

# Chasqui

Revista Latinoamericana  
de Comunicación

No. 46 - JULIO 1993

**Director**

Asdrúbal de la Torre

**Editor**

Gino Lofredo

**Consejo Editorial**

Jorge Mantilla

Edgar Jaramillo

Thomas Nell

Nelson Dávila

Luis Castro

**Consejo de Administración de  
CIESPAL**

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

Presidente Alterno, Rubén Astudillo,

Mín. Relaciones Exteriores

Eduardo Peña Triviño,

Ministro de Educación

Luis Castro, UNP

Fernando Chamorro, UNESCO.

Flavio de Almeida Sales, OEA.

Louis Hanna, AER.

Alba Chávez de Alvarado, Universidad  
Estatad de Guayaquil

Fernando Naranjo Villacís, FENAPE

**Asistente de Edición**

Martha Rodríguez

**Portada**

Carole Lindberg

**Impreso**

Editorial QUIPUS - CIESPAL

Portada: Imprenta Mariscal

Servicios Especiales de AFP,

COMUNICA, IPS, OIP, IJI

*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

Telf. 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*.

## VIDEO Y TV

**L** ascenso vertiginoso de la  
producción del video en  
América Latina no ha sido  
acompañado de una ampliación  
de la distribución. La TV sigue  
siendo el espacio más buscado  
por los videastas para difundir su  
trabajo, pero a pesar del  
aumento de canales y sistemas  
de cable, los videos nacionales  
siguen en busca de la difusión  
adecuada.



- 4 Colombia: TV mito y Video tabú, *Ricardo Gómez*
- 11 Argentina: Utopía y difusión, *Susane Velleggia y Octavio Getino*
- 15 Chile: Video animación, *Yéssica Ulloa*
- 20 Gustos jóvenes, *Bradley S. Greenberg y Rick Buselle*
- 26 México: La pantalla hacia afuera, *Delia Crovi Drueta*
- 28 España: La doma del negocio salvaje, *Daniel E. Jones*
- 31 Brasil: Favela, niños y video, *Denise María Cogo*
- 33 Brasil: Video en casa, *Arnaldo César*

- 35 Uruguay: El auge del video independiente, *Kintto Lucas*
- 37 El Salvador: La guerra transparente, *Richard Luers*

## TELENOVELAS

**L** as telenovelas crean  
mundos dentro de la  
realidad. Atraen publicidad  
y comercialización. Es el único  
producto cultural -junto a la  
literatura- que América Latina  
exporta mundialmente. El género  
y su potencial son aún sujetos de  
exploración.

- 41 Creer, llorar y reír, *Nora Mazziotti*
- 46 Los gestos del hechizo, *Aluizio R. Trinta y Mónica Rector*
- 50 Ficción, placer y desarrollo, *Everett M. Rogers, Arvind Singhal y William J. Brown*

## ENTREVISTAS

- 57 Juan Acevedo: "Salvo la ilusión todo es poder", *Antonio Cisneros*
- 62 José Sacristán: Las puertas abiertas de América Latina, *Jesús Milla y Consuelo Benítez*





## ECOCRISIS Y PERIODISMO

**El periodismo ecológico y científico consolida su espacio ante el público y los medios. Pero en búsqueda de ampliar su alcance algunos medios recurren al gancho del entretenimiento en perjuicio de la sensibilización científica y tecnológica.**

- 64** Brasil: Ciencia para muchos, *Manuel Carlos Chaparro*
- 68** Vértigo compacto, *Antonio Pasquali*
- 72** Concisa brevedad, *Julio Abramczyk*
- 73** Europa: El dulce encanto de la ciencia, *Pierre Fayard*
- 78** Trivia y ecocrisis, *Fabiola de Oliveira*
- 79** Cousteau: Ciencia, moral y medios
- 81** Intolerancia, *Luis Anibal Gómez*

### FOTO DE PORTADA INTERIOR

Luis R. Morilla  
 Av. Juan B. Alberdi 126/128  
 (1424) Buenos Aires, Argentina  
 Telf. 923-5470 / 922-9272  
 Fax 3315106 / 343-3169

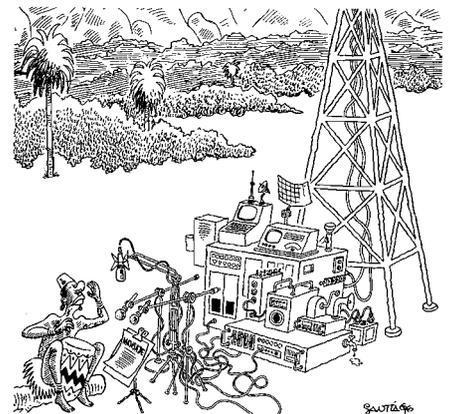
- 83** Comunicación y medio ambiente, *Maudie Kunst y Nieske Witlox*
- 87** La edad del asombro, *Manuel Calvo Hernando*
- 89** Las máscaras del SIDA, *Christine Horak y Haydée Sijo-Maldonado*
- 91** Breve ensayo sobre el ensayo, *Luis García Núñez*
- 92** Televisión y ecocrisis, *Ricardo Potts Cabrera*

## DEL MEGAFONO A LOS HIPERMEDIOS

**La comunicación alternativa y popular que ya vivió su auge esperanzador hoy intenta evitar la marginalidad y aprovechar los nuevos espacios que abre la metamorfosis tecnológica y los nuevos marcos ideológicos.**

- 95** Comunicación, democracia y desarrollo social
- 97** Medios alternativos en El Salvador, Bolivia, Chile, Costa Rica y Venezuela
- 104** Los errores cometidos, *José Martínez Terrero*
- 106** Declaración de Quito

- 107** Redes en la tercera dimensión, *Oswaldo León*
- 111** Relaciones públicas y cambio social, *Cicilia M. Krohling*



## INDUSTRIAS, EMPRESAS Y TELEMÁTICA

- 115** Redes empresariales, *Sibylla Brodzinski*
- 119** Banca electrónica en el Ecuador, *Christian Salazar V.*

## ACTIVIDADES DE CIESPAL

- 127** Daniel Prieto Castillo y la utopía pedagógica, *Kintto Lucas*

## UNICEF

- 130** La buena educación  
 Las mujeres que se atrevieron a cambiar, *Patricia Iriarte*

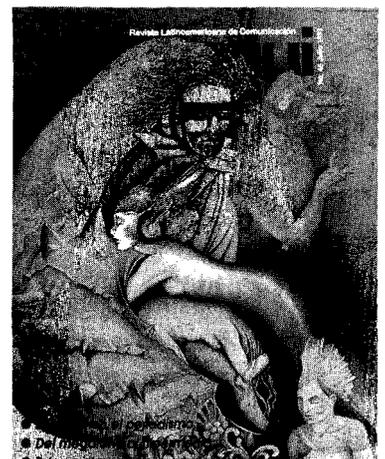
## 135 RESEÑAS

## NUESTRA PORTADA

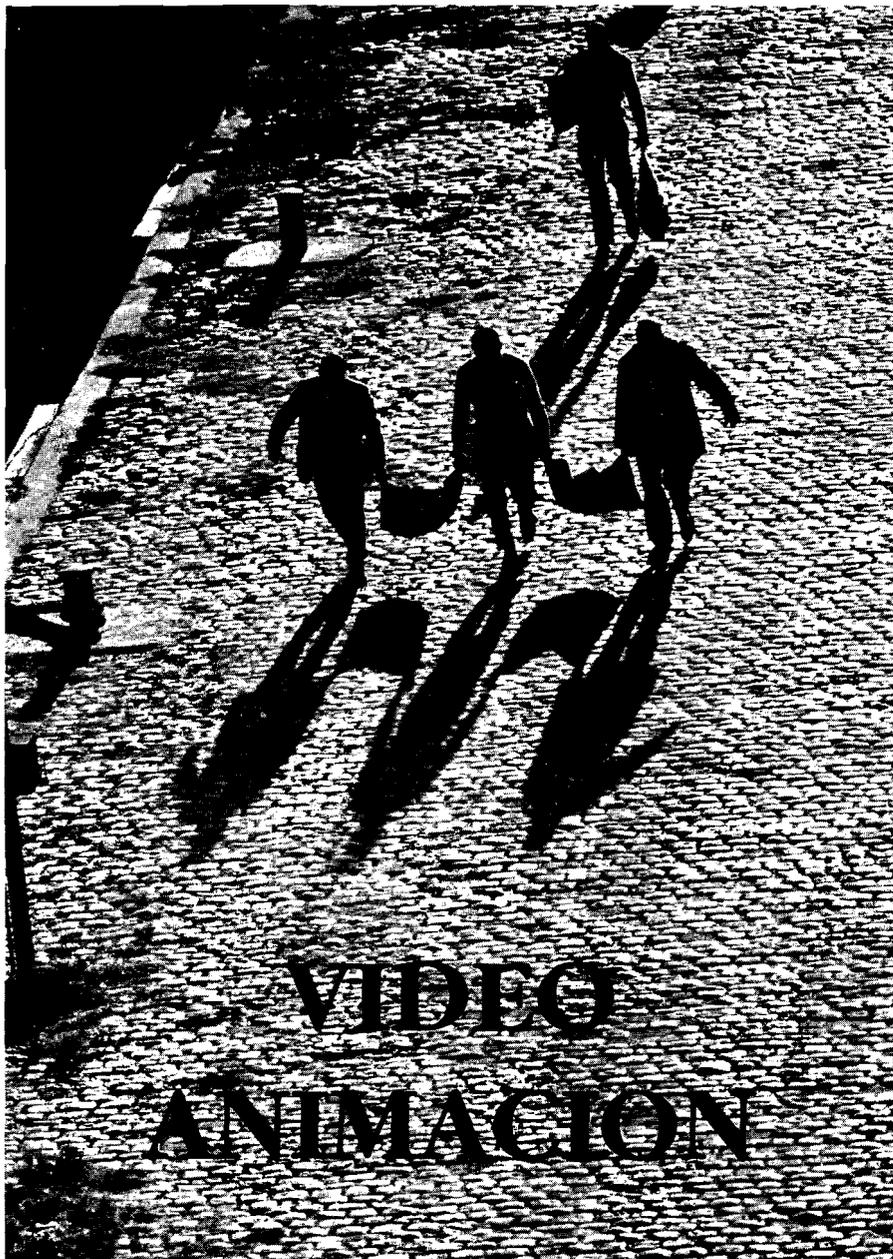
**Cornucopia** es de la artista norteamericana Carole Lindberg, radicada en Ecuador desde 1978.

Casilla Postal 428-A  
 Quito - Ecuador

Foto de Kira Tolkmitt



YESSICA ULLOA  
CHILE



Luis R. Morilla, 1983

*La animación social ha sido definida como una estrategia de democratización cultural que permite la participación de los sectores populares en su propio desarrollo. En Chile, la apertura a la importación masiva de equipos facilitó e incentivó la producción y difusión de video. En base a la reflexión y evaluación de prolongadas experiencias en zonas populares, Yessica Ulloa propone una metodología para la producción y uso del video. El texto que publicamos es un extracto del trabajo original que se presentó en el Seminario Latinoamericano de Estrategias y Metodologías de Capacitación en Video, realizado en Lima, en 1992. El texto completo puede obtenerse en el CENECA Comunicación y Cultura para el Desarrollo. José Diego Benavente 327 - Ñunoa. Santiago de Chile.*

**E**l video es un medio adecuado para la participación social por los contenidos que dan cuenta de la realidad en sus diversos aspectos, y por su capacidad comunicativa que abre espacios de reflexión y diálogo.

**YESSICA ULLOA**, chilena. Coordinadora del área de video del CENECA. Este artículo es un resumen del trabajo *Diagnóstico metodológico del uso del video*.

El aporte metodológico a su uso participativo se da en la difusión y la producción.

#### Difusión

Se adoptan tres ejes complementarios de incorporación del medio que potencian efectos correlativos.

\* **Desde los contenidos:** La circulación de mensajes distintos de los medios de comunicación masiva, permite acceder a fuentes de información plural,

## VIDEO Y TV

adquirir conocimientos de la realidad nacional y desarrollar una recepción crítica, mediante la pérdida de la credibilidad de la imagen televisiva. Establece puentes entre distintos sectores de la población, a través de la socialización de experiencias. Enriquece el universo imaginario a través de la visualización de producciones artísticas.

### \* Desde las cualidades del medio.

El video es percibido como un medio atractivo y ágil. Convoca a la participación en espacios colectivos. Tiene más llegada en términos de la comprensión y retención de los mensajes y en términos de los sectores que abarca (por ejemplo: personas analfabetas).

\* **Desde el uso educativo.** En las prácticas comunitarias, el video actúa como motivador de diálogo y de la expresión de los participantes. En las situaciones de animación social su uso puede generar capacidades de autodiagnóstico, de formulación de necesidades y demandas y de elaboración de proposiciones de acción para el mejoramiento de la calidad de vida.

### Producción

\* **De receptores a emisores.** La formación de grupos de producción en

organizaciones de base, es parte de un proceso de transformación gradual de receptores en emisores comunitarios y de desarrollo de la expresividad e identidad local.

### \* Producción y animación social.

Esto requiere que los equipos formados se mantengan vinculados con sus comunidades y que las producciones retroalimenten la animación social. En esta relación pueden surgir diagnósticos más concretos de los requerimientos de información y lograr producciones que recojan las miradas locales, las manifestaciones de vida en sus distintas dimensiones -sociales y personales, económicas, política y míticas- en su diversidad y sus matices, en su propio contexto.

### \* Fortalecimiento organizacional.

Su uso en comunidades apunta al fortalecimiento de las organizaciones de base, generando dinámicas que posibilitan un funcionamiento motivado y una proyección activa hacia el resto de la población. Las exhibiciones de videos constituyen un ámbito público que requiere clarificar objetivos, definir destinatarios y establecer relaciones sociales pluralistas. En la práctica comunicativa se expresan necesidades, se conocen

experiencias y surgen proposiciones de cambio. Los animadores se van formando como líderes, planificando las sesiones, recogiendo las opiniones y buscando consensos de acción. Reciben información más plural, dan opiniones y realizan un aprendizaje colectivo fundado en el intercambio de experiencias y conocimientos.

### Redes de distribución descentralizadas

El programa de constitución de redes locales de distribución que se apoya en la creación de videotecas locales y en la formación de comunicadores de videoanimación, busca reforzar la apropiación de esta tecnología al servicio de las comunidades de base.

El diseño de implementación involucra a un conjunto de organizaciones de base asociadas que, aún siendo diversas, se articulan localmente en torno a programas de desarrollo. En Chile encontramos este tipo de configuraciones en la relación de grupos de base beneficiarios de instituciones de desarrollo y de educación popular, en la vida asociativa de la Iglesia, en las organizaciones gremiales y otras. La intervención global en las regiones busca



Oscar Bonilla. Uruguay, 1989

Barrio "La Victoria", Santiago de Chile

asentar centros de difusión descentralizada y autónomos, que garanticen el desarrollo comunicacional comunitario.

Las condiciones de autonomía se crean mediante la radicación local de instrumentos propios de trabajo (en este caso, la videoteca) y la constitución de las organizaciones de base participantes en una red, a través de instancias de coordinación de animadores y de la videoteca como espacio y medio de trabajo común.

Otro factor de autonomización reside en el desarrollo de capacidades de planificación, de sistematización y de multiplicación de la experiencia. Esto se hace posible a través de un proceso de formación, que incluye la capacitación técnica, en el cual la metodología es uno de los contenidos que se transfiere.

Este sistema, siendo social, se diferencia de lo oficial y masivo, porque se teje en las propias organizaciones y supera el nivel informativo y unilateral.

Los límites de esta estrategia son las condiciones objetivas en que se interviene. El nivel de proyección de la animación social está determinado por los grados de desarrollo organizacional de los grupos participantes. Estas restricciones, no invalidan la propuesta educativa de la animación social, sino que iluminan sus potencialidades.

\*\*\*

### Fases del programa

El campo de acción del programa son las ciudades de provincia que lo constituyen, expandiendo su área de influencia a localidades vecinas.

Se implementa a través de convenios con instituciones locales. Esta relación se origina en sus propias demandas (asesoría en comunicaciones, incorporación del uso del video) y en criterios de selección nuestros (instituciones de desarrollo y de educación popular de cierta permanencia y con arraigo en sectores populares).

Para este estudio, analizamos el programa en ocho redes en que participaron 222 personas de 153 comunidades de base. La mayoría son comunidades institucionales que son organismos estables, instalados en sedes, con jerarquía de roles y cuyos directivos son normalmente funcionarios remunerados o voluntarios permanentes.

**L**a formación de grupos de producción en organizaciones de base es parte de un proceso de transformación gradual de receptores en emisores comunitarios y de desarrollo de la expresividad e identidad local.

El programa está estructurado en fases, con distintos niveles de acompañamiento. Puede durar de seis meses a un año. Al final de la intervención, el programa continúa autónomamente, integrado a las actividades de la institución interlocutora.

### Fase preliminar

Se inicia con una reunión de trabajo con los coordinadores locales. Se analizan los objetivos, los contenidos y

metodología de trabajo y se deciden adecuaciones, considerando las especificidades locales. Se definen en conjunto los destinatarios.

Un criterio complementario es la nominación de dos o más personas por comunidad, para asegurar en forma efectiva la existencia y reproducción de la experiencia y la formación de un equipo de trabajo.

### Fase 2 Jornada de diagnóstico

Se trata de obtener una visión del estado de desarrollo de las organizaciones participantes, detectando los factores que facilitan o dificultan su actividad, consolidación y crecimiento. Al mismo tiempo, se recoge información sobre los medios de comunicación que están siendo utilizados y las necesidades que podría cubrir el video. Concurren las personas representantes de las comunidades. De la síntesis de los grupos surge la planificación futura.

### Fase 3 Capacitación

Esta formación dura 45 horas cronológicas. Se puede adaptar a distintas modalidades horarias. Cada unidad tiene un promedio de tres horas. El objetivo de la capacitación es la formación de monitores aptos para la animación social, la capacitación de nuevas personas y el diseño de líneas de trabajo. Los contenidos en tres talleres son:

\* **Tecnología básica.** El énfasis está en la desmitificación de la tecnología de video y en la posibilidad de apropiación para el beneficio comunitario.

\* **Tratamiento audiovisual de la realidad.** Conjunto de nociones y elementos que intervienen en la construcción de mensajes audiovisuales.

La actividad práctica consiste en el traslado de textos literarios, de autores latinoamericanos, a proposiciones audiovisuales y en ejercicios de verificación de las nociones con el uso de una máquina fotográfica o una cámara de video.

\* **Animación de exhibiciones.** Se explora las prácticas más usuales en programación y exhibiciones de video. Se capacita en formas de abordar el debate. Se refuerza la evaluación y el seguimiento sistemático de las actividades.

## VIDEO Y TV

La metodología de capacitación ha sido definida por tres rasgos, que reproducen la metodología general del programa:

\* **Integral:** favorece el desarrollo personal de los participantes, incentivando su creatividad y su asertividad.

\* **Procesual:** los conocimientos y habilidades se adquieren paulatinamente, incorporando las nociones hasta su mayor complejidad.

\* **Activa:** la apropiación se realiza por medio de aplicaciones prácticas de las nociones.

En cada una de las sesiones, que abordan las distintas unidades de los primeros dos talleres, se siguen los mismos pasos: Entrega de nociones, reformulación por los participantes (evaluación 1), ilustración visual, ejercicios de demostración, trabajo individual y/o grupal, revisión colectiva de los trabajos (evaluación 2), y reconocimiento de las nociones en videograma (evaluación 3). En cada ejercicio se produce, simultáneamente, la evaluación de lo aprendido. Esta metodología se transfiere como si fuera un contenido más.

### Fase 4 Constitución de las videotecas

El programa aporta 30 títulos iniciales. La selección de los videogramas es colectiva, a cargo de los animadores. Se puede reforzar lo participativo incorporando a las comunidades en el proceso de selección.

Una vez identificados los productores y distribuidores, se concierta con cada uno de ellos un acuerdo de adquisición del derecho de distribución en la región, por un periodo de cinco años. El convenio establece el pago de casete virgen, servicio de copiado y una suma fija por este derecho; un informe semestral de circulación de los videogramas y el compromiso de no reproducción de otras copias que las acordadas. Los títulos se envían a medida que se van obteniendo, durante un período de dos meses.

La videoteca se plantea como un servicio a la comunidad. El servicio puede adquirir distintas formas, dependiendo de la decisión de la red:

\* **Videoteca abierta:** el servicio se ofrece a distintos públicos y localidades. Los animadores se rigen por las mismas normas que los otros usuarios.

\* **Videoteca semi-abierta:** se privilegia el uso por los animadores y abre el servicio a nuevos sectores de la población.

\* **Videoteca cerrada:** solo para uso de animadores. La llegada se limita a las comunidades o instituciones de las cuales los animadores son miembros.

### Fase 5 Constitución de la red

Los monitores formados se reúnen periódicamente (mensualmente, dos horas), con el fin de intercambiar experiencias, mejorar el servicio de prestaciones, análisis colectivo de los videogramas disponibles, elaboración de catálogos y adquisiciones de nuevos títulos adecuados a las necesidades locales. Definen políticas de extensión a nuevas organizaciones y crean condiciones de capacitación permanente de los monitores.

El eje de esta instancia es el encargado de la videoteca que es un espacio de encuentro y coordinación y un medio de trabajo común para los monitores. La base de consolidación son los animadores que habitan la misma ciudad donde está instalada la videoteca.

### Fase 6 Animación social

Con la videoteca en funcionamiento, las personas formadas están en condiciones de iniciar la actividad de animación. Esta se realiza al interior de las organizaciones participantes y también hacia otras organizaciones o hacia la comunidad amplia.

Los animadores aplican la metodología aprendida, incorporando el video como un medio de apoyo integrado a sus actividades habituales. El video sirve como estímulo para el autodiagnóstico, la formulación de demandas y la elaboración de proposiciones de acción, sobre la base de consensos logrados en el diálogo.

### Fase 7 Capacitación de nuevas personas

Por la vía de la capacitación de nuevas personas de otras organizaciones, se va ampliando la red, beneficiando a más sectores y logrando articulaciones entre ellas.

En la práctica se dan distintas modalidades de capacitación:



\* **Reproducción** del taller de video-animación. Capacitación sistemática en talleres.

\* **Auto-aprendizaje** dirigido: destinado específicamente a estudiantes. Adquisición de nociones paso a paso, por medio de la lectura dirigida del manual video-comunicación.

\* **Incorporación** en la práctica de animación: adquisición paulatina de conocimientos y habilidades, asociándose al trabajo de un monitor, desde tareas de apoyo hasta llegar a asumir el rol de animador. Se refuerzan equipos de trabajo.

\* **Transmisión** de contenidos parciales: enseñanza de conocimientos prácticos y puntuales a una o más personas. Los grupos de base que no pueden ser asesorados directamente por los monitores, pueden funcionar por su cuenta.



Oscar Bonilla, Uruguay, 1990

"Zonas carenciadas", Santiago de Chile

## Fase 8 Evaluación

La animación social y la capacitación de nuevas personas se realiza en un período que va de tres meses a seis meses. El acompañamiento del programa finaliza en una jornada de evaluación que se organiza en cuatro partes, con exposiciones, debates y síntesis. Análisis del funcionamiento de la videoteca, de las experiencias de animación y capacitación. Evaluación de la jornada.

\*\*\*

### Reflexión sobre los resultados

Cuando el modelo se aplica en distintos lugares de intervención surgen dificultades y oportunidades que producen resultados diversos.

### Talleres de capacitación

- **Apropiación de los contenidos.** Se constata en los ejercicios prácticos, la valoración de la diversidad creativa. Las conductas de interés y concentración en las actividades.

- **Creatividad.** Se observa un buen manejo del lenguaje audiovisual que se traduce en proposiciones de imagen y sonido en elaboraciones originales.

- **Asertividad.** La formación técnica refuerza la seguridad de los participantes. La capacitación conjuga el análisis, la síntesis y desarrolla la capacidad de abstracción.

- **Dificultades especiales.** Los participantes de zonas rurales, de origen campesino o indígena, presentan dificultades de ritmo. La intensidad de las actividades deja poco espacio de asimilación. Sin embargo, atendiendo a su ritmo más natural, se da una apropiación muy creativa. ☼

## Constitución de la red

El concepto de red implica que los animadores continúan vinculados a sus comunidades y que además participan de una instancia común con los otros animadores.

La consolidación depende de varios factores:

- Extensión de la red. Frecuencia de participación.

- Capacidad de iniciativa del encargado de la Videoteca.

- Características de los animadores: la disciplina de reuniones periódicas y de sistematización.

Estos factores hacen pensar que a pesar que se postula la incorporación del video en las actividades habituales, no es posible eludir la destinación de recursos humanos y materiales, para que este uso se haga efectivo.

## Importancia del animador

El uso del video requiere una mayor presencia de animadores de grupos de base. La selección de los participantes ha estado mediada por las instituciones interlocutoras locales. Los convenios con Obispos provocaron variaciones, determinadas por sus propias estructuras de arraigo. La opción más frecuente fue privilegiar a los agentes pastorales ya profesores de colegios católicos. Muchas de estas personas elegidas corresponden a agentes externos, con vínculos de trabajo con las comunidades de base, y los mecanismos de designación son en muchos casos burocráticos.

Las instituciones de desarrollo se caracterizan por relaciones más directas con los grupos de base, a través de su incorporación en programas específicos como beneficiarios. En la mayoría de estos programas está presente, de manera implícita o explícita, la formación de líderes y la consolidación de las organizaciones de base, en la perspectiva del protagonismo popular. ☼