiento y la acción social. Pero es también una época de desconstrucción de dogmas y por tanto estamos viviendo un tiempo extremadamente creativo y positivo. Yo no sé si soy optimista más por razones personales que intelectuales, pero no me quiero dejar convencer de que estamos en una época de absoluta crisis. En todo caso será una crisis creativa. Puede haber una cierta nostalgia de una sociedad que se interpretaba con cuatro ideas básicas. Estamos en una sociedad mosaico, pero ello no implica que se trate de una sociedad con pensamiento negativo. Hoy, desde el punto de vista de interpretación de la realidad, enfrentamos un problema de estudio prospectivo: interpretar el futuro.

“Además vale la pena recordar que en ciencias sociales hay una enorme actividad de creación de conocimientos,

Lo que está pasando es que hacen políticas de comunicación los países más ricos del mundo. No ya los países en vías de desarrollo o no alineados. No, son los países poderosos quienes establecen sus políticas para hacer posible su hegemonía. Y esto es fundamental en el panorama de la comunicación moderna.

destinada a la aplicación a programas y políticas concretas de desarrollo. Desde este campo, debemos tener en cuenta que la producción de conocimiento en la sociedad moderna es producción para algo. Y aquí hay un momento crítico: ¿para qué esta producción, con qué finalidad? Por eso digo que uno de los retos de la democracia moderna es analizar cómo se usa el conocimiento y cómo se hace una política de producción de conocimiento. Esto no es tanto la definición de la sociedad, como la aplicación de los conocimientos a prácticas concretas. Estoy pensando en temas de salud, medio ambiente, planificación económica, utilización de los recursos, gestión de los alimentos; en toda una serie de rubros que hacen que el conocimiento esté cada vez más planificado. Esto visto desde Europa. Creo que la Unión Europea es evidentemente el fruto de la necesidad de una política de coordinación en el área científica y de producción de conocimiento. Uno de los núcleos que construye la idea misma de Europa como conjunto político, cultural, etc., es la ne-

cesidad de juntarse para producir conocimiento adecuado a las demandas. Este es un tema crítico en la sociedad moderna. Las ciencias sociales tienen un papel paralelo a este que es el de la prospectiva, de cómo esta serie de transformaciones afectarán la convivencia, las relaciones sociales”.

Una sociedad global y local

“Hay la idea de que la sociedad moderna es una sociedad de comunicación global, pero a mí ninguna de las investigaciones me conduce a esta conclusión, sino a la idea de que estamos en una sociedad al mismo tiempo global y local, en la que las políticas de comunicación deberían proteger el espacio local para evitar que desaparezca. Esto puede ocurrir básicamente porque los propietarios, los responsables de los proyectos de comunicación global, no se contentan con controlar ese espacio, sino que quieren apoderarse también del ámbito local. De ese modo, los gestores de la comunicación local pierden todo protagonismo. Las multinacionales son también multilocales y tienden a robar el espacio de las pequeñas empresas o iniciativas. ¿Cómo controlar este proceso? Ayudando a través de las -de nuevo- importantes políticas de comunicación en todos los espacios de comunicación local. Porque desde un punto de vista estrictamente técnico, las tecnologías lo permiten.

“Por ejemplo, en Catalunya, la primera experiencia que tenemos de televisiones locales es de 1983/84; estamos ya en 1997 y todavía estas televisiones no han conseguido tener ni una legislación satisfactoria ni una política adecuada de comunicación, a pesar de vivir en democracia. Es decir, las tecnologías lo permiten, pero los recursos de las políticas de comunicación no lo apoyan.

“Por otra parte, en estos momentos estamos viviendo en Europa el comienzo de una cierta decepción acerca de la política liberal en relación con las telecomunicaciones. Uno se ha dado cuenta que esta política no siempre ha conseguido crear espacios de competitividad, instalar la idea de que una sola empresa de telecomunicaciones no va a dar buen servicio y es mejor que sean dos o tres.

“Lo que está pasando es que los procesos de concentración son tan fuertes, tan acelerados, que no despiertan esta competitividad, sino un mayor control. Y,

al mismo tiempo, esta concentración de las empresas de comunicaciones se ha combinado con una cesión, por parte de las legislaciones, en el sentido de que las transportadoras de señales pueden también constituirse en ofertantes de contenidos y de programas. Empezó así a romperse la separación entre quienes tenían control de las redes y quienes de la producción y difusión de programas. Este proceso de concentración camina muy claramente en contra del pluralismo. Europa, y en general los países que han seguido este tipo de políticas, hoy se van a enfrentar con este problema".

Las políticas de comunicación

"En este momento, en Europa hay políticas de comunicación. Lo que está pasando es que hacen políticas de comunicación los países más ricos del mundo. No ya los países en vías de desarrollo o no alineados. No, son los países poderosos quienes establecen sus políticas para hacer posible su hegemonía. Y esto es fundamental en el panorama de la comunicación moderna.

"En los años 50 estábamos en la puerta del llamado fenómeno de la massmediación que, visto ahora, se tra-

taba de algo extraordinariamente importante. En ese contexto, la aparición de la TV es un fenómeno absolutamente contundente que se expande muy rápidamente y constituye la sociedad de los *mass media*. A partir de los años 90, con el Internet, los sistemas digitales, etc., empieza a cobrar importancia y fuerza la comunicación personalizada. Ya no es la difusión general de los *media*. Este fenómeno personalizado, de comunicación a la carta, para el gusto del consumidor y al uso de los intereses de determinadas personas, abre una época nueva ¿Significa esto que los *mass media* han perdido su función? No, la siguen ocupando, pero es ya una función menos central y compartida con estos fenómenos de comunicación más singularizada. Se produce, entonces, un proceso de multiplicación extraordinaria de canales de difusión. En la sociedad post-massmediática, el tema fundamental es el de la producción para un consumidor que cada vez más buscará una información personalizada pagando un *password* para ello. Esto crea una ecología nueva y los estudios de comunicación no deben ni pueden concentrarse sobre el sector *mass media* exclusivamente.

"Actualizando la fórmula de la Comisión McBride, 'Un solo mundo, voces múltiples', hoy un buen título sería 'Fuentes múltiples para voces múltiples'. Porque la dificultad no es tanto de 'voces múltiples', que las hay; el problema es dónde está la información, quién la produce. El reto del futuro no es tanto el de las voces múltiples, sino el de fuentes múltiples para finalidades sociales positivas, democráticamente discutidas".

La investigación universitaria

"En los últimos años ha existido un retroceso de las políticas públicas de apoyo a la investigación y eso trae aparejado que esta se oriente a demandas muy selectivas, muy pragmáticas, muy comerciales. Se está produciendo un fenómeno extremadamente preocupante que resumo en una escena ficticia: podría ocurrir que un profesor, contratado por una empresa privada para realizar una investigación de mercado, deba responder a una pregunta en clase así: 'esto yo lo sé, pero no se lo puedo contestar, porque la empresa que me paga me ha sometido a una cláusula de secreto para que no se entere la competencia'.

"Esto era impensable en la universidad de antaño. Actualmente, hay demasiados conocimientos que permanecen secretos, reservados. Especialmente sobre temas estratégicos: inversiones, prospectiva, implantación del cable y del satélite, demandas de comunicación, gustos de la gente. El mercado posee los datos, pero estos no llegan a la universidad.

"Esta situación solamente se puede resolver de una forma: creando políticas públicas de investigación. Y esto implica grandes responsabilidades para la universidad, que debe preguntarse qué investiga. No se puede seguir dando vueltas a un mismo tema epistemológico que hasta puede ser un comentario frívolo o sin interés. De modo que deben articularse las responsabilidades en torno de las políticas de comunicación y las políticas de investigación en este campo.

"Este es un problema muy típico de las sociedades modernas y de su discusión democrática: ¿dónde invertimos las energías de conocimiento, cómo lo hacemos, para qué servicio?" ●



Edgar Naranjo, Ecuador

Hay pocos estudios sobre la vida cotidiana de la sociedad moderna.