

Chasqui

Revista Latinoamericana
de Comunicación

No. 47 - NOVIEMBRE 1993

Director

Asdrúbal de la Torre

Editor (E)

Jorge Mantilla Jarrín

Consejo Editorial

Jorge Mantilla Jarrín

Edgar Jaramillo

Luis Castro

Nelson Dávila

**Consejo de Administración de
CIESPAL**

Presidente, Tiberio Jurado, Rector de la
Universidad Central del Ecuador.

Presidente Alterno, Rubén Astudillo,

Min. Relaciones Exteriores.

Eduardo Peña Triviño,

Ministro de Educación.

Luis Castro, UNP.

Fernando Chamorro, UNESCO.

Flavio de Almeida Sales, OEA.

Raúl Izurieta, AER.

Julio Camba, Universidad Estatal de
Guayaquil.

Fernando Naranjo Villacís, FENAPE.

Jefe de Redacción

Kintto Lucas

Asistente de Edición

Martha Rodríguez

Portada

Fernando Torres

Impreso

Editorial QUIPUS - CIESPAL

Portada, Imprenta Mariscal

Chasqui es una publicación de CIESPAL
que se edita con la colaboración de la
Fundación Friedrich Ebert de Alemania

Apartado 17-01-584. Quito, Ecuador

Tel. 506-149. Telex: 22474 CIESPAL ED

Fax (593-2) 502-487 - E-mail/correo

electrónico: editor@chasqui.ec

editor%chasqui@ecuanex.apc.org

Registro M.I.T., S.P.I.027

Los artículos firmados no expresan
necesariamente la opinión de CIESPAL o
de la redacción de Chasqui.



EDUCOMUNICACION

La comunicación ofrece
amplias posibilidades a los
procesos educativos, más
allá de la oferta de los
instrumentos tecnológicos. La
tecnología debe superditarse al
objetivo pedagógico. La
comunicación debe hacer
factible el proceso educativo
dentro de márgenes de
creatividad, expresión y
participación.

- 4 ¿Qué significa aprender?,
Francisco Gutiérrez P., Daniel
Prieto Castillo
- 11 La Santa inquisición,
Enrique E. Sánchez Ruiz
- 14 Mario Kaplún: Cultura de
imágenes, no de sentidos,
Guillermo Orozco Gómez,
Sergio Inestrosa González
- 18 Lo uno y lo diverso, José
Rojas Bez
- 21 El poder de la palabra, Kintto
Lucas

ENTREVISTAS

- 25 Antonio Buero Vallejo: De la
humanidad se puede pensar
todo incluido lo peor, Jesús
Milla Alonso, Consuelo Pérez
Benítez
- 29 Fernando "Pino" Solanas: El
viaje hacia un lenguaje propio,
Lauro Marauda
- 31 Armando Rollemberg:
Desafíos y perspectivas de la
comunicación, Edgar
Jaramillo S.

FORTALECIMIENTO DE LA RADIO



Las radios populares deben
competir con las
comerciales. No se pueden
quedar rezagadas a pequeños
espacios. Con creatividad,
innovaciones y participación
real de la población deben ir
ganando espacios importantes
dentro de las comunicaciones,
contribuyendo a la creación de
procesos democráticos y
pluralistas dentro del marco de
la libertad de opinión y decisión.

- 35 Un sueño hecho realidad,
Colectivo CX 44
Panamericana

- 41 ¿Podemos hablar?, *Sara Fletcher Luther*
- 45 Irlanda: Liberar las ondas, *Margaretta D'Arcy*
- 47 La radio universitaria se mueve, *Gloria Rodríguez Garay*
- 49 Diexismo, *Enrique Ramírez Cortez*
- 53 La radio comunitaria, *Robbin D. Crabtree*
- 57 ¿Radio popular o comunitaria?, *María Cristina Mata, ALER.*
- 60 Argentina: Una radio dentro del colegio, *Jorge González*

IMPACTO DE LA TELEVISION



- 72 "Yo soy Batman, tu sos Robin", *Alvaro Pan, Daniel Erosa*
- 76 Fernando Andacht: La TV y la falta de estereotipos, *Alvaro Pan, Daniel Erosa*
- 77 México: Propuestas televisivas y proyecto político, *Sergio Inestrosa*
- 80 Nicaragua: Una televisión melodramática, *Roberto López*
- 81 Colombia: Sexo y violencia en la pantalla, *María Isabel Gracia*
- 82 El enlatamiento televisivo del arte, *Reynaldo Pareja*



El crecimiento de la televisión rebasa todas las expectativas. Se ha constituido en una escuela paralela con una amplia influencia en la sociedad.

- 61 Televisión regional en la Europa de las Identidades, *Bernat López*
- 66 España: "Telebasura" y TV de supermercado, *Pablo Azócar*
- 67 ¿Quién se queda con la TV por satélite en Asia?, *Joyana Sharma*
- 68 La televisión segmentada, *Luiz Guilherme Duarte*

UNICEF

- 91 El poder sutil de la telenovela, *Patricia Iriarte*
- 93 El tercer canal, *George McBean*
- 94 Las comadronas y su oficio ritual, *Oscar Liendo*

ACTIVIDADES DE CIESPAL

- 96 Lucía Lemos: De a poquito en las nuevas tecnologías, *Martha Rodríguez*
- 99 RESEÑAS

NUESTRA PORTADA

Carnaval de los animales, serigrafía de Fernando Torres, 1991, 75 cm x 55 cm.

El autor es ecuatoriano y su obra ha sido expuesta en diversas muestras nacionales e internacionales
Taller: Jorge Washington 656 y Amazonas. 2do. piso. Telf. 527 629
Quito - Ecuador

Fotografía: Ramiro Jarrín

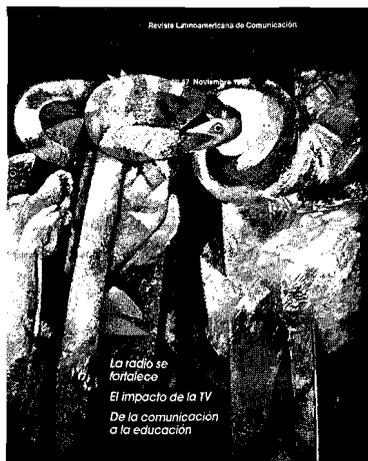


FOTO DE PORTADA INTERIOR

Oscar Bonilla
PRISMA

Agencia de Imágenes de
América Latina

Av. Bartolomé Mitre 1488, of. 202
Casilla C.10985. Telf. 963-273
Montevideo - Uruguay



Lucía Chiriboga, Ecuador, 1992

LO UNO Y LO DIVERSO

El arte no solo tiene ese poder para agudizar las miradas. Este es una de sus cualidades más inherentes. Toda creación, apreciación y educación artística está vinculada a una observación y comprensión más incisiva y honda del hombre y del mundo. Al arte y a la educación estética corresponde, pues, un importantísimo papel en esta rica dialéctica entre lo singular y lo universal, en la creación y apreciación de lo uno en lo diverso y de la diversidad en la unidad.

Las acciones estéticas desde el pop hasta los más radicales movimientos "postmodernos", significaban una ruptura con los tradicionales conceptos de "obra", de "arte" e incluso de "escenarios", "instituciones" y "públicos".

Así, más que de cambios cuantitativos o de muchos cambios cualitativos simples, se trataba de una modificación radical y general: cambiaba todo el ámbito de lo estético e incluso la propia concepción del arte y de los valores estéticos.

JOSE ROJAS BEZ, cubano, escritor y comunicador. Profesor universitario. Crítico y ensayista de literatura y cine.

No se trataba solo de "obras" de arte, o de artes tradicionales, ni solo de las nuevas acciones artísticas por el estilo del performance, el body art, el teatro de calle y las acciones plásticas.

Se implicaban además otros fenómenos y conceptos, que interactuaban con los específicamente artísticos en las acciones y grupos sociales generales. Estaba, asimismo, el creciente influjo de los medios de comunicación, cada vez más masivos y absorbentes, que aumentaban desde los ya tradicionales periódicos y revistas, los ya casi tradicionales radios y la novedosa televisión, hasta los videos, sin olvidar la industria discográfica y de cassettes musicales.

Fue instaurándose una era, no de las artes sino, con mayor amplitud, de "la ar-

tisticidad", y no de los modelos clásicos consagrados, sino más bien de las obras asumidas y realizadas por los medios de comunicación masiva y las nuevas instituciones y normas, junto a otras modalidades no clásicas, sin que por ello desapareciesen las clásicas.

Estética de la complacencia

Fueron abundantes, las causas y las condiciones socioculturales a favor de las nuevas concepciones y valoraciones de lo estético y de todas sus manifestaciones concretas, sin limitarse a las artes.

El auge tecnológico, especialmente el electrónico, y la vinculación tecnología-arte desempeñaron un importante papel.

Como quiera que se haya llegado a ello, las artes, los medios, los artistas y las instituciones viven un momento donde se han quebrado los rígidos límites de las concepciones tradicionales, en especial las generadas y establecidas desde el Renacimiento, las cuales se han relativizado y sociabilizado.

Vale la pena subrayar algunas de dichas transformaciones:

1.- Se "abre" el concepto de arte a favor de manifestaciones y obras no producidas por nuestra cultura o por otras culturas como "obras de arte", así como de acciones no producidas ni siquiera como "obras"; se asimilan desde los objetos mágico-rituales primitivos hasta las performances y las recontextualizaciones.

2.- Se extiende la producción, aceptación y disfrute de lo artístico a zonas de artísticidad y esteticidad tradicionalmente vedadas o menospreciadas: desde la narrativa popular hasta las telenovelas, y desde lo erótico hasta lo más repulsivo.

3.- Se hibridan, además de las artes entre sí, éstas con los medios, en grado tal que casi no hay arte, concebido sin apoyo o en alianza con los medios, ni medio que no aspire a ser considerado artístico, o a proporcionar valores artísticos o estéticos.

4.- En correspondencia con todo ello, una continua segmentación de públicos para las artes e instituciones tradicionales (teatro, ballet, pintura) a la vez que un continuo crecimiento del

público de los mass media, incluyendo a la radio y a los cassettes y discos musicales, pero con predominio de la televisión (y el video), del cine y de los espectáculos musicales.

5.- Se piensa mucho más en términos de "lo estético" que de "lo bello", "lo sublime" u otras categorías; y se concibe y labora con "la esteticidad" en los más diversos sectores sociales y personales: estética del trabajo, del comer, del vivir, del vestir...

6.- Gana terreno, para imponerse prácticamente, una suerte de hedonismo estético de lo audiovisual, una estética de la complacencia, fraguada y representada sobre todo en y por los medios masivos electrónicos.

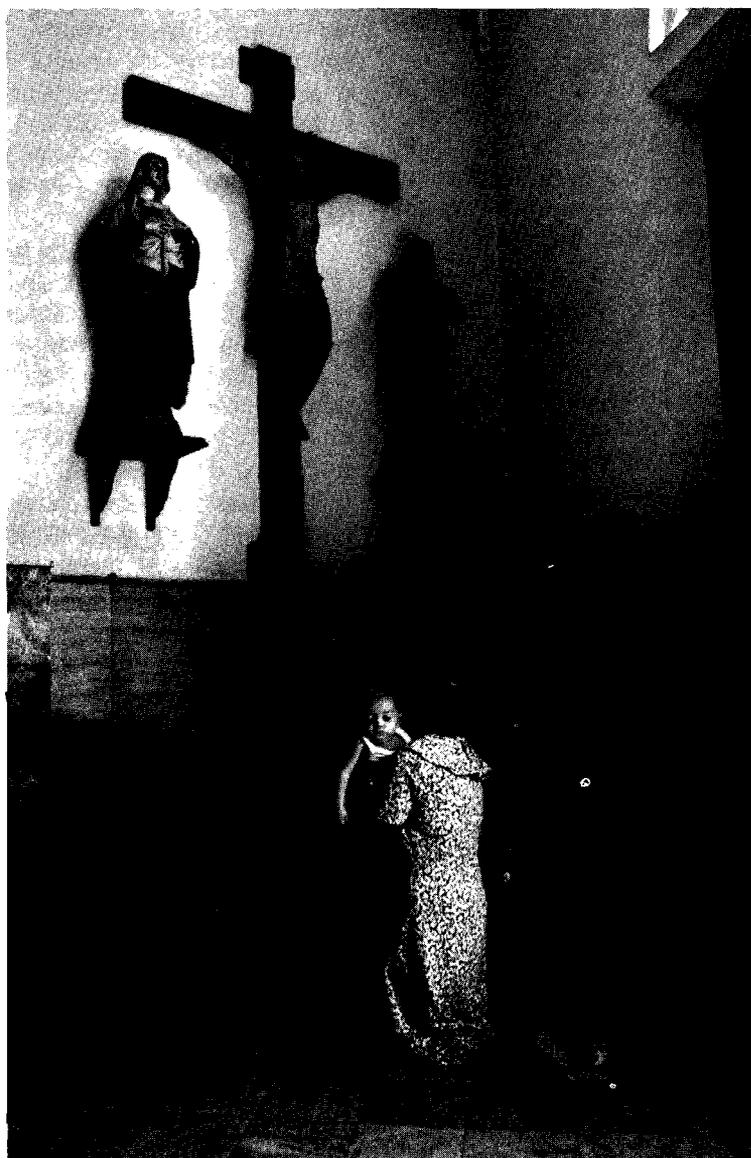
"Antes o después" de la telenovela

En síntesis, los medios se hibridan, los recursos se entrecruzan, los signos se combinan y amplían, y el público se individualiza o "domestica", en especial ante la pantalla casera que, junto al cine tradicional y a una cierta clase de espectáculos, conforman el mundo audiovisual predominante del hombre moderno.

Lectura, audición y pura visión reducen su jerarquía pública ante la audiovisualidad, seccionada en dos grandes bloques: el del teatro, los recitales y demás artes escénicas, es decir, el de la presencia viva, y el del cine, el video doméstico y la televisión, en suma, el de la presencia -o mejor, "ausencia"- electrónica, el de la matriz. Con mayor exactitud aún: audiovisualidad realizada y saciada ahora fundamentalmente con la televisión y el video doméstico, mucho más que con el teatro y demás artes escénicas, e incluso que con el cine, aunque éstos siguen presentes.

Hoy el hombre despliega su tiempo y calidad de espectador sobre todo ante el aparato de televisión, que mediatiza cada día más su vida, mediando no solo entre el espectador y la obra específicamente televisiva, sino además entre el espectador y el resto del mundo, en función del partido de béisbol o de fútbol, del recital musical u otro espectáculo vinculado ahora, mediante la televisión, a un público muchísimo mayor que el de la espectación en vivo.

Y no entraremos en detalles sobre fenómenos tan impresionantes como el de la telenovela, que suele incluso servir de marco referencial y como criterio dis-



De rodillas ante Cristo

Miguel Cruz, República Dominicana, 1992

tribuidor del tiempo de la familia, la cual realiza acciones "antes o después" de la telenovela, apoda humorísticamente a sus conocidos con nombres tomados de las telenovelas, reafirma sus emociones en ellas...

Confluencia de matriz y aparato reproductor

Algo unifica o es común a este uso del tiempo, de la mente y de los medios: los signos massmediáticos audiovisuales, a la vez visuales, auditivos, dinámicos y preferiblemente domésticos.

Vivimos inmersos en manifestaciones dadas por la "sucesión de imágenes audiovisuales recreadas en una superficie", generalmente a partir de una matriz.

He aquí su unidad: la confluencia de lo visible y lo audible, de lo temporal y lo superficial y, con la mayor frecuencia, de la matriz o el aparato reproductor, aunque su fuente prístina haya sido fotográfica, magnética o la misma realidad.

Constituye una unidad, aunque relativa y muy marcada por la diversidad de todo tipo: tecnológica, de intenciones, de tradiciones y hábitos en cada medio específico; una unidad con infinidad de aristas y matices.

En la dinámica entre la unidad global y la diversidad de casos y manifestaciones, quizás el papel más importante sea desempeñado por estos tres factores: las posibilidades técnicas de la imagen, el mercado (o sea, los costos y la rentabilidad) y los hábitos y tradiciones sociales en cada caso.

Pero, en última instancia decide, según toda posible argumentación hoy día, el público o, mejor, los públicos, con sus aceptaciones y rechazos. Esos públicos nada homogéneos que, estadísticamente, se sientan ante los televisores, aparatos angelicales o demoníacos, benditos o malditos, según se asuman y analicen, pero que, de uno u otro modo, concentran y -nos preguntamos ¿satisfacen?- las necesidades de ver y oír recitales musicales, obras de teatro, discursos políticos, filmes, novelas y otras narraciones, en fin, todo tipo de obra o fenómeno, incluso guerras.

El mito de Icaro

No es cuestión de batallas entre apocalípticos e integrados. Cada uno tiene sus razones en esta clase de dilema afrontado por el hombre cada vez que un

desarrollo tecnológico, sobrepasando lo esperado, lo sorprende y deja como desvalido.

Es, con distintos objetivos y matices, el mito de Icaro, el del doctor Frankenstein, o el de los que clamaron contra un demoníaco invento llamado imprenta, mancillador de la pureza del soplo, del aliento, del logos, de la palabra divina, reproduciendo biblias con tinta espesa y engranajes férreos.

Al hombre corresponde aprender a sortear los peligros apocalípticos sin desafiarse en una integración débil, alienante, vacía, sin alma y a evitar los peligros de dicha integración sin quedar en un mundo caótico, disgregado, hecatómbico.

Porque -deseémoslo o no los críticos, investigadores, profesores y demás especialistas- los aviones y los cohetes, las imprentas, la ingeniería genética y los mass media existen y, más aún, el mundo no renuncia a ellos.

Solo queda aprender a manejarlos. No somos dioses, pero tampoco bestias. Valdría la pena repensar con nuevas motivaciones la antigua máxima helénica de que "los extremos se juntan".

Vivimos en un mundo muy rico y diverso, recreado y expresado por una serie de conductos, medios, artes y acciones. En verdad, hay muchas estéticas y pueden existir muchas más, tantas como artes, sistemas artísticos y concepciones del mundo. Hemos hablado incluso de grandes bloques, como el de los escenarios y presencia vivas, fugaces e

irrepetibles, y el de las matrices y mediaciones fotográficas y electrónicas. Y observamos la progresiva identificación en el bando de las imágenes de matrices, realizadas, en fin de cuentas, con sustratos signícos comunes, en su diversidad técnica.

Y, deseémoslo o no, hoy priman dos o tres media fundamentales, vinculados y unificados relativamente gracias a la imagen audiovisual.

Se impone intensificar nuestra mirada y desarrollar cada vez más un pensamiento sobre lo audiovisual, capaz de trascender las parcelas escénicas, cinematográficas y, en general, massmediáticas.

¿Cómo lograr la adecuada asunción de uno u otro medio, de uno u otro género, sin advertir que son partes de un mismo universo híbrido, relativo y elástico? No es posible entender el espíritu de la colmena sin fijarse en cada espécimen suyo; ni es posible, a la inversa, aprehender el verdadero valor de cada miembro, si no pensamos en el enjambre, en su conjunto.

¿Cómo discernir lo genuinamente estético en el cine tradicional, sin considerar el influjo de las técnicas de video, incluyendo a los clips, sobre este arte? ¿Cómo discernir lo estético en la televisión, si no consideramos cuánto debe al teatro, al cine y además manifestaciones escénicas y artísticas?

El problema comienza quizás por discernir qué es la genuina audiovisualidad; en qué medida y en qué sentido podemos hablar de una verdadera estética de lo audiovisual.

Pero partamos, al menos, de la conciencia de tal necesidad, asumiendo las interrelaciones que existen, de hecho, en un mundo tan disímil. El crítico, analista, pedagogo de artes escénicas, de cine o de cualquier otra manifestación audiovisual, mientras no atienda e incluso actúe con las demás, no podrá ejercer cabalmente hoy día su apreciación ni su criterio sobre ninguna de ellas.

Hay que aguzar las miradas, ver y hacer ver la unidad en lo diverso, lo común en lo distinto, para contribuir a una acción en y sobre lo común, capaz al unísono de repercutir sobre lo diverso, enriqueciendo la diversidad y la especificidad concretas en que se basa la universalidad. ●