

abril-junio/87 N° 22

# Chasqui

**E**ntregamos en este número la segunda parte del estudio del profesor Assmann sobre Iglesia Electrónica. La oportunidad de este estudio ha quedado confirmada con diversos hechos ocurridos en América Latina durante el primer semestre de 1987, por ejemplo la toma de posición de las iglesias frente al problema de la deuda externa; así, una actitud de angélica prescindencia suele ir ligada a la predicación electrónica. Hasta cierto punto el análisis del antropólogo Little sobre *Platoon*, el *Color Púrpura* y la *Misión* que ofrecemos en esta entrega, coincide con el estudio anterior en cuanto ambos desentrañan contenidos ideológicos en estos dos medios masivos: el cine y la televisión.

Descendiendo al ajeteo diario de la revista, el reclamo de numerosos suscriptores de *Chasqui* a propósito del retraso con que la reciben se ha debido a cambios de diseño, instalación de una nueva imprenta para CIESPAL y una prolongada huelga de los correos ecuatorianos. Esperamos ponernos pronto al día.

La doctora Colleen Roach de Fordham University, Nueva York, el doctor Howard H. Frederick de la Escuela de Telecomunicaciones y del Programa de Estudios Latinoamericanos de Ohio University y la señora Gloria de Dávila, Directora del Departamento de Investigaciones de CIESPAL, se han unido a los colaboradores de *Chasqui*. Les damos la bienvenida.

A propósito de colaboradores, la política editorial de nuestra revista ha sido solicitar colaboraciones; desde este número la ampliamos en el sentido de recibir colaboraciones no solicitadas, especialmente en el área de reseñas de libros y revistas y en el de investigaciones. Para más detalles, escribanos por favor.

*Simón Espinosa*



## 40 Las Transnacionales del Cine

*Paul Little*

Los filmes son incisivas armas ideológicas que resultan tanto más eficaces cuanto más sutilmente instilan su mensaje. Tal el caso de *La Misión*, el *Color Púrpura* y *Platoon*.

## 6 Cultura y Medios: un difícil matrimonio

*Carlos Monsiváis*

De cómo el cine repercutió en la cultura popular mexicana. Todo ello ensayado con la maestría y conocimiento del asunto propios de uno de los mejores periodistas latinoamericanos.



## 32 ¿Cómo va la tevé para niños?

*Gloria de Vela*

Una visión de conjunto de las tendencias de la televisión infantil en Europa, los Estados Unidos y el Tercer Mundo.

Noticias	2
Socialización, comunicación y transformación en la provincia de Bolívar, Ecuador	17 <i>Pasquale Iaccio</i>
Comunique en video lo popular	22 <i>Oswaldo Hirschmann</i>
Contragate y el NOII	28 <i>Colleen Roach</i>
El dilema de la enseñanza de la comunicación	35 <i>Peter Schenkel</i>
La Iglesia Electrónica en América Latina	48 <i>Hugo Assmann</i>
Reseñas	58
Actividades de Ciespal	63

**DIRECTOR:** Luis E. Proaño. **EDITOR:** Simón Espinosa. **DIRECTOR DE PUBLICACIONES:** Jorge Mantilla Jarrín. **CONSEJO ASESOR INTERNACIONAL:** Luis Ramiro Beltrán (Bolivia); Reinhard Keune (Alemania Federal); Humberto López López (Colombia); Francisco Prieto (México); Antonio Rodríguez (Argentina); Gian Calvi (Brasil); Daniel Prieto Castillo (Argentina). **COMITE EDITORIAL EJECUTIVO:** Asdrúbal de la Torre, Peter Schenkel, Edgar Jaramillo, Fausto Jaramillo, Gloria de Vela, Andrés León. **ASISTENTES DE EDICION:** Wilman Sánchez y Martha Rodríguez. **DISEÑO:** DIART. Portada: Jalme Pozo. Impreso en Editorial Voluntad. CHASQUI es una publicación de CIESPAL que se edita con la colaboración de la Fundación Friedrich Ebert y del Banco Central del Ecuador. Quito, Apdo. 584 Telf.: 540-881.

## Dia-logos de la comunicación

Revista Teórica de la Federación Latinoamericana de Asociaciones de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS), Lima, número 17, junio de 1987.

Dice el editorial de este primer número de la revista de Felafacs: "Felafacs da un paso más en su permanente esfuerzo por servir mejor a las Facultades de Comunicación y los comunicadores sociales, en especial a aquellos de América Latina. Aparece hoy nuestra revista *Dia-logos*, de la Comunicación, cumpliendo con un compromiso que nos habíamos trazado cuando

aún contábamos con nuestro boletín, al que queremos referirnos porque sirvió eficazmente para producir un encuentro de opiniones y de informaciones que se convirtió —en muy poco tiempo— en el antecedente inevitable de la revista que ahora colocamos en manos de todos nuestros lectores.

"*Dia-logos*" inicia su existencia alimentada por ese proceso, nutriéndose de una experiencia desarrollada a lo largo de los 16 números de ese boletín. Este hecho explica largamente nuestra decisión de "iniciar" esta revista desde el número 17, precisamente porque nos sustentamos en ese aporte... Nuestra revista pretende —en primer lugar— servir al conjunto de las Facultades y Escuelas de Comunicación de América Latina y en particular a aquellas que estando integradas dentro de FELAFACS se encuentran empeñadas en la construcción de un proyecto académico de enseñanza de la comunicación comprometido con la realidad social y las propuestas de transformación integral que hoy reclaman nuestros pueblos... Desde esta especificidad nos comprometemos a abordar todos aquellos temas o cuestiones que constituyen objeto de preocupación y de atención para el conjunto de los comunicadores sociales, cruzando puentes de acercamiento y cooperación con la más amplia gama de organismos democráticos que confluyen en el camino por el cual, también nosotros, hemos optado".

Los propósitos más arriba expresados están bien servidos en las secciones *Ensayo* ("Ni folclórico ni masivo" de N. García Canclini, "Industrias culturales: Transversalidades

y regímenes interdiscursivos" de Mabel Piccini, "La influencia cultural de la televisión" de Valerio Fuenzalida y "Comunicacao transnacional e cultural brasileira" de Carlos Eduardo Lins Da Silva), *Investigación* ("La telenovela en Colombia: Televisión, melodrama y vida cotidiana" de J. Martín Barbero y "La representación del pueblo en los diarios de masas" de Guillermo Sunkel), *Entrevista* (a Joaquín Sánchez sobre Felafacs y la Enseñanza de la Comunicación en América Latina), *Federación*, *Asociaciones*, *Noticias*, *Libros y Revistas* que cumplen claros propósitos informativos y de opinión y cooperación, y, en fin, la sección *Enseñanza* de particular relieve en esta revista universitaria, con un ilustrativo estudio de Raúl Fuentes sobre el "Diseño curricular en la formación universitaria de comunicadores sociales".

Dejemos a la propia revista que se autopresente en sus secciones de ensayos e investigaciones:

"El tratamiento de lo popular, como especificidad de la cultura y como expresión de la comunicación, ha venido siendo abordado por comunicadores sociales y antropólogos desde distintas matrices de interpretación y desde premisas que no siempre han contribuido a profundizar en el estudio de sus implicancias y su íntima vinculación.

En esta ocasión el destacado investigador Néstor García Canclini asume el análisis de este hecho descubriendo las limitaciones que han estado presentes y reclamando una metodología de trabajo transdisciplinario como condición indispensable para una investigación integral sobre las culturas populares".

"Intentar precisar aquello que suponemos propio de la comunicación, procurar definir un ámbito o, mejor aún, su especificidad, sin caer en las clásicas repeticiones de entenderla a partir de espacios rígidos y limitados por una determinada perspectiva de análisis, resulta ser una tarea que no ha sido tratada en rigor por los profesionales e investigadores que desarrollan su actividad principal en este campo. Y son menos aún los casos en que los intentos de precisión implican un replantamiento agresivo de los términos del debate, del contenido y metodologías de estudio del espacio, o los espacios, asignados a la llamada comunicación social. Esta postura es justamente lo que merece destacarse en este ensayo en que nos introduce la investigadora Mabel Piccini.

Sus aportes nos llevan a la necesidad de puntualizar los riesgos de amenazas que hoy penden sobre este impreciso campo de estudio. Asistimos a un creciente proceso de descrédito que atraviesa a muchas de las investigaciones sobre comunicación social, descrédito ocasionado entre otros factores por la atomización del campo de estudio, por la predominancia de teorías totalizadoras, por la dispersión de los hechos y otros aspectos más que serán tratados por la autora del presente trabajo".

"La televisión ha pasado a ocupar un lugar privilegiado en nuestras sociedades, dinamizando o alterando procesos económicos, irrumpiendo en los espacios políticos, efectuando lecturas diferentes de la cotidianidad que nos rodea, expresada

en la producción de diversas formas de producción de mensajes, pero también en la instalación de un modo de vinculación con sus públicos, que no hemos llegado a interpretar en toda su significación.

De allí la abundancia de estudios que han intentado “medir” el impacto cultural de la televisión como medio. Estos trabajos han mostrado —en muchos casos— limitaciones de enfoque que han impedido una comprensión cabal de los niveles y planos que es preciso contemplar cuando se pretende entender la

vinculación con los fenómenos de la comunicación transnacional, son algunos de los aspectos que nos presenta ahora el destacado investigador Carlos Eduardo Lins Da Silva”.

“La constatación de que la mayoría de los estudios vinculados con este tema han demostrado una incapacidad para otorgarle a la noción de la cultura una cualidad de materialidad, es un asunto que se aborda en la primera parte de este trabajo”.

Lins Da Silva nos coloca luego frente a una gama de asuntos vinculados con

nuestros países y en otros mercados que sorprendentemente han empezado a consumir telenovelas latinoamericanas de un modo cada vez más creciente. Hoy ya no resulta extraño observar en la televisión norteamericana, europea o asiática producciones de esta naturaleza creadas en México, Argentina, Brasil, Venezuela, Colombia y Perú.

“¿Desde qué matrices es posible medir este éxito? ¿Qué implica y hasta dónde llega la telenovela como espacio de expresión de la vida cotidiana? ¿Cómo se

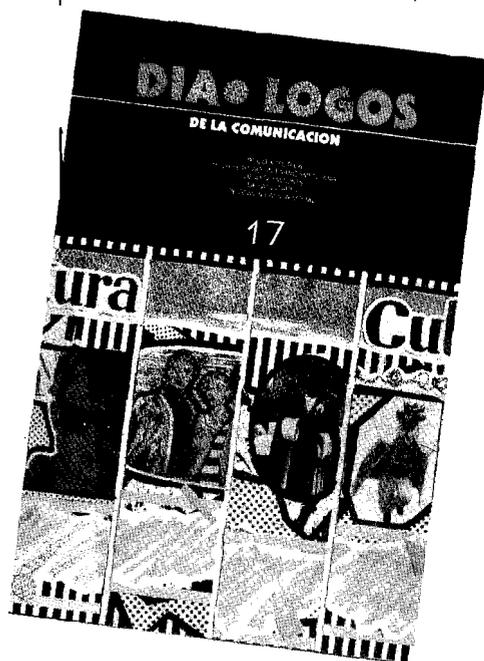
características de la diversidad”.

“Lo popular ha venido siendo asumido como un concepto interpretado de modos diversos desde diferentes discursos políticos e ideológicos, pero utilizado también para legitimar proyectos económicos y sociales muchas veces totalmente contradictorios.

Intentar entender la manera en que este proceso se ha cumplido cobra significación real, a partir del análisis concreto de los modos en que esta problemática ha sido tratada, en el desarrollo específico de la comunicación masiva en nuestros países.

Guillermo Sunkel ha venido trabajando, en los últimos meses, en una investigación localizada en el espacio de la prensa masiva en Chile (durante el período final de la democracia chilena), justamente buscando comprender los modos de representación de lo popular en los discursos de prensa, a partir de las exigencias que demanda la nueva coyuntura de re-democratización que se vive en América Latina, especialmente desde el año 1980”.

Desde *Chasqui* felicitamos a *Dia-logos* y le auguramos una labor fecunda. Que siempre sea lo que etimológicamente dice su nombres: una palabra, un concepto, una razón que atravesase otros conceptos, razones, palabras y enriqueciéndose en su dialéctica se enriquezca a sí misma para bien de la formación de los comunicadores de América Latina que aún tienen un largo camino por recorrer para llegar al nivel de la excelencia, a la hondura del compromiso ético y al estilo de informar sin servilismo, sin tontería ni papagayismo de oficio. (S. E.) ●



influencia cultural de la televisión.

Valerio Fuenzalida toma aquí —como punto de partida— el señalamiento de algunas concepciones reduccionistas de la influencia de la TV en la cultura, para intentar luego destacar el papel del receptor y del contexto en la construcción del significado televisivo”.

“El desarrollo histórico de los procesos culturales en nuestros países y en especial en el Brasil, las influencias externas e internas a que estos mismos procesos fueron sometidos, su

la cuestión cultural en América Latina y especialmente en el Brasil. Por último nos presenta un estupendo perfil de la situación actual de los diversos campos de la cultura vehiculizados por los medios de comunicación en el Brasil y su presencia en el plano internacional”.

“La telenovela se ha consolidado en América Latina como el tipo de programa no solo más legitimado en las preferencias de sintonía, sino además como la forma de producción local que mayor éxito comercial ha alcanzado en

inserta la telenovela en la lógica de comportamiento y desarrollo de la televisión?”

“Estas y otras interrogantes son asumidas con todo rigor en una valiosa investigación que viene dirigiendo, en Colombia, el Doctor Jesús Martín Barbero. Investigación que viene siendo abordada también en Perú, México y Brasil, donde equipos similares de investigadores se encuentran en una fase de interpretación nacional, que tendrá —como siguiente etapa— la confrontación que permita distinguir elementos comunes pero sobre todo las

# Excelentes destinos!

**RIO DE JANEIRO • CARACAS  
LOS ANGELES • NUEVA YORK  
BOGOTA • MIAMI • SANTIAGO  
PANAMA • GUAYAQUIL • LIMA  
MEXICO • SAN JOSE • QUITO  
BUENOS AIRES • CALI  
CHICAGO • ORLANDO**

ECUATORIANA cubre con sus rutas las principales ciudades de América, para que usted ya sea por turismo o negocios, siempre encuentre una excelente opción con nosotros.

La red internacional de ECUATORIANA lo lleva a más destinos por la mejor ruta.

Estos y otros grandes detalles, hacen de ECUATORIANA una EXCELENTE ELECCION.



**ECUATORIANA**

*¡Excelente Elección!*