

# 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 Alternativo, 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

**L**a comunicación ofrece  
amplias posibilidades a los  
procesos educativos, más  
allá de la oferta de los  
instrumentos tecnológicos. La  
tecnología debe supereditarse 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



**L**as 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*



**E**l 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

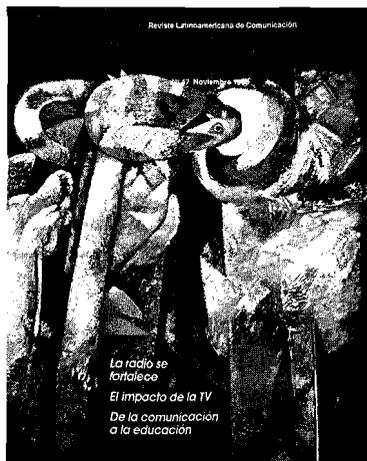
- 96 Lucía Lemos: De a poquito en las nuevas tecnologías, *Martha Rodríguez*
- 99 RESEÑAS

## 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

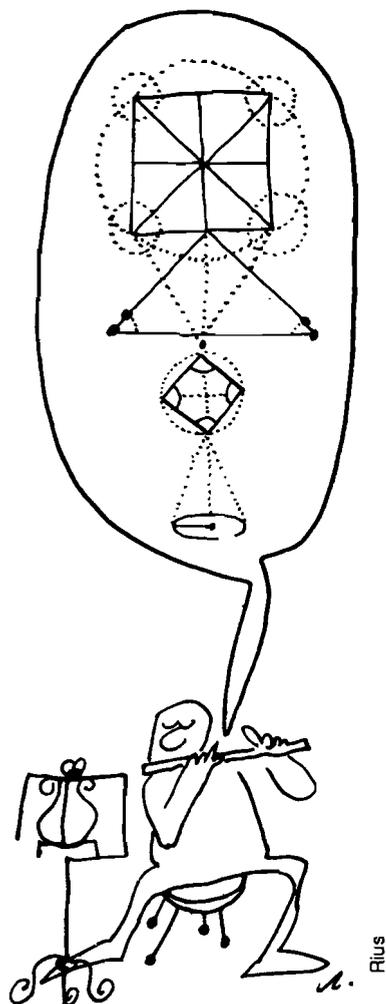


### FOTO DE PORTADA INTERIOR

Oscar Bonilla  
PRISMA

Agencia de Imágenes de  
América Latina

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



## La Radio Universitaria se mueve

*El reto que plantea la radiodifusión universitaria en México con el intercambio productivo como sistema y procedimiento para la optimización del medio, hace necesaria la concientización y participación activa de la comunidad universitaria: estudiantil, docente y administrativa, con el fin de valorizar la producción radiofónica como elemento fundamental para el desarrollo académico de las mismas instituciones y su vinculación permanente con la sociedad.*

**E**n sus inicios (1921) la radio mexicana fue un medio de difusión de gran importancia y trascendencia social, pues contribuyó a ampliar los sistemas comunicacionales, la emisión de mensajes a públicos heterogéneos y fue la difusora del pensamiento político, económico, social y cultural de esos tiempos.

En 1934 encuentra como obstáculo el nacimiento de un nuevo medio de difusión que le coartaría todos los derechos de omnipresencia, de unidad, de autenticidad: la televisión.

El medio radiofónico centró sus esfuerzos en la venta de su espacio para poder subsistir y se constituyó en un medio esencialmente comercial, mecánico y poco participativo.

Hizo de su programación una repetición del estilo estructurado y mecanicista de la radiofonía anglosajona. Las emisoras se convirtieron en meras repetidoras de producción musical, principalmente del género rockero inglés y de estilos norteamericanos.

Para promover el crecimiento educativo de la sociedad, el estado implementó sistemas y estaciones propias que difundían programación con contenidos científicos, tecnológicos, sociales, culturales.

Entre ellas el Instituto Mexicano de la Radio (IMER), Radio Educación de la Secretaría de Educación Pública y el Instituto Mexicano de Televisión (IMEVISION), que contribuyeron a analizar la sociedad mexicana desde otro punto de vista.

México se desarrollaba y crecía en forma desproporcionada, la explosión demográfica alteraba la actividad de la sociedad, aumentaban los problemas de vivienda, educación, alimentación, salud, inmigración a las ciudades y todo ello contribuyó al deterioro del país. Ante tanto conflicto social solo había un punto de solución y esperanza, la educación mexicana. Las Instituciones de Educación Superior reconociendo la importante labor de los medios de comunicación social se proponen llevar mensajes educativos a mayor número de gente. La radio continuaba siendo un medio más económico en cuestión de producción y con mayores alcances. La tecnología permitía la proliferación de diferentes tipos de aparatos receptores, accesibles, transportables, manejables, que contribuían a hacer de la radiodifusión un instrumento que cubría los más variados públicos.

El estado otorgó permisos a las Instituciones de Educación Superior para organizar y conducir estaciones de difusión de mensajes masivos. En 1937 nace Radio Universidad Nacional Autónoma de México y tiempo después Radio Universidad de San Luis Potosí. El objetivo era que la Universidad promueva y difunda un amplio programa de extensión cultural y de servicios a través de la radio, sin tomar parcialidad hacia un partido político en especial, con el interés de llevar orientación a las clases con escasos recursos educativos y de progreso. Promoviendo la cultura, el arte y la música.

GLORIA RODRIGUEZ GARAY, mexicana. Jefa del Departamento de Radio de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez. Chihuahua, México.

En la actualidad existen 18 radiodifusoras: en Oaxaca, Veracruz, Tamaulipas, Sinaloa, Chihuahua, Aguas Calientes, Queretaro, Guadalajara, San Luis Potosí, Yucatán, Durango, Baja California, Sonora, Zacatecas, Guerrero, Guanajuato, México y Celaya.

Actualmente la radio universitaria está popularizando un movimiento renovador dentro de la producción radiofónica, iniciando obviamente en sus estaciones, pero tratando de infundir esta idea en las estaciones públicas y privadas.

Uno de los problemas que enfrenta es que no todas las Universidades e Institutos de Educación Superior tienen la posibilidad de sostener un centro de producción, y mucho menos ser candidatos efectivos para obtener una concesión radiofónica.

La Radio Universitaria está interesada en tratar y cubrir aspectos culturales y sociales que a la radio comercial no le interesan; pero, los requerimientos financieros, humanos y técnicos dificultan el desarrollo planteado y los propósitos.

Las universidades priorizan la radio buscando desarrollar una comunicación con tintes alternativos, pues reconocen la mediocridad en la que ha permanecido la radiodifusión. Retoma

los formatos radiofónicos utilizados en otras épocas, para hacer más accesibles los mensajes a todos los públicos.

La comunicación alternativa lo promueven no solo las radios universitarias sino también los centros de producción de aquellas universidades que no tienen antena para difundir, pero que compran o establecen convenios para el uso de tiempos en los grupos radiofónicos o en las radios públicas.

Debido a que las emisoras universitarias deben cumplir cierto tiempo de transmisión al día, (lo que les dificulta realizar con sus propios esfuerzos una eficiente producción), están popularizando la idea de intercambios de producciones. Esto resulta benéfico a los dos sectores, pues de esta manera los centros productivos cuentan con espacios para transmitir sus creaciones sin costo y las radiodifusoras universitarias se enriquecen con material producido eficientemente.

### Producción y trabajo para toda la comunidad

Los sistemas de radio universitaria también se han preocupado por ser auxiliares en la labor docente, y utilizan los formatos radiofónicos para elaborar temas que sirven de apoyo didáctico, en la labor enseñanza-aprendizaje.

Por otra parte, la radio universitaria difunde la actividad que las instituciones de educación superior realizan en la extensión de la cultura y los servicios, lo que genera en la investigación, la docencia. En la búsqueda de una eficiente producción de mensajes también prioriza la participación del público radioescucha con sus opiniones, sugerencias, críticas, conocimientos y experiencias, preferentemente en vivo, y al momento de dar la información. Muchos programas utilizan la línea telefónica abierta al público para permitir esta participación, además de llamadas fuera del aire, correspondencia escrita y encuestas. Hoy por hoy, los espacios universitarios son un campo abierto de la expresión popular.

### Red Radiofónica Universitaria

La radio universitaria cumple funciones de información, entretenimiento y vinculación social. Esto le permite gozar de credibilidad entre su público por su autonomía, pluralidad y diversificación. En la búsqueda de mantener un constante servicio a sus comunidades regionales, mejorar la producción y radiodifusión a nivel nacional, las productoras y radiodifusoras de las Instituciones de Educación Superior organizaron en septiembre de 1992 la Reunión Nacional de Productoras y Radiodifusoras de las IES; crearon así, el Sistema Nacional de Productoras y Radiodifusoras de las IES.

A raíz de esto se intentó universalizar las producciones y colaborar en el intercambio radiofónico, difundir información local, regional, nacional e internacional con criterios de elaboración nacional en la producción de noticiarios participativos de todas las instituciones del país.

Se pretende difundir un alto porcentaje de la ciencia a través de la radio universitaria, acercar más la investigación científica al pueblo mismo y sus beneficios. Elaborar un diagnóstico de la situación de las estaciones radiodifusoras y la producción radiofónica. Fortalecer la producción, coproducción e intercambio de material fonográfico. Posibilitar espacios a las IES que no cuentan con emisora apoyando su producción. Buscar fuentes alternas de financiamiento que permitan modernizar la producción y fortalecer los mecanismos institucionales internos. ●

