
FLACSO-UH
Maestría en Desarrollo Social Caribeño.

Universidades al aire

Una propuesta participativa para la Televisión Universitaria Cubana.

Tesis en opción al título académico de Master en Desarrollo Social Caribeño. Mención Política Social.

Autora: Lic. Tamara Roselló Reina
Tutor: Dr. Iván Barreto
2007

Otra vez y por siempre a mis abuelos...

Un estudio de este tipo nunca es el resultado de una sola persona, de seguro por eso se inventó esta página para agradecerle a los imprescindibles: a los que aportaron sus ideas, sus puntos de vista, a los que accedieron a compartir sus lógicas de investigación, sus conocimientos sobre el tema, su bibliografía, sus experiencias, su creatividad, su tiempo ...también para los que alentaron el espíritu o apoyaron con recursos materiales y tecnológicos hasta llegar al final del camino. A todos ustedes, mis indispensables aliados, gracias infinitas.

INDICE	Antes de encender la TV.....(o lo que es lo mismo, preámbulo)	6
	Zapping I: Comunicación, desarrollo y participación	11
	1.1 Diálogo entre Comunicación y Desarrollo	11
	1.2 Un camino hacia la participación	15
	1.3 ¿Participación real o virtual?	17
	Zapping II Frente a la Tele	21
	2.1 Y llegó la TV.....	21
	2.2 Otra audiovisualidad posible	24
	2.3 La televisión, comunidad adentro	27
	2.4 TV Universitaria: apuntes para una historia no contada	30
	2.4.1 TV más al Sur, desde universidades chilenas	36
	2.4.2 Una alternativa universitaria para la TV mexicana	37
	2.4.3 Un rayo de LUZ. Una propuesta televisiva en Venezuela.....	40
	2.4.4 La señal televisiva de universidades colombianas.....	42
	2.4.5 TV para la Paz. Una experiencia universitaria en Bolivia	46
	2.4.6 La onda televisiva de las universidades cubanas	49
	2.4.6.1 La tele del Alma Mater	50
	2.4.6.2 Audiovisuales desde la Pedagogía	51
	2.4.6.3 UCITeVe: una visión de futuro	52
	Zapping III Pensar y hacer otra TV: la Universitaria	58
	3.1 TV Universitaria: una agenda cubana para el desarrollo	58
	3.1.2 Audiovisual con sentido: perspectiva teórico-metodológica	61
	3.1.3 El A, B, C...una guía práctica para la TV Universitaria	70
	Antes de apagar la Tele...(las conclusiones)	89
	Recomendaciones	89
	Anexos	90
	Bibliografía	99

RESUMEN

“Universidades al aire. Una propuesta participativa para la Televisión Universitaria en Cuba” rebusca entre teorías y prácticas un camino posible para promover desde la tele la participación sustantiva de la comunidad universitaria. Un punto de partida lo constituyen los presupuestos conceptuales que relacionan a la comunicación y el desarrollo social. A los medios de comunicación le corresponde incorporar armónicamente a sus agendas públicas, las temáticas afines al desarrollo humano. Pero eso solo, no basta. Se trata de pensar y hacer otra TV, que ayude a mirar desde este escenario a la sociedad (local, nacional y global y las interrelaciones inevitables entre cada nivel) y a las universidades dentro de ella. A su función educativa -inherente al entorno universitario-, la televisión puede incorporar el propósito de formar una teleaudiencia, (en este caso integrada mayoritariamente por jóvenes), activa ante la pantalla y con habilidades para asumir roles dentro de los equipos técnico-artísticos del medio. Se suele hablar de las televisoras comunitarias como alternativa de comunicación ante las consecuencias del proceso globalizador y la irrupción de las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones. Pocas veces el centro de estos estudios, se ha situado en los procesos comunicativos de las universidades, instituciones fundamentales dentro de las estrategias nacionales de desarrollo. En Cuba la universalización de la enseñanza y la informatización del país, ofrecen un panorama favorable para estimular iniciativas de comunicación participativa desde las casas de altos estudios. Y eso es lo que fundamenta esta investigación.

ANTES DE ENCENDER LA TV.....(O LO QUE ES LO MISMO, PREÁMBULO).

El desarrollo social en el siglo XXI sigue siendo una utopía. Su formulación como única alternativa posible para salvar a la especie humana ha quedado conceptualizada entre los lineamientos de organismos internacionales, en programas académicos, en la fundamentación de las ayudas económicas de las Organizaciones no Gubernamentales a los países del Tercer Mundo, en los discursos de los políticos e incluso, de los medios masivos de comunicación. Pero la inmensa mayoría de los seres humanos no tienen la certeza de que puedan ser un agente real de ese cambio que sugiere el tan llevado y traído tema.

¿De quién es la responsabilidad de edificar ese mundo mejor para todos? Mientras no se atiendan las más elementales necesidades de la humanidad, ni sea saldada la deuda milenaria con un planeta sobreexplotado, mientras no se respete el derecho a la vida como el derecho a la paz, y a protagonizar un proyecto de desarrollo humano en el presente, como garantía de un futuro más justo y posible; el desarrollo social será eternamente un asunto pendiente, sin espacio entre los que más necesitan encontrar una vía real de desarrollo. Cualquier sueño de cambio transita a través de imágenes y palabras, ellas nos aproximan unos a otros, nos revelan, nos desarrollan como hombres y mujeres.

La comunicación como relación comunitaria humana que consiste en la emisión/recepción de mensajes entre interlocutores en estado de total reciprocidad, (Antonio Pascuali en Kaplún Mario, 2002:58), está muy ligada al desarrollo humano. Ese concepto introduce otra manera de asumir los procesos comunicativos, como una relación de equidad, donde sus protagonistas tienen la posi-

bilidad de intercambiar sus roles. Desde esta perspectiva la auténtica comunicación es aquella que tiene como metas el diálogo y la participación. Generar alternativas comunicativas contra hegemónicas, que valoren a los seres humanos como sujetos activos, representa un impulso necesario a la construcción de sociedades democráticas y justas.

Para los profesionales de la comunicación la era de la información, que ha permitido el diseño mediático más abierto, dinámico y participativo, es una oportunidad para potenciar emisores y receptores críticos. El comunicador ya no solo se ocupa de generar informaciones, contenidos, debe concebir la interacción con sus usuarios, la retroalimentación que recibirá de estos, a partir de herramientas disponibles con las nuevas tecnologías, por lo que se vuelve mucho más compleja su rutina productiva. Puede fusionar simultánea y articuladamente los medios tradicionales, -prensa escrita, radio y televisión- o relacionarlos, complementarlos, trabajar como un verdadero sistema de comunicación. Otros elementos a tener presente son la interactividad, como facilitadora de la comunicación humana, y el tratamiento cada vez más personalizado de los servicios mediáticos, prácticas que se han impuesto a partir de los nuevos soportes tecnológicos y la avalancha de medios en el mercado de la comunicación.

El proceso no termina con la recepción del mensaje, porque se trata de un intercambio, casi en tiempo real, que acorta la distancia entre el hecho y su narración, con lo que se facilita la toma de decisiones de las personas, y la posibilidad de que intervengan en el curso de los acontecimientos. Los grandes medios, al dirigirse a una gama

amplia de lectores, oyentes, telespectadores, internautas y por consiguiente, ocuparse de temas de interés abarcadores, acaban por no suplir las necesidades comunicacionales de sus usuarios, principalmente las de ámbitos comunitarios y locales.

Las necesidades e intereses comunicativos de grupos específicos y los aspectos, que muchas veces silencian los medios tradicionales, son reflejados en los llamados medios comunitarios, que toman como punto de partida las exigencias y expectativas del público para que el se conciben. Su dinámica, sus funciones y su impacto social, han sido analizadas desde la investigación y la teoría comunicativa y estimuladas por los Movimientos Sociales en el continente americano, que han enriquecido, en la última década, las experiencias comunicativas alternativas para empoderar a las clases excluidas. La participación, en esos procesos comunicativos ha sido una preocupación, de la que se ha derivado una nueva concepción acerca de las relaciones receptor- emisor. Su representación, siempre que se asocia a una perspectiva de desarrollo humano, es graficada más o menos horizontalmente. Para la mayoría de los entendidos en el tema, estas experiencias ilustran el carácter no homogéneo de la participación, que se refleja en niveles y formas de expresión disímiles.

La televisión, que sigue siendo una atractiva propuesta mediática, tampoco escapa a esta tendencia y comunicadores populares junto a grupos comunitarios desafían la clásica visión transmisiva atribuida a ella. Aunque varias de esas prácticas aparecen referenciadas en la bibliografía por algunos de sus protagonistas, me atrevería a decir que este continúa siendo un camino por andar en el ámbito de la investigación y de la producción. Ese también es el caso de otra modalidad que bien

puede clasificar como televisora comunitaria. Se trata de aquella que surge en los entornos universitarios y se alimenta del acontecer en esas instituciones, de las capacidades de su capital humano y del saber que atesoran, para generar propuestas audiovisuales, en función de la formación cultural de los televidentes. Son una alternativa comunicativa comprometida, desde sus orígenes, con el bien público en la mayoría de las comunidades universitarias latinoamericanas.

No se encontró después de una amplia revisión bibliográfica, estudios anteriores que en el ámbito nacional, recogieran las experiencias audiovisuales –aunque no muy amplias- de centros de la enseñanza superior. Otro tanto ha sucedido en América Latina, salvo casos muy puntuales que referiremos en esta investigación. La comprensión de las casas de altos estudios como comunidades universitarias, que incentivan tal identificación, el sentido de pertenencia de sus miembros, la posibilidad de tejer historias en común, que recordarán para siempre, de manera especial y los preparará como mejores profesionales y seres humanos, forma parte del espíritu distintivo de las televisoras universitarias.

Las nuevas condiciones tecnológicas y las demandas sociales a los centros de educación superior, en función del desarrollo integral de las naciones, son algunos de los pretextos para pensar en la organización y las propuestas audiovisuales de los servicios televisivos como espacio para ejercitar la participación activa de la comunidad universitaria, en los procesos y eventos más importantes que suceden en el campus universitario y en nuestras sociedades. A pesar de ello los procesos comunicativos que tienen lugar dentro de esas instituciones, han sido poco sistematizados.

Muchas de las experiencias analizadas han comenzado por iniciativa y con el esfuerzo de profesionales y estudiantes motivados por las posibilidades de los medios de comunicación para activar la vida universitaria, estrechar los vínculos con la sociedad, ayudar a articular un pensamiento coherente sobre las estrategias de desarrollo nacionales, las problemáticas más urgentes de esta época o fortalecer el sentido de pertenencia y el compromiso con el país. Pero apenas se dispone de referentes prácticos y teóricos que orienten o faciliten estas prácticas en entornos universitarios. Quizás esa fue la principal inquietud que me trajo hasta aquí. En la Dirección de Televisión Universitaria, recién fundada en la Universidad de las Ciencias Informáticas (UCI), indagábamos por hacer y saberes que orientaran los rumbos de una propuesta muy comprometida con las misiones de una universidad de excelencia, interesada en la formación integral de los miembros de la comunidad universitaria, en la búsqueda constante de otros caminos posibles para cambiar todo lo que pueda ser cambiado, en correspondencia con las demandas de desarrollo de la sociedad contemporánea. Los medios de comunicación pueden ser buenos aliados en ese sentido y en especial, la televisión, que todavía es “en el siglo XXI el fenómeno técnico-mediático-cultural más importante para las mayorías que habitan los países latinoamericanos, (...) desafía la vida cotidiana toda: individual, comunitaria, social, hogareña, profesional, privada y pública, a la vez que invade los soportes y anclajes del intercambio comunicacional, cultural, educativo y político, haciendo lo mediático irreversible e imprescindible en el intercambio societal en su conjunto.” (Orozco, 2001) Así quedó planteado el problema que acompañó a esta investigación: *¿Qué*

aspectos teórico y práctico deben caracterizar a la Televisión Universitaria participativa en Cuba?

Desde el primer acercamiento al objeto de investigación (los procesos de comunicación audiovisual en la comunidad universitaria) y de la definición del campo de acción (la Televisión Universitaria como medio de comunicación), la metodología más apropiada fue la cualitativa, por la posibilidad de seguir un diseño flexible, combinando varios métodos, que no desestimen las subjetividades de quienes forman parte de la muestra (anexo 1). Todas las opiniones, sugerencias, anécdotas pueden ser integradas a esta construcción teórico-metodológica que comprende una implicación total y directa de la investigadora con la problemática a resolver, pues el estar laborando en una Dirección de Televisión Universitaria, posibilitó inevitablemente la observación participante (anexo 2). De todos modos no se postularon hipótesis que anticiparan soluciones, porque el propio trayecto a seguir, las aportaría e incluso reformularía.

La tradición latinoamericana en este tipo de televisoras, demuestra que en su mayoría las propuestas audiovisuales de esos recintos han llegado a transgredir el ámbito estrictamente universitario, con materiales de corte cultural, informativo, educativo o de entretenimiento. Sin embargo, se encontraron pocas publicaciones dedicadas a la pertinencia y perspectivas de la Televisión Universitaria en la región. La búsqueda abarcó sobre todo los fondos de la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana, de la Escuela Internacional de Cine y Televisión de San Antonio de los Baños, los Centros de Información Paulo Freire y Graziela Bustillos, del Centro Memorial Martin Luther King y de la Asociación de Pedagogos, respectivamente, todos con textos

actualizados sobre comunicación, educación, participación y desarrollo, además se repasaron las principales publicaciones que a través de internet, problematizan sobre el mundo de la pantalla chica, se determinaron *presupuestos teóricos-metodológicos para una propuesta participativa de Televisión Universitaria en Cuba*. Los otros objetivos planteados fueron *relacionar conceptualmente a la Comunicación, el Desarrollo y la Participación y sistematizar experiencias latinoamericanas y cubanas de Televisión Universitaria*, para lo que resultaron vitales los sitios de los departamentos o canales televisivos que conformaron la muestra con exponentes de México, Colombia, Bolivia, Venezuela, Chile y Cuba. También se contactó a través del correo electrónico a especialistas, relacionados con el medio en esos países, que a partir de un cuestionario (anexo 3) ofrecieron informaciones, valoraciones sobre aspectos de interés y alguna documentación para este estudio (anexo 4). Otro método de utilidad fue la entrevista en profundidad, empleada con coterráneos, cercanos a la historia y prácticas más recientes de la Televisión Universitaria. El diálogo contó con una guía inicial (anexo 5) que el propio intercambio enriqueció. Además se consultaron documentos elaborados por investigadores del patio, entre ellos tres tesis de licenciatura defendidas en junio de 2006 sobre la Televisión educativa (Ya sé TVer. Una caracterización de la Televisión Educativa en Cuba), otra sobre las teleclases de la UCI (La escuela en la pantalla. Estudio de recepción de teleclases en la UCI) y una del canal informativo Señal 3 (Al otro lado de la pantalla). En esa misma universidad se analizó el foro de Internos (anexo 6), un sitio dedicado al mundo del audiovisual, disponible desde la red interna, donde los usuarios comparten opi-

niones sobre los servicios que reciben. Los nuevos aires de la Revolución Educacional, el uso de las tecnologías de la información y las comunicaciones y sobre todo de la Televisión como parte de la formación general integral del pueblo cubano, convierte a este tema, en centro de la atención para pedagogos, comunicólogos, periodistas, investigadores y estudiantes. La enseñanza superior también vive los ritmos de la Batalla de Ideas, que integra cientos de programas sociales a lo largo y ancho del país. Ahora han llegado a todos los municipios sedes universitarias, que representan una alternativa para cursar estudios superiores en múltiples carreras, lo que ha abierto una nueva etapa para las universidades, más cerca que nunca de las comunidades cubanas. Un escenario peculiar que le sugiere a los comunicadores miradas agudas a las prácticas que se protagonizan en el ámbito universitario, un teorizar desde la experiencia, una confrontación con otras alternativas.

A partir de lo anterior, esta investigación espera despertar el interés por los procesos de comunicación audiovisual en la comunidad universitaria y en especial profundizar en las potencialidades de la Televisión Universitaria en función de la participación real de sus usuarios. Esto puede ser una incitación a nuevas búsquedas y propuestas, dirigidas a interconectar más aún a la comunicación con los proyectos de desarrollo social, teniendo en cuenta las características, oportunidades y frenos de la era digital.

En el presente estudio confluyen aproximaciones históricas y presupuestos conceptuales acerca de la relación de la comunicación social, el desarrollo y la participación (**Zapping I Comunicación, desarrollo y participación**), como punto de obligada referencia antes de adentrarse en las

lógicas de la televisión, como medio de comunicación masiva o comunitario y en las particularidades de la Televisión Universitaria, tema central de esta tesis (**Zapping II Frente a la Tele**). En el texto se organizan por epígrafes, enfoques y tendencias a tener en cuenta, al ofrecer antecedentes históricos, concepciones y juicios valorativos que sientan las bases para responder en el último capítulo (**Zapping III Pensar y hacer otra TV: la Universitaria**) la pregunta problémica que guió a esta investigación. Métodos teóricos (histórico-lógico, análisis-síntesis) y empíricos (observación participante y la entrevista), se combinaron al estilo de la metodo-

logía cualitativa, para llegar a una propuesta participativa de la Televisión Universitaria. Y en efecto ese es uno de los propósitos de esta investigación, dotar de una guía, comprometida con la participación real y el desarrollo social, a los protagonistas de experiencias televisivas desde comunidades universitarias, para que enriquezcan la teoría y la práctica de ese medio en un entorno tan importante como son las casas de altos estudios. Esta no es una propuesta definitiva. Ojalá su formulación pueda validarse en múltiples contextos y que cada uno de ellos le quite y le aporte, según sus respectivas realidades. Queda hecha la invitación.

ZAPPING I : COMUNICACIÓN, PARTICIPACIÓN Y DESARROLLO.

Ordenadas así esas categorías parecen un algoritmo y es que al hablar de una de ellas, las otras emergen. Las dos primeras son requisito imprescindible en cualquier formulación de desarrollo humano, por eso se impone comenzar por aquí...

1.1 Diálogo entre Comunicación y Desarrollo.

“Precisamos de una pedagogía de comunicación con que vencer el desamor acrítico del anti-diálogo”.

“Existir humanamente, es pronunciar el mundo, es transformarlo” Paulo Freire.

Desde que se habló por vez primera de desarrollo -humano, social, sostenible¹-, la comunicación ha sido un tema cercano. Para algunos la necesidad de establecer nexos entre ambos términos, llegó a través de experiencias de desarrollo en las que los recursos comunicativos se convirtieron en una urgencia, otros partieron de reflexiones conceptuales, de las relaciones entre teoría y práctica, quizás hasta hubo un poco de intuición. De uno u otro modo, la comunicación, como un derecho humano universal y fundamental ha sentando sus bases en la praxis cuando se ha tratado de proyectos de desarrollo.

Las miradas en cuestiones comunicativas se han enfocado de disímiles maneras, aunque en muchos casos hay un patrón común: informar a la población sobre las estrategias orientadas hacia el desarrollo, hacia el cambio social, mostrar las ventajas y recomendar que apoyen esas iniciativas. Sistematizar saberes en este campo devuelve una multiplicidad de sentidos, funciones, escenarios, actores, que difieren por la jerarquía que les dan a los momentos y componentes del proceso comunicativo y la

concepción que hay tras sus prácticas. Por el rol social que desempeña la comunicación -y que se vislumbra cada vez más trascendental- es un tema que rebasa el plano académico y alcanza dimensiones políticas. Si la comunicación es reducida a la transmisión de informaciones, los emisores cuentan con una mayoría de receptores dependientes de su poder en una sociedad verticalista y unidireccional, autoritaria. Si por el contrario, se tiene en cuenta la capacidad de intercambio y de diálogo que puede estimular la comunicación, entonces las posibilidades de participación de cada ciudadano son más reales en la sociedad, y esta adquiere un sentido más democrático.

En el contexto latinoamericano no todos los intentos o búsquedas de un camino hacia el tan anhelado desarrollo de la región, se gestaron como una propuesta real de cambio, de autogestión, de creación e impulso de capacidades endógenas - como se perfilan muchos proyectos en la actualidad-. Uno de los casos más ilustrativos proviene de los Estados Unidos, que desde los 50 propusieron programas para el desarrollo rural relacionados con la modernización, entendida en términos de industrialización. Tras postulados aparentemente participativos con la Alianza para el Progreso, el gobierno norteamericano en la década del sesenta pretendió enmascarar su afán imperial. La ayuda económica a sus homólogos latinoamericanos se presentaba como una alternativa para el desarrollo económico y social de los beneficiados por esta política. La propuesta primermundista planteaba desde su formulación, condicionamientos para someter a los implicados desde abajo, a quienes se les indicaba cómo y hasta dónde podrían intervenir, en qué in-

vertirían, qué tecnología asimilar, con lo que se truncó cualquier sueño del verdadero desarrollo. (Rebellato, 2004)

El pensamiento latinoamericano desde las peculiaridades y complejidades que distinguen a este continente, no ha quedado al margen de la problemática del desarrollo social. En ese sentido se destaca la concepción estructuralista o primera teoría global del desarrollo, promovida desde los trabajos realizados en el marco de la Comisión Económica para América Latina (CEPAL) y las teorizaciones sobre la dependencia. Entre los principales aportes de estos paradigmas se encuentran el nuevo sentido que recibió el calificativo de subdesarrollado, ya no solo se limitaba al retraso en términos puramente económicos y productivos, sino a una relación estructural entre desarrollados y subdesarrollados, en la que estos últimos ocupan una posición de subordinación, desventajosa ante la economía internacional y también ante las relaciones sociales y las estructuras de poder. Se evalúa la necesidad de análisis integrados del desarrollo, que tomen en cuenta el sistema económico y las transformaciones en el sistema político (la estructura de clases, sectores y grupos sociales, el sistema de dominación). “Sin embargo, la crisis de los paradigmas, el agotamiento de los modelos de desarrollo practicados en la región y el empuje neoliberal, determinaron que en los 80 se produjera una suerte de “contrarrevolución en la teoría del desarrollo” que significó no sólo la falta de voluntad política real para encauzar programas alternativos a las recetas neoliberales, sino también cierta inacción del pensamiento que debía construir los enfoques que sirvieran de fundamento a verdaderas estrategias de desarrollo.” (Núñez, 2003). Los 80 fueron bautizados por la CEPAL

como la “década perdida”, en explícita alusión a la teoría y práctica del desarrollo. Otro ritmo marcarían los 90, con el retorno de la polémica, ahora muy asociada a la aspiración de sostenibilidad, de ahí que al debate sobre desarrollo, se incorporen temas claves como ciencia, educación, tecnología, cuidado del medio ambiente, equidad, justicia social y calidad de vida. Un aspecto significativo es el interés por establecer políticas globales, por implicar y sensibilizar a todas las naciones en este nuevo modelo de desarrollo, una aspiración, que ya no solo queda a la espera de los esfuerzos de los países subdesarrollados, que intentan alcanzar- en vano- a los del primer mundo.

Desde el punto de vista comunicativo las demandas sociales y el injusto orden mundial, exigieron también un cambio, para romper los esquemas rígidos de dominación y falta de equidad, reflejados en la concentración del poder de comunicarse en unos pocos en detrimento de la mayoría. La nueva propuesta llegó a partir del cuestionamiento al modelo establecido, verticalista, y unidireccional, elaborado por Shannon y Weaver (1962) para la transmisión de información entre máquinas y aplicado luego a la comunicación humana. En el esquema que lo representa el proceso comunicativo se reduce a (EMISOR-MEDIO-RECEPTOR), sin que exista intercambio de roles entre el emisor y el receptor. El primero transmite la información, que el otro ha de recibir en “puro silencio”, por lo que la comunicación se convierte en un monólogo, que inactiva a uno de los participantes en el proceso, destinado a escuchar, a acatar. Ligada a esta perspectiva y a los esfuerzos por la modernización, se formuló la teoría de la difusión, en la que el rol de la comunicación es transferir innovaciones tecnológicas desde las agencias de desarrollo a sus au-

diencias, y crear una predisposición para el cambio a través del logro de un clima de modernización entre los miembros del público.

En la pedagogía también tiene un equivalente, que calificó Paulo Freire de bancario, al hacer énfasis en los contenidos². (Kaplún, 2002: 20-25). Otros dos modelos educativos tienen correspondencia con los enunciados en el ámbito comunicativo: el persuasivo³, que desplaza su centro hacia los resultados, pero mantiene el carácter exógeno del anterior, pues el conocimiento es una construcción elaborada, seleccionada, transmitida desde el educador o el emisor, por lo que no concibe el protagonismo del estudiante o destinatario. El nuevo elemento en este es la retroalimentación, como respuesta o reacción del receptor ante el estímulo -mensaje- enviado por el emisor, que busca comprobar por esa vía la eficacia de su mensaje. Solo logra una seudoparticipación del receptor, que es manipulado, condicionado y persuadido⁴. El otro modelo pone énfasis en el proceso, como espacio de aprendizaje para educadores y educandos⁵, para interlocutores⁶ -sujetos activos, capaces de enviar y transmitir mensajes, de aprender y enseñar a la vez.- El interés no está en la transmisión del saber, ni en la imposición de conductas, sino en el desarrollo de capacidades en las personas para la toma de decisiones, para acceder al conocimiento, interpretarlo e incorporarlo en su vida, de ahí su carácter endógeno. Estimula el intercambio en contextos grupales y comunitarios y su esquema⁷ representa un proceso abierto, bidireccional, horizontal (postula la Acción - Reflexión - Acción).

Tanto Paulo Freire (1970), desde su pronunciamento pedagógico, como Mario Kaplún⁸, con su apuesta comunicativa, centrada en la formación para trabajar con y desde los medios de comunica-

ción con una finalidad transformadora; significan la importancia del diálogo y la participación integral⁹, del aprender a aprender y a desaprender, desde el ejercicio del pensar para solucionar los problemas y transformar la realidad, la sociedad. Las nuevas concepciones cuestionan la dependencia generada por la extensión de la influencia de los medios de comunicación del norte desarrollado sobre el sur subdesarrollado. Surgen propuestas muy comprometidas con los excluidos, como la de los investigadores Antonio Pasquali y Luis Ramiro Beltrán. Este último redefine a la comunicación como “el proceso¹⁰ de interacción social democrática basada en el intercambio de signos, por el cual los seres humanos comparten voluntariamente experiencias bajo condiciones libres e igualitarias de acceso, diálogo y participación” (Kaplún: 2002:58).

América Latina entra en los albores de un nuevo paradigma de la comunicación, participativo, liberador, dialógico, más democrático, que favorece el desarrollo, que sustituye al destinatario-en su rol de pasividad- por un interlocutor activo, -implicado, comprometido y con el derecho de decidir sobre sí, de protagonizar su crecimiento humano y la del grupo, organización, institución o comunidad a la que pertenece.- Este paradigma comunicacional sirve de base a la propuesta de una Televisión Universitaria que estimule la participación en función del desarrollo humano -finalidad de estas páginas-. De él aprovecha fundamentalmente su factibilidad en ámbitos comunitarios, donde se estimula la formación y desarrollo de capacidades y habilidades en los sujetos para que desempeñen un rol activo en los procesos comunicativos. Su diseño flexible concibe a la prealimentación como un momento de búsqueda para explorar el contexto, sus frenos y

potencialidades y conocer a las personas que intervienen, con sus concepciones, necesidades, expectativas, miedos y anhelos, de modo que la comunicación estimule el crecimiento personal, grupal, comunitario desde la acción y la reflexión.

La UNESCO a partir de la década del 70, incita al debate sobre la teoría de la dependencia y su influencia en el ámbito comunicativo. Se convocan varias reuniones donde se aborda el tema. Se analizan los flujos desiguales de información y junto a las líneas programáticas de lo que se llamaría el Nuevo Orden Económico Internacional, se plantea la necesidad de un Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación. Se crea una Comisión Internacional para el Estudio de los Problemas de la Comunicación, presidida por el irlandés Seán MacBride, cuyo informe final es presentado en la XXI Conferencia General de la UNESCO (Belgrado, 1980). Entre sus aportes se destacan el análisis de la situación de la comunicación en el mundo, sus desequilibrios y vínculo con las estructuras socioeconómicas y culturales vigentes. Además defiende el derecho democrático a la comunicación, a participar en la producción y no sólo en el consumo de la información, así como la necesidad de establecer políticas de comunicación democráticas en defensa de la identidad y del desarrollo. El Informe MacBride devino en un referente fundamental para el establecimiento de políticas comunicativas y el desarrollo de nuevas propuestas y análisis sobre el tema. A pesar de esos esfuerzos 26 años después el panorama comunicativo no ha cambiado mucho.

En las últimas décadas se han ido delineando posiciones que plantean enfoques de la comunicación desde las prácticas sociales, una mediación que no es precisamente la de los medios. En ese

sentido se destacan los aportes, del investigador y académico Jesús Martín Barbero, quien menciona tres dimensiones o componentes esenciales de la práctica social: la sociabilidad, la ritualidad y la tecnicidad, que median el proceso comunicativo, lo hacen más diverso, rico y complejo por lo que “el fortalecimiento de prácticas sociales -autónomas y democráticas- y especialmente de la comunicación, producto y componente de ellas, es uno de los mayores desafíos que actualmente se enfrenta y la condición sine qua non, para ir haciendo realidad una utopía sustentada en una libertad comprometida con la justicia y la equidad, y en una solidaridad crítica” (Barbero citado por Orozco, 1998: 3).

Otro teórico, Manuel Martín Serrano también llama la atención sobre la mediación social como paradigma básico para una teoría social de la comunicación, que implica trabajar a la vez, la relación y la independencia entre sistemas sociales y sistemas comunicativos, teniendo en cuenta los ámbitos: de las formas institucionales (la comunicación es institucional, económica, política, cultural), las lógicas de producción (industriales y mercantiles) y los usos sociales, tanto de los medios institucionales como de los productos masivos, de los mensajes, de los discursos, de los programas. El investigador español fundamenta además la interpretación de la comunicación con un enfoque sistémico, porque:

- “concurren componentes tan heterogéneos como: actores (de naturaleza animal o humana); instrumentos de comunicación (herramientas biológicas o tecnológicas); expresiones comunicativas (producidas por órganos del cuerpo o trabajadas en materiales); representaciones (cognitivas o innatas),

- ocurren los intercambios de información entre sistema y entorno, dejando a un lado las transferencias de energías,

- alcanza un estado y evolución en función de un fin que le es específico o que le ha sido asignado por el agente que lo controla.” (citado por Saladrigas, 2003: 17)

La complejidad de la comunicación, entendida como un proceso en el que intervienen dos o más seres o comunidades humanas que comparten conocimientos, experiencias, sentimientos y construyen significados comunes; aunque sea a distancia, a través de medios artificiales, que les permiten establecer relaciones entre sí y pasar de la existencia individual aislada a la existencia social comunitaria (Toro, 2003:3), ha motivado miradas múltiples desde diferentes niveles: masivo¹¹, institucional, comunitario¹², intra e intergrupales o interpersonal, cada uno, con características muy específicas, que favorecen o frenan la concepción transmisiva o la participativa de estas prácticas. Esta ha sido una breve aproximación teórica en busca de la comprensión de los lazos que unen a la comunicación y al desarrollo, que al decir de Luis Ramiro Beltrán (2002) deben fomentar “(...) el acceso y apropiación de los medios por parte de las comunidades, para asegurar, además del aspecto tecnológico y de desarrollo, la justicia social”.

Retomando el Informe MacBride, las necesidades de la comunicación en una sociedad democrática deberían satisfacerse mediante la extensión de derechos específicos, tales como el derecho a ser informado, el derecho a informar, el derecho a la intimidad, el derecho a participar en la comunicación pública, el derecho a saber, el derecho a transmitir, el derecho a discutir, el derecho a la vida privada, elementos todos de un concepto

nuevo: el derecho a comunicarse (...). También los participantes en el Seminario sobre Comunicación Social y Educación (Quito, 1982) auspiciado por la OREALC/UNESCO enfatizaron en la necesidad de que el proceso comunicativo le dé a las personas “la oportunidad de ser alternativamente emisores y receptores”, con lo que proponen reemplazar los roles de locutores y oyentes por el de interlocutor (Kaplún, 2002:59).

Una nueva propuesta de desarrollo, un nuevo paradigma comunicacional convergen en las alternativas al servicio de ese futuro común por construir de manera sostenible. La comunicación, usada desde el poder desmedidamente con fines políticos y comerciales, puede reivindicar su sentido original en función de lo comunitario, de lo social, del desarrollo real de las mayorías, que después de tanto andar y soñar, siguen silenciadas.

1.2 Un camino hacia la participación.

“Los medios de información pueden ser un aliado poderoso para conseguir un desarrollo más participatorio.” Informe sobre el Desarrollo Humano, 1991, PNUD.

Participar implica compartir la acción, por eso se ha identificado como un aspecto esencial para involucrar a la población en el cambio integral que se precisa en función del diseño y realización de ese mañana común. Pero la participación también se aprende, no es algo intuitivo, es preciso estimularla, promoverla. Las personas deben saber qué pueden decidir, por qué y para qué. Para ello requieren de información, de conocimientos, de confianza, de compromiso y de una actitud de respeto “a la dignidad y a la igualdad de las personas que viven en diferentes condiciones y actúan

de modos diferentes”. (International Commission for the Study of Communication Problems, 1980). Este ideal de la participación de los seres humanos en las diferentes eventos y procesos relacionados con su vida privada y pública, no escapa de los riesgos, porque implica una manera más equitativa de distribución del poder económico y político, y eso favorecería a unos, pero disminuiría las ventajas de ciertos grupos, que rechazan los cambios inevitables que esta concepción defiende. Desde el punto de vista comunicativo, mover los resortes de las personas para activarlas e implicarlas no en un momento o evento puntual, sino en procesos de autogestión, exige un trabajo más dedicado y profundo por parte de los comunicadores sociales, así como paciencia, porque los resultados se aprecian poco a poco. “Solo a través de la comunicación podremos trabajar realmente en favor de una causa común, de un interés común, para mejorar nuestra situación (...)” (Brundtland, 1987) aseguró Gro Brundtland, ex - Primera Ministra de Noruega y ex -Presidenta de la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo, con lo que sugiere que la comunicación puede ser un camino hacia la verdadera participación.

El Informe del PNUD de 1993 sobre el desarrollo humano considera a la población “una fuerza motriz de su propio desarrollo,” con mayor relevancia que cualquier inversión financiera o tecnológica. Pensar la comunicación en función del desarrollo, implica que las personas participen integralmente en la toma de las decisiones que les afectan, o lo que es lo mismo, en la construcción de su destino. Propiciar, organizar, facilitar la participación activa de los sujetos sociales, es un presupuesto imprescindible para el desarrollo. El intercambio de ideas, de preocupaciones, de alternativas permite reflexio-

nar acerca de la realidad compartida y mirar juntos hacia el horizonte como una meta a alcanzar. La comunicación puede fomentar la participación en la gestión de proyectos de desarrollo, desde sus diferentes etapas: primero, la discusión pública de los planes que afectan al colectivo; luego, a través del servicio informativo, que le dé seguimiento a la obra común, que oriente a los pobladores cómo implicarse y les permita apropiarse de canales de comunicación; también mediante la promoción cultural y de la identidad local; rescatando historia, hechos y personajes, ideas y alternativas para el futuro y no puede faltar la evolución de cada proceso, para sacar el aprendizaje de las vivencias compartidas y comprobar si tras las acciones, los protagonistas elevaron su calidad de vida y crecieron como seres humanos. El investigador Huynh Cao Tri lo sintetiza así: “participar es tomar parte en la formulación, planificación, ejecución, seguimiento y evolución de estrategias y políticas que conducen a la integración social.” (citado por Linares en Heredero, 2004:405)

Estos procesos comunicativos aseguran la sintonía entre los que coordinan las propuestas y la población meta, y sobre todo a esta última le facilita la autogestión de su propia estrategia de desarrollo: trazarse sus metas, coordinar sus actividades, pensar su realidad, canalizar sus demandas y soluciones e incluso, conocer y ejercer con claridad cuál es el rol que ha de desempeñar cada hombre y mujer en función del desarrollo que esperan. Significa la posibilidad de expresar “quiénes somos, cómo queremos ser y cómo queremos que sea lo que nos rodea y afecta.” (Rebellato, 2004:334) Cuando los procesos comunicativos consideran como suyas las inquietudes y visiones de sus interlocutores, logran que ellos se miren desde los mensajes y soportes,

se comprometan y tomen partido en el debate o en la solución de sus propias problemáticas. Ese autoanálisis despierta el interés por el éxito de las iniciativas que se proponen y va generando experiencias de participación sustantiva. El diálogo entre ciudadanos con intereses y preocupaciones similares es una manera de incentivar la participación, de compartir saberes, que se enriquecen con los aportes de todos. Planificar la comunicación en materia de desarrollo equivale a establecer lazos de empatía que fortalecen hacia dentro al grupo social involucrado, -ya sea en la comunidad o en una organización-, y tender puentes entre personas de distintos ámbitos, al influir en la construcción de sentidos y consensos. La comunicación resulta más efectiva si se asume sistémicamente¹³, es decir, contemplando dentro de su ámbito de acción, la multiplicidad de actores, instrumentos, niveles, representaciones e intercambios con otras esferas que operan dentro del propio sistema social y que por tanto, median en los procesos comunicativos. La UNESCO desde 1977 definió términos como “acceso”, referido al uso de los medios de comunicación para el servicio público, es decir las oportunidades disponibles para seleccionar programas variados y relevantes, así como tener medios de retroalimentación para transmitir sus reacciones y demandas a las organizaciones mediáticas. Para este organismo internacional la participación en comunicación implica un alto nivel de relación del público con los sistemas comunicativos, tanto en sus procesos de producción, como en la gestión y planificación. En ese sentido son fundamentales las políticas de comunicación para el desarrollo, devenidas en una guía de trabajo para relacionar y poner en sintonía a todos los eslabones que conforman la cadena del desarrollo, para garantizar la

coherencia entre los diferentes momentos, procesos y actores sociales implicados, con lo que se evita duplicar esfuerzos, desaprovechar propuestas, sugerencias e iniciativas, y se gesta una participación cualitativa y cuantitativamente superior desde los niveles comunicativos correspondientes. Para que el desarrollo sea posible es preciso cambiar las formas de actuación tradicionales por nuevas maneras de proyectarse, de influir en el espacio laboral y doméstico. Los medios de comunicación pueden favorecer esa evolución hacia otras vías y métodos de participación. Audiovisuales, dramatizados, representaciones teatrales, debates radiales o televisivos han sido empleados para capacitar a las personas, recrear su propia rutina y estimular luego la reflexión crítica, con lo que se favorece el ejercicio de la participación.

1.3 ¿Participación real o virtual?

Las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) se han convertido en otro escenario posible desde el que se puede estar “virtualmente activo.” Desde el punto de vista comunicativo, facilitan el intercambio de roles, estimulan la interactividad, la multimedialidad y el desarrollo de soportes e instrumentos tecnológicos, diseñados no solo para el uso de profesionales, por lo que cada vez crecen más las posibilidades de consumir y realizar productos comunicativos, sin que medie una especialización al respecto. A los teóricos e ideólogos de la comunicación les ha preocupado durante años la falta de retroalimentación inmediata en los procesos de comunicación masiva. La práctica social demostró que la retroalimentación existía, de una manera o de otra, pero la mayoría de las veces de manera diferida. Las nuevas tecnologías han incluido va-

riantes de interactividad que facilitan ese retorno comunicativo, incluso en tiempo real, como sucede con los correos electrónicos, la personalización de los servicios web, los foros, los chat, la telefonía celular, las encuestas digitales, etc.

¿Herramienta, soporte, medio de comunicación, fuente de conocimiento, bolsa laboral, arma de combate, inversión, alternativa, entretenimiento? Tal vez todas estas son funciones posibles que ahora pueden encontrarse en un mismo espacio. La utilidad de las nuevas tecnologías para el desarrollo es incuestionable, por ello se aspira a que sean más accesibles. En los pronósticos de futuro constituye un aspecto crucial la definición de políticas que garanticen el empleo adecuado de las TIC como parte de las estrategias de desarrollo económico, social y político, junto a la necesidad de potenciar la innovación tecnológica, en un campo que constantemente evoluciona.

No todos llevan el mismo ritmo en esa carrera acelerada que han impuesto las tecnologías. Pesa mucho el subdesarrollo de las naciones del Sur, que han quedado a la saga, mientras los que primero llegaron se reparten el ciberespacio a imagen y semejanza de lo que hicieron con el planeta. Para los países pobres que no cuentan con modernos sistemas de comunicación públicos al servicio de la mayoría de sus ciudadanos, la comunicación mass mediática es de retorno lento y alcance limitado. En el mejor de los casos, la retroalimentación es recibida de manera indirecta (por el comportamiento social) o directa (llamadas, encuestas, etc). Esto sin considerar un porcentaje alto de la población que no se incluye en las muestras para estudios sobre los medios. A las culturas ya saqueadas y colonizadas, se les ha reforzado la condena y a las identidades dominantes se les ha entregado

otro escenario para validar sus símbolos, su lengua, su ideología. Es el mismo abismo de siempre, rebautizado como la brecha digital.

Las conceptualizaciones sobre las TIC apuntan hacia un “campo de convergencia resultado de la revolución científica y tecnológica de la segunda mitad del siglo XX que permiten el tratamiento, la conservación y el rápido intercambio de enormes volúmenes de información a escala global” (Vidal, 2006). Comprende la integración de la computación, la microelectrónica, la fotónica, los software, las interfases, las telecomunicaciones, la técnica para el procesamiento de datos, el capital humano, la información, la infraestructura tecnológica, los elementos de política y regulaciones y los recursos financieros. A pesar de su aplicación en todos los sectores, del crecimiento exponencial de las inversiones en esta actividad a escala mundial, y la considerable disminución de los costos, la informática no se visualiza armónicamente como parte de las propuestas de desarrollo en la mayoría de los países de Asia, África y América Latina, donde constituyen un freno la educación -es mayor el número de analfabetos que el de internautas-, la infraestructura, el acceso a los mercados, la capacitación del capital humano y la disponibilidad de recursos técnicos y financieros. (Pérez: 2005:4)

Bajo esas condiciones emerge un nuevo modelo de desarrollo, caracterizado por el uso intensivo de la información y un valor creciente del conocimiento. Pero para muchos esto no representa cambio alguno, porque la sociedad de la información es una promesa más, una utopía muy distante de sus realidades. Los países más pobres, siguen ocupando en este modelo tecnológico el rol más pasivo y no el de protagonistas de políticas y estrategias que jerarquicen el derecho, no el privilegio, a una vida con cali-

dad. Un camino para acortar la distancia dentro los procesos de modernización es el establecimiento de políticas públicas coherentes -que se preocupen y ocupen de preservar la identidad y la soberanía- que valoren el uso de las telecomunicaciones como soporte de su desarrollo socioeconómico y cuenten con las potencialidades de las nuevas generaciones si son capacitadas adecuadamente. Así aminoran los efectos del mercado, que dominan las corporaciones transnacionales o de la transferencia de tecnología, que ata con más fuerza las economías del Tercer Mundo a las del Primero. Esfuerzos que requieren de la integración y cooperación regional y global para estimular programas a favor de las naciones más rezagadas, del intercambio de experiencias y tecnologías entre ellas y que articulen alternativas para la capacitación del capital humano, que tiene que ser el factor fundamental de la sociedad de la información o de cualquier otro proyecto de desarrollo social. Los medios de comunicación constituyen tema de interés en ese contexto tecnológico.

Uno de los acápites de la Declaración de la sociedad civil a la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información, aprobada en Ginebra, el 8 de diciembre de 2003, plantea: “La radio y la televisión siguen siendo los mecanismos más eficaces para suministrar información de alta calidad, especialmente para los países en desarrollo. Los medios de comunicación, en todas sus modalidades, pueden contribuir a la cohesión y desarrollo social en la era digital. Los servicios públicos de radio y televisión tienen que desempeñar la importante función de garantizar la participación de todos en la sociedad de la información y la comunicación.” (Declaración de la sociedad civil a la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información).

Pero omite toda referencia a la comunicación, con su connotación dialógica y su potencial deliberativo y democratizador. La creación de capacidades en las mujeres y los hombres para el manejo de las tecnologías, no debe quedarse para luego, ni esperar a que esté lista la infraestructura, porque puede ser muy tarde. Las TIC son un desafío en términos de desarrollo y también en el ámbito comunicativo, porque amplían y favorecen la interacción entre las personas, los grupos y las comunidades, pero ante la avalancha de información disponible, es preciso ejercitar otros recursos para decir y ser atendidos al interactuar con la palabra, los sonidos y las imágenes.

El universo comunicacional actual no puede describirse sin tener en cuenta el impacto de las tecnologías, desde el notable incremento del volumen, multiplicidad, y velocidad de circulación de los mensajes, la aparición de otros lenguajes como resultado de las posibilidades combinatorias de las nuevas tecnologías, la ampliación de los circuitos o redes de circulación, la aparición y conformación de gustos populares, la redefinición de las relaciones de fuerza existentes entre los diversos campos culturales de cada sociedad en particular y la constitución de nuevas hegemonías en manos de grandes corporaciones que dominan totalmente la propiedad de los medios de comunicación a escala mundial.

Las alternativas en comunicación¹⁴ pueden multiplicarse, dialogar desde la red de redes y aprovechar las facilidades de uso que ofrecen los nuevos recursos tecnológicos para que más personas ejerzan su derecho, históricamente negado, de participar activamente en los procesos comunicativos y en la vida social. Solo así la virtualidad también será sinónimo de participación real.

¹ EN EL INFORME BRUNDTLAND SE DEFINE EL CONCEPTO DE DESARROLLO SOSTENIBLE DIRIGIDO A SATISFACER LAS NECESIDADES DEL PRESENTE, SIN COMPROMETER LA CAPACIDAD PARA QUE LAS FUTURAS GENERACIONES PUEDAN SATISFACER SUS PROPIAS NECESIDADES. AFIRMABA QUE EL DESARROLLO “NO ES UN ESTADO DE ARMONÍA FIJO, SINO MÁS BIEN UN PROCESO DE TRANSFORMACIÓN EN EL CUAL LA EXPLOTACIÓN DE LOS RECURSOS, LA DIRECCIÓN DE LAS INVERSIONES, LA ORIENTACIÓN DEL DESARROLLO TECNOLÓGICO Y EL CAMBIO INSTITUCIONAL SE HACEN DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES PRESENTES Y FUTURAS.” (BRUNDTLAND COMISION, 1987: 383)

²“(…) EL SABER VIENE DESDE AFUERA DEL EDUCANDO, EN CUYA CABEZA DEBEN “DEPOSITARSE” LOS CONOCIMIENTOS. ESTA IDEA DEL DEPÓSITO ES LA QUE LLEVÓ A PAULO FREIRE (1970) A DENOMINAR “BANCARIA” A ESTA CONCEPCIÓN EDUCATIVA.” (KAPLÚN, GABRIEL, 2001)

³ EMISOR --MENSAJE- RECEPTOR, RETROALIMENTACION.

⁴“ES DECIR, INCULCAR LAS NUEVAS ACTITUDES SIN PASAR POR LA REFLEXIÓN, POR EL ANÁLISIS, SIN PASAR POR LA CONCIENCIA, SIN SOMETERLAS A UNA LIBRE ELECCIÓN. LA CONCIENCIA, LA LIBERTAD, MOLESTAN, FASTIDIAN. HACEN PERDER TIEMPO. HAY QUE LOGAR UN RESULTADO: NO QUE LA PERSONA PIENSE, DISCUTA LA CUESTIÓN Y TOMA UNA DECISIÓN LIBRE Y AUTÓNOMA, PORQUE ESO LLEVA TIEMPO Y HAY SERIO PELIGRO DE QUE AL FINAL TERMINE RECHAZANDO LA PROPUESTA, SINO PERSUADIRLA, CONDICIONARLA, OFRECERLE EL CEBO DE UNA RECOMPENSA, PARA QUE ADOpte DE UNA VEZ EL CAMBIO QUE SE DESEA IMPONER.” (KAPLÚN, 2003:74)

⁵ AHORA SE TRATA DE UN EDUCADOR-EDUCANDO, QUE APRENDE Y ENSEÑA A LA VEZ, A PARTIR DE UNA LECTURA CRÍTICA DE LAS TEORÍAS Y LAS PRÁCTICAS. EL PROFESOR ESTÁ PARA ESTIMULAR, FACILITAR Y PROBLEMATIZAR EL PROCESO, QUE ES PENSADO, DISEÑANDO, VIVENCIADO Y EVALUADO POR SUS PARTICIPANTES, QUE ENCUENTRAN EN ÉL SIEMPRE UN PUNTO DE PARTIDA PARA UN NUEVO APRENDIZAJE.

⁶ EL CANADIENSE JEAN CLOUTIER ACUÑÓ EL TÉRMINO DE EMIRECS PARA DENOMINAR AL SUJETO QUE PARTICIPA ACTIVAMENTE EN ESTE PROCESO COMUNICATIVO. (KAPLÚN GABRIEL, 2003).

⁷ ESQUEMA EMIREC (A) EMIREC (B)

⁸“(…)SÓLO PARTICIPANDO, INVOLUCRÁNDOSE, INVESTIGANDO, HACIÉNDOSE PREGUNTAS Y BUSCANDO RESPUESTAS, PROBLEMATIZANDO Y PROBLEMATIZÁNDOSE, SE LLEGA REALMENTE AL CONOCIMIENTO, SE APRENDE DE VERDAD LO QUE SE VIVE, LO QUE SE RECREA, LO QUE SE REINVENTA Y NO LO QUE SIMPLEMENTE SE LEE Y SE ESCUCHA.” (KAPLÚN MARIO, 2003: 84)

⁹“PARTICIPAR ES FORMAR PARTE, ES DECIR PERTENECER, (...) UNA ACTITUD DE COMPROMISO Y RESPONSABILIDAD POR LOS EFECTOS DE MI ACCIÓN (...); ES TENER PARTE, ES DECIR, DESEMPEÑAR ALGÚN PAPEL O TENER ALGUNA FUNCIÓN; ES TOMAR PARTE, ES DECIR, DECIDIR (...), LA CONCIENCIA DE QUE SE PUEDE Y SE DEBE INCIDIR EN EL CURSO DE LOS ACONTECIMIENTOS (...)” (REBELLATO, 2004: 307-308)

¹⁰ LA CONCEPCIÓN DE LA COMUNICACIÓN COMO PROCESO HA SIDO ABORDADA ENTRE OTROS POR SHANNON (1947), LASSWELL (1948), SCHRAMM (1954), WESTLEY Y MACLEAN (1957), FEARING (1957), JONSON (1963), BERLO (1964), OROZCO (1997), QUIENES HAN ESTABLECIDO DE UNA MANERA U OTRA MODELOS (ESTRUCTURALISTAS, SISTÉMICOS, MATEMÁTICO-INFORMACIONALES, DIALÉCTICOS) QUE EXPRESAN LOS COMPONENTES DEL ACTO COMUNICATIVO Y LAS FUNCIONES QUE DESEMPEÑAN LOS MISMOS. (SALADRIGAS, 2003:2)

¹¹“LA COMUNICACIÓN DE MASAS ES EL PROCESO DE PRODUCIR INFORMACIÓN SOCIAL (CONOCIMIENTOS, VALORES ESPIRITUALES, VALORES MORALES, ETC.) PARA UN PÚBLICO AMPLIO CON EL CONCURSO DE INSTITUCIONES SOCIALES QUE UTILIZAN PARA ESTOS FINES MEDIOS TÉCNICOS (PRENSA, RADIO, TELEVISIÓN)” (V.M. FIRSEV CITADO POR SALADRIGAS, 2000: 193). EL DESARROLLO TECNOLÓGICO ES EL FACTOR PRINCIPAL QUE HA DETERMINADO SU ESTUDIO, AL CONVERTIR A LA COMUNICACIÓN EN UN FENÓMENO DE MASAS.

¹² LA COMUNIDAD PUEDE REPRESENTAR UN NIVEL COMUNICATIVO, CUANDO SE LOGRA QUE SUS MIEMBROS ACEPTEN Y ASUMAN SU CONDICIÓN DE GRUPO SOCIAL COMUNITARIO. COMPARTAN NO SOLO EL LUGAR DE RESIDENCIA, SINO TAMBIÉN TAREAS, PROYECTOS, IDEAS QUE LES PERMITAN IDENTIFICARSE A SÍ MISMOS Y AL RESTO DE LOS COMUNITARIOS, COMO PARTE DE UN TODO ÚNICO. ESTA AFINIDAD ES EL RESULTADO DE UN CLIMA DE RESPETO Y CONFIANZA, DESARROLLADO EN LOS INTERCAMBIOS COMUNICATIVOS COTIDIANOS Y EN EL DESEMPEÑO DE ROLES, ASIGNADOS POR EL COLECTIVO. A DIFERENCIA DE OTROS GRUPOS, ESTA PUEDE FUNCIONAR COMO TAL, DE MANERA PERMANENTE, NO POR COYUNTURAS TEMPORALES O FUNCIONALES. UNA COMUNIDAD SIEMPRE PUEDE ENCONTRAR NUEVOS SENTIDOS A SU RAZÓN DE SER SOCIALMENTE. (TORO, 2003: 44)

¹³ LA NOCIÓN DE LA COMUNICACIÓN COMO UN SISTEMA, EN CONSTANTE RELACIÓN CON OTROS SISTEMAS, COMO EL SISTEMA SOCIAL, EL ECOLÓGICO Y EL DE REFERENCIA LA APORTÓ EL TEÓRICO ESPAÑOL MANUEL MARTÍN SERRANO (1991:161) (VER EPÍGRAFE 1.1)

¹⁴ UN PROYECTO DE COMUNICACIÓN SE DEFINE COMO ALTERNATIVO EN TANTO POSIBILITE UNA COMUNICACIÓN QUE GENERE UN NUEVO MODELO COMUNICATIVO, QUE NO SOLAMENTE DEBE ENCONTRAR UNA TECNOLOGÍA DE EMISIÓN Y PRODUCCIÓN PROPIOS, SINO TAMBIÉN UN NUEVO ESTILO, UN NUEVO LENGUAJE Y MÁS AÚN, EL INTERÉS POR UNOS OBJETOS Y UNOS ASPECTOS DE LA REALIDAD SOCIAL OLVIDADOS Y MARGINADOS POR LA COMUNICACIÓN PODEROSA. (MORAGAS,1979:78 EN HEREDERO, 2005)

ZAPPING II: FRENTE A LA TELE

La TV es ahora el centro del interés, para mirarla como medio de difusión masiva y desentrañar sus limitaciones y potencialidades en busca de esa otra comunicación posible y a favor del desarrollo humano en las Universidades.

2.1 Y llegó la TV...

La televisión sigue siendo en la actualidad uno de los medios de comunicación masiva más importantes por sus múltiples usos, funciones y alcance. A la altura del tercer milenio, es difícil -para los que convivimos con ella desde que nacimos- pensar el mundo o nuestras visiones sobre él, sin la pantalla chica cerca. Desde las primeras invenciones tecnológicas a finales del siglo XIX y principios del XX, que permitieron la transmisión y recepción de imágenes y sonidos a pesar de mediar grandes distancias hasta nuestros días, han surgido otros soportes comunicativos; sin embargo, ninguno ha llegado a tantos hogares, como vía efectiva para compartir y contar historias, acceder a la información, e incluso, devenir en hobby o medio de enseñanza.

La televisión se ha mantenido poco más de medio siglo¹ en el límite entre lo público y lo privado, porque es en este último ámbito donde comienza (o termina) el proceso comunicativo, cuando el televidente se expone a sus mensajes, los decodifica y demanda de ella, nuevos contenidos. La manera de relacionarse con el receptor también ha evolucionado, desde la concepción de una recepción pasiva hasta las más contemporáneas, que basadas en las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones (NTIC), aspiran a una mayor in-

teractividad entre los que diseñan y producen los programas televisivos y sus destinatarios finales.

En el intento por describirla y entenderla se han argumentado diferentes clasificaciones para la televisión. Entre esas propuestas se encuentra la del pensador francés René Berger quien habla de:

-Macrotv: es abierta, por lo que todos tienen acceso a ella. Su alma es la publicidad de productos de consumo o valores. Es una TV controlada y está basada en el rating, porque le importa tener bastantes telespectadores. Su esquema de operación es un sistema que funciona homeostáticamente, adaptable a las coyunturas.

-Mesotv: tiene bajo alcance, su carácter es más local o dirigida a un segmento de público amplio pero específico. El diálogo entre la TV y su público es un poco más democrático, es muy probable que los espectadores se conviertan en emisores. La TV es un canal disponible para cualquiera que tenga algo que decir.

-Microtv: responde a grupos cualitativos, es la TV independiente, de circuito cerrado, que se retroalimenta por la audiencia.

Se sugiere adicionar la **Megatv**, que va dirigida a todo el planeta a través del satélite.

Más allá de sus especificidades o del alcance que pueda tener, a la televisión, como medio de comunicación masiva, se le han atribuido las funciones de informar, entretener y educar. La actualidad es contada con la rapidez de lo inmediato, a través de las imágenes y el sonido, sin importar cuán distantes estén del acontecimiento, los telespectadores. Gracias a ella podrán aproximarse a sucesos, culturas, vivencias, escenarios, lejanos geográficamente, aunque no siempre las versiones lleguen con sufi-

ciente objetividad. De ahí que esta sea una de las polémicas constantes sobre los espacios informativos y que se reclame la presentación de los hechos a partir de las interpretaciones de varias fuentes. Como medio de comunicación, se reconoce que “ha suscitado la necesidad de información, y con ello el deseo de participar en una experiencia social más vasta.” (García Jiménez en Rodríguez, 2006). Al describir y precisar la realidad externa, la Televisión interviene en la definición de la agenda pública, pues sugiere poner la atención en una serie de temas que se convierten en punto de análisis y discusión.

La preocupación por ser una alternativa para el ocio ha cargado a las programaciones televisivas de espacios diseñados según las necesidades, los intereses, las demandas de los usuarios, y sus perfiles sociodemográficos. Telenovelas, filmes, musicales, reality show, juegos de participación, espectáculos culturales y deportivos, abren y cierran sus puertas, para obligar al telespectador a mantener su telerreceptor encendido o viajar por una multiplicidad de canales con ofertas similares. La elección del consumo televisivo como actividad recreativa es altamente valorada sobre todo por los padres, que favorecen el desarrollo de este hábito en sus hijos desde los primeros años, porque “los libera del contacto directo con la violencia de la calle.” Pero el peligro no desaparece del todo, también la televisión refleja banalidades, estereotipos, el discurso del “sálvese quien pueda”, la ideología del poder.

El principal aporte a la formación del individuo como ser social se refleja en la función educativa, atribuida a este medio cuando a través de sus propuestas audiovisuales está la intención de educar no como mera instrucción; sino a partir de “la

integración universal de valores en una empresa popular de verdadera promoción cultural (...) una cultura, en definitiva, de los hombres activos; una cultura para el desarrollo.” (García Jiménez, en Rodríguez, 2006). Aunque resulta la más significativa y aprovechable misión de la televisión, en la mayoría de los países latinoamericanos no se le concede mucha importancia, sigue siendo la gran promesa. Las cadenas comerciales de televisión muchas veces no disponen presupuesto para una programación educativa estable, ni asumen el financiamiento de producciones de este corte.

La televisión tampoco ha estado ajena a las nuevas condicionantes del contexto globalizador de hoy que tiende a estandarizar una seudocultura, que invisibiliza las identidades de grupos sociales más pequeños, disueltos en las masas, receptoras de productos comunicativos industriales. Otra marca del desarrollo de la TV, es la tendencia a fusionar grandes empresas en las llamadas transnacionales de la comunicación, y con ello, han posicionado la visión, las creencias, la filosofía y los intereses de unos pocos, con mucho alcance y poder económico, sobre la cultura de otros, -mayoritarios o no-, sin las mismas posibilidades. Más que una apuesta a favor de la educación y el enriquecimiento cultural de los televidentes, en muchos casos, de este medio se habla como “pura cuestión de negocios,” donde lo más significativo son los costos y las ganancias que genere, en tanto propuestas rentables, beneficiosas en términos financieros para que las cadenas comerciales de televisión la asuman.

La magia de la televisión no solo ha conquistado a creativos interesados por este medio y a una teleaudiencia estable y diversa, sino también a investigadores, comunicólogos y empresarios. El estudio del alcance y las posibilidades de la TV ha

ofrecido metodologías, estilos de trabajo, diseños estandarizados que permiten, a partir de la caracterización del público, de sus hábitos de consumo televisivo, de sus preferencias y demandas, elaborar productos audiovisuales, que responden a las exigencias del mercado, así mismo la publicidad se ha estabilizado como parte de la programación televisiva y se ratifica como una de sus más importantes fuentes de ingresos económicos.

Quizás esta sea una de las distinciones principales entre la televisión llamada comercial y la pública -no tiene finalidad prioritaria de lucro, sino otros propósitos-. A la primera le interesa el consumidor, más que el ciudadano, y por tanto, asumen que la función de la televisión, es, al igual que la de cualquier otro medio, servir de soporte a mensajes que explícita o implícitamente estimulan acciones mercantiles. Esta concepción reduccionista presenta a la TV como instrumento transmisor de contenidos, con una capacidad especial para homogenizar, concientizar, adoctrinar.

En cambio, la televisión pública aspira a contribuir a la conformación “del espacio público en cuanto escenario de comunicación y diálogo entre los diversos actores sociales y las diferentes comunidades culturales,” (Barbero, 2000) es decir, configura, visibiliza, promueve, pone en común, prácticas sociales, valores colectivos, expectativas de futuro, tradiciones, lenguajes, -formas de expresión-, que (re) producen, (re)significan, la cultura nacional, la identidad como relato compartido de los pueblos, con el mismo principio que proclamó por muchos años, la British Broadcasting Corporation (BBC) de Londres, -cooperación pública de carácter no comercial-: “(...) la TV pública debe hacer que lo popular sea valioso y que lo valioso se haga popular.” (Hernández, 2003: 33)

En ese deber ser propuesto para una televisión de interés público se ha cortado mucha tela, pero un aspecto con el que la mayoría de los entendidos en el tema coinciden, es en la necesidad de que esta se distinga por su finalidad cultural, para lo que el investigador colombiano Jesús Martín Barbero, quien ha centrado su atención en la relación entre comunicación y cultura, considera que la televisión no debe limitarse a la transmisión de la cultura ya hecha, sino que trabaje en la creación cultural a partir de sus propios “modos de ver” la vida social, de sus recursos, lenguajes y potencialidades expresivas.

“La televisión cultural, por lo tanto, se convierte en alfabetizadora de la sociedad toda en los nuevos lenguajes, escrituras y saberes audiovisuales e informáticos que conforman la específica complejidad cultural de hoy, procurando al televidente no sólo información ilustrada sino experiencias comunicativas significativas en la vida cotidiana (...)” (Barbero, 2000).

El debate sobre la propuesta televisiva pública insiste en que esta al menos con cierta frecuencia, presente materiales que conjuguen el entretenimiento y el aprendizaje y despierte el interés por la cultura, las artes, las ciencias y la sociedad, no acriticamente. De ese modo puede incidir en la calidad de vida del televidente

A pesar de que se aspira a que esta sea un servicio que contribuya, “como instrumento, a generar una conciencia crítica colectiva, mediante la transmisión de valores, la práctica devela que estos requisitos no siempre son cumplidos.” (Mazón, 2006: 20)

Para el desarrollo de un proyecto televisivo público en el contexto latinoamericano, Valerio Fuenzalida considera necesaria una base socio-

política (que responda a una política televisiva estatal), partir de las necesidades y expectativas de una audiencia, sobre una base cultural (los ethos latinoamericanos) y teniendo en cuenta el carácter lúdico-afectivo del lenguaje televisivo (base semiótica). Sus objetivos estarían perfilados hacia la formación de la audiencia familiar, enfocada en la línea de una educación para la vida cotidiana, capaz de generar una cultura del protagonismo social para el desarrollo, que potencie el factor humano, la identidad y la creación de espacios de información y discusión de problemas sociales para avanzar hacia políticas nacionales para enfrentarlos. (Mazón, 2006:20-23)

A las televisoras públicas les queda el gran desafío de ser una alternativa de calidad ante las tendencias más comerciales que simplifican sus propuestas audiovisuales, olvidan la diversidad cultural, las necesidades de expresión de los grupos sociales, la capacidad de análisis y la creatividad, innatas al ser humano.

2.2 Otra audiovisualidad posible.

“No critiquemos los media; seamos los media”
Seattle, 1999.

Resulta difícil establecer límites entre la televisión cultural y la educativa. A la primera se le atribuyen como objetivos prioritarios, la divulgación y el entretenimiento, aunque eso no excluye determinados planteamientos educativos implícitos en algunos de sus programas. La televisión educativa, se centra en contenidos con cierto interés formativo y/o educativo. Los espacios agrupados en la televisión educativa persiguen influir en el conocimiento, las actitudes y los valores del espectador.

El investigador cubano Vicente González Castro (1984: 33), asegura que este tipo de emisión “(...) se refiere a aquella vinculada con la acción general formadora sobre el individuo por el contexto social, la cual no necesariamente se enmarca en un currículo o plan de estudios, ni para un nivel o grado.”

Este autor diferencia del concepto anterior el de televisión didáctica que sí “(...) se circunscribe al marco de la escuela, se integra a los programas y planes de estudio de carácter oficial, bien sea para uso directamente en el aula, como actividad extraescolar, de repaso o ejercitación, pero siempre en relación directa con los contenidos oficiales de estudio. Su empleo es más controlado y su repertorio limitado, definido en edades, en el espacio y el tiempo.” (González, 1984: 35)

“La televisión educativa ha de diseñarse no únicamente en función de criterios propios del medio televisión sino también en relación a criterios educativos, pues tal es su finalidad última; pero existiendo un permanente equilibrio entre ambas. Ha de evaluarse desde un punto de vista educativo y han de tenerse en cuenta: los contenidos y su selección, la adecuación a las necesidades, si pertenece al campo de la educación formal/informal.”(Hernández, 2003:62)

Las televisoras públicas son las que mayor interés han mostrado por las programaciones o productos comunicativos de corte educativo, sobresalen en América Latina, Uruguay, Bolivia, El Salvador, Colombia y Chile, esta última en colaboración con universidades públicas. Cuba muestra otra experiencia interesante, la mayoría de sus programas televisivos tienen corte educativo, pero además se ha hecho más explícito su interés por la formación integral del sujeto social a través de la TV, al apostar en sus dos últimos canales por una

programación exclusivamente educativa (...) (Darío Ángel, 2001 en Karen, 2003:50).

La mirada a los vínculos entre educación y comunicación no solo desde el ámbito curricular, sino incluso desde la concepción de otras propuestas mediáticas servirá para pensar la formación de ciudadanos críticos, capaces de interpretar la realidad y decidir sobre los formatos, géneros y contenidos a los que se exponen. Esto demandará un nivel mayor en los realizadores y productores de programas con el fin de lograr un enriquecimiento progresivo de su trabajo, motivándoles hacia la investigación para la innovación en ideas, géneros y formatos, dentro de un proceso paralelo a una mayor formación y exigencia de las audiencias. (Colectivo de autores, 1995, en Hernández, 2003:44).

La construcción audiovisual se ha consolidado como un excelente medio de socialización, de representación de una realidad pretérita o inalcanzable antes, de ahí que el interés de investigadores, pedagogos, comunicadores, psicólogos, por el estudio del impacto de la televisión educativa u otras modalidades que incorporan productos audiovisuales a espacios académicos, u objetivos escolares al ámbito televisivo. El interés por formar a un receptor activo, que comprenda las lógicas productivas del medio, que sepa decodificar los mensajes que recibe, a partir de sus referentes, ha sido punto común en los estudios críticos sobre los procesos comunicativos desde hace varias décadas en América Latina. En este sentido es donde están los mayores aportes en cuanto a los procesos de Educación para la Comunicación y Educación para la Recepción.

Específicamente en los setenta comienza a perfilarse un nuevo enfoque, un nuevo paradigma, que supera al funcionalismo norteamericano en el

análisis de la comunicación. Esta ruptura postula a la comunicación como un derecho humano, entendida como un proceso horizontal y participativo, planificado y con un flujo equilibrado de contenidos, conceptos que confluyen en el debate sobre un nuevo orden informativo mundial. El Seminario sobre La Investigación en Comunicación en América Latina, (Costa Rica, 1973), apuesta por “el estudio de los nuevos canales, medios, mensajes, situaciones de comunicación que contribuyan al proceso de transformación social, que se abriesen nuevos canales de comunicación con los grupos populares y que se incentivase la participación popular en las investigaciones sobre el uso de los medios de comunicación, con el fin de desmistificarlos frente a los sectores populares y desarrollar en estos una conciencia crítica que posibilite una opción liberadora.” (J. M. Aguirre, M. Bisbal, Op. cit., p. 42 en Recio, 2001)

La riqueza social de esta región, su complejidad política y económica estimuló nuevas perspectivas en los estudios y prácticas comunicativas, que trasciende las investigaciones internacionales sobre comunicación de masa. Los aportes de latinoamericanos como Jesús Martín Barbero, que analiza el desplazamiento de los medios a las mediaciones, Néstor García Canclini, que apunta hacia el consumo cultural, Guillermo Orozco Gómez, con el Modelo de Mediación Múltiple², Valerio Fuenzalida, que se centra en la Recepción Activa y Jorge González, con los Frentes Culturales, coinciden en el rescate de los actores sociales que participan en el proceso comunicativo desde la recepción.

Estas incursiones en el campo de la comunicación tienen como antecedente común los postulados de la Educación Popular³. Al pensar en los

destinatarios de los mensajes, como parte activa del proceso comunicativo esta perspectiva invita a problematizar el contenido de los medios de comunicación, la relación con ellos y a encontrar los puntos de encuentro y desencuentro entre su vida, su cultura y la que les llega mediáticamente. Esta práctica estimula la formación de un sujeto crítico y activo, capaz de reconstruir su memoria histórica, su presente y compartir con otros, sus sueños de futuro.

Estos postulados quedaron delineados en el Seminario de Curitiba, donde se sugirió:

1) “Formar una conciencia crítica, entendida como: Comprensión del proceso de producción de mensajes y signos, con vistas a la apropiación del lenguaje de los medios y de la sociedad. Confrontación entre la conciencia del sujeto receptor y su universo simbólico con la gama de valores transmitidos por los diversos medios de comunicación.

2) Fortalecimiento de la capacidad de distinguir entre los contenidos que ofrecen los medios de comunicación, aquellos que están de acuerdo con los valores propios de un grupo específico y aquellos que producen reacción o violencia (capacidad de discriminar).

- Desarrollar una actitud activa, entendida como:

- Identificación y valoración del papel que tienen los medios en la vida de los destinatarios y su ámbito social, analizando el contenido y las reglas de producción de mensajes.

- Reforzamiento de la conciencia de grupo para obtener un compromiso de cambio del proceso de comunicación, promoviendo la creación de canales alternativos de comunicación en la sociedad y en el ámbito en que se ejecutan las experiencias (escolar, comunitario, sindical, etc.)

- Potencialización de los actores sociales ca-

paces de reconocer necesidades de comunicación que, actualmente, no satisfacen los medios, así como contar con capacidades de identificar y poner exigencias al sistema de comunicación, sensibilizando a los movimientos sociales sobre el potencial de la comunicación para llegar a influir, en una perspectiva sociopolítica más amplia, en el polo de la emisión.

3) Liberar la creatividad grupal como un medio para que aflore la expresividad dormida y muchas veces reprimida.” (Recio, 2001, 6-7)

A tiempo que los investigadores latinoamericanos en comunicación se centran en estos temas, la UNESCO también presta atención a la educación para los media, al promover el estudio del impacto social de la comunicación mediatizada, la participación y la modificación del modo de percepción que ella engendra, el papel del trabajo creador y el acceso a los medios. (Belloni, 1991:42). Esta preocupación dio origen a varios proyectos para la recepción crítica de los mensajes de televisión y los demás medios de comunicación. Dentro de esas experiencias, se destaca la impulsada en Chile desde CENECA y muy especialmente la labor dentro de ella de Valerio Fuenzalida⁴, que trata con la recepción televisiva de educar a la población, de acuerdo a su propia realidad; a través de la potencialización de las capacidades de cada grupo social para hallarle el significado a los mensajes televisivos y reforzar la expresividad cultural en los grupos sociales, de modo que puedan activamente demandar una programación de televisión adaptada a sus necesidades. (Quiroz, 1993:224, en Hernández, 2003:58)

Se plantea la necesidad de una alfabetización en el lenguaje audiovisual, lo que implica comprender las diferencias existentes entre imagen y realidad,

conocer los elementos y características básicas de la imagen y el sonido, y desarrollar el sentido crítico de los educadores con respecto a los medios de comunicación de masas. Se trata de desentrañar a la televisión para empoderar a los televidentes y que logren utilizar este poderoso medio como una herramienta para su crecimiento, para su desarrollo, para generar cambio y evitar así el rol de la víctima que es bombardeada por las versiones fragmentadas e inexactas del mundo real. Pero esta propuesta no solo exige profesores más activos en el empleo de los recursos mediáticos en función del proceso pedagógico, sino también de comunicadores creativos, abiertos al intercambio con los usuarios, para que puedan incorporar a sus lógicas productivas las sugerencias y valores culturales, de quienes dialogan con el audiovisual, no solo cuando se les muestre en medio de una programación televisiva, sino desde su concepción y desarrollo hasta la evaluación final.

2.3. La televisión, comunidad adentro.

“Para que pueda ser he de ser otro, salir de mí, buscarme entre los otros, los otros que no son si yo no existo, los otros que me dan plena existencia” Octavio Paz

Los grupos comunitarios, fundamentalmente populares han sido uno de los sectores de interés para las alternativas con finalidad educativa en el contexto latinoamericano y los principales protagonistas de los llamados medios comunitarios. La comunicación al servicio del desarrollo ha encontrado en el ámbito local su espacio de natural desenvolvimiento. La radio⁵ es el medio que atesora una mayor cantidad de experiencias sistematizadas a ese nivel. La televisión también

ha permitido expresar las potencialidades comunicativas de los grupos sociales comunitarios.

“Estas tendencias responden a la necesidad de estar más cerca de los receptores, de su centro convivencial para ser plaza pública a través de la cual los oyentes y telespectadores se comunican.” (Segura, 2001: 92) Desde estas propuestas mediáticas se acrecienta “el compromiso con un proceso de aprendizaje de la vida democrática” como “condición única, capaz de identificar los combates de vanguardia en el sector de la comunicación.” (Mattelard, 1981: 116) Los “grandes medios de información” no pueden -por más que lo intenten- prestar atención a la multitud de hechos que constituyen la propia trama de la información, por lo que los que se generan en la localidad tienen “un papel insustituible que jugar. Pero no pueden limitarse a la descripción de los hechos y problemas locales (...), no pueden tratar la ciudad o el barrio como un islote cortado del resto del mundo.” (Mattelard, 1981:118-119).

Como alternativas de comunicación se enfrentan a la dicotomía entre lo particular y lo universal, un camino para interconectar lo que afecta a cada cual y lo que afecta a todos, a tiempo que garantizan la presencia y el debate de los diferentes grupos o movimientos populares. Los medios comunitarios, tienen como objetivo, no la rentabilidad económica sino la social. Su campo de acción abarca lo local y su producción es responsabilidad de la misma ciudadanía y no de personas ajenas a la comunidad organizada. Dan cuenta de lo que ocurre en una pequeña parcela de la realidad, pero sin olvidar sus nexos con la sociedad, sin aspirar a los miles y miles de lectores, radioyentes o televidentes, ni mucho menos a la supuesta y pretendida objetividad periodística. Lo más significativo

es la posibilidad de que esa parte de la realidad sea contada, criticada, enriquecida y comentada por sus propios protagonistas, con sus puntos de vista y sus contradicciones. Esta es otra manera de crear capacidades autogestionadas en función de la acción y la participación de los sujetos sociales en la vida pública. De forma general estos medios coinciden en:

- su objetivo: beneficiar a la comunidad en la que están inmersos,

- surgen de las comunidades cuando éstas sienten la necesidad de dejar de ser consumidoras pasivas de información para convertirse en protagonistas, generadores y portadores de sus culturas,

- proporcionan una alternativa a las imposiciones del mercado, comprometiéndose con una vocación de justicia social y defensa de la diversidad,

- sus flujos se orientan de abajo hacia arriba, empoderando a las personas, nutriendo el conocimiento local en vez de reemplazarlo por soluciones estándares,

- ofrecen medios concretos para la participación en los asuntos locales,

- la programación incluye mensajes comunitarios y personales, de facilitación social (matrimonios, felicitaciones, nacimientos, avisos, programas educativos y de entretenimiento, etc),

- son alternativos en relación con los medios de comunicación de masa, en cuanto al contenido, a los canales utilizados, -tales como boletines, panfletos, altoparlantes, etc- así como el modelo de comunicación al que responden (democrático vs dominante),

- son medios para la expresión cultural y la discusión comunitaria. Suministran noticias e información y propician el debate,

- entiende al emisor -en estos casos suelen ser

un grupo o equipo responsabilizado con este rol como un facilitador, un animador y organizador del proceso comunicativo, en tanto recoge las experiencias de los destinatarios, las selecciona y ordena para luego devolverlas, desde una perspectiva crítica, a partir de la formulación pedagógica del mensaje. Buscan que el receptor se identifique con el producto comunicativo aunque no haya intervenido directamente en su concepción.

Detrás de estas alternativas hay una interpretación de la comunicación popular caracterizada por la horizontalidad, el intercambio, la multidireccionalidad, el diálogo que permite la transformación continua, que brinda desde la práctica misma, la posibilidad de reflexionar sobre esa acción para mejorarla. La comunicación se revaloriza como medio capaz de evaluar y enfrentar los problemas y conflictos de las clases que siempre han sido víctimas de un orden social y comunicacional injusto. Pone énfasis en el lado humano y político de los actores del proceso, en la valoración de los sujetos populares sobre sus capacidades para comunicar. Resalta la importancia de la acción colectiva y de la existencia de una comunidad organizada, para sostener como estándar el derecho que tienen todos los sujetos a la comunicación y a propiciar la vocación educativa de esta como práctica de la transformación de los sujetos y el medio. La comunicación popular se implica con los procesos de desarrollo humano, con el compromiso social para con los sectores populares, con quienes construye solidaridad y otorga participación y dignidad con sentido educativo (Herdero, 2005).

Algunas de las condiciones que propician en las décadas de los 80 y los 90 la proliferación de estas experiencias comunicativas son:

- “el abaratamiento de los costos tecnológicos y el acceso a nuevas formas de emitir,

- la crisis de los sectores de delegación y representación política clásica, como los partidos y los sindicatos,

-una nueva conciencia sobre los medios como espacio de articulación de lo público,

- la necesidad creciente de expresión de las mayorías y minorías, sin acceso a medios de comunicación y su reivindicación del derecho a la comunicación de libre expresión de ideas, de difusión de información.” (Camacho, 2001: 29)

Bajo estas condiciones la radio y la televisión se constituyen en espacios para que la gente confluya, participe, denuncie, haga uso de su derecho a la palabra, a tiempo que estos y otros medios con similares funciones, permiten legitimar esa realidad poco contada por los grandes medios, la cultura, los valores, las creencias hasta entonces marginadas. La gente construye agendas públicas, a partir de “intereses comunes, de redes de diálogo, debate y concertación.” (ibídem, 109) Se revaloriza lo popular y cotidiano, como un saber de interés para sistematizarlo e incorporarlo en los discursos y prácticas comunicativas.

No todas las experiencias mediáticas que se emprenden en el espacio local responden a los llamados medios populares o comunitarios. Hay naciones donde bajo este rótulo, tratan de clasificar empresas locales, simples repetidoras de una programación ajena, que no guardan relación con las necesidades de desarrollo de la comunidad o formulaciones religiosas, que distan también de la verdadera televisión comunitaria⁶. El fracaso de algunos de estos proyectos ha estado en la sobreestimación a las posibilidades de las nuevas tecnologías (NTIC), cuando se ha considerado su-

ficiente garantizar el acceso a estas sin crear las condiciones idóneas, desde el punto de vista cultural, socio-político y económico para que el uso de los medios responda realmente a sus usuarios.

La Declaración de la Sociedad Civil en la Cumbre sobre la Sociedad de la Información (Ginebra, 2003) define a los medios de comunicación comunitarios, como “medios de comunicación independientes, gestionados por las comunidades y basados en la sociedad civil, tienen una función especial que desempeñar a la hora de posibilitar el acceso y la participación de todos y todas, en particular de las comunidades más pobres y marginadas, en las sociedades de la información y la comunicación”⁷. En ese documento se destaca la importancia de estos medios “para fomentar la información, y promover la expresión de opiniones y el diálogo” y se alerta sobre la necesidad de dotarlos de un marco jurídico y reglamentario que los proteja y promueva, a tiempo que garantice el acceso de los grupos más vulnerables a la información y la comunicación.

Además se sugiere estimular y apoyar “las iniciativas de información y comunicación que utilicen medios de comunicación tradicionales y las nuevas TIC, en particular proyectos destinados a las comunidades más pobres, que fomenten la diversidad cultural y lingüística y que promuevan la participación equitativa de las mujeres y las niñas. Se debe fomentar la creación de centros y medios de comunicación comunitarios, y ayudar a combinar las tecnologías tradicionales de medios de comunicación, en particular la radio y la televisión, con el acceso a las nuevas TIC” (ibídem).

Los contenidos que ocupan la programación de los servicios mediáticos locales, se centran en los aspectos más susceptibles para los usuarios, relacionados con su vida cotidiana. Entre sus respon-

sabilidades se encuentra la de recatar la historia local, contada por la gente y por los lugares de más significación popular, las tradiciones musicales, festivas, la memoria de los más ancianos, los juegos infantiles, todos los símbolos que conforman la cultura local. Esto no implica el olvido de las riquezas de otras culturas, por el contrario, pone en diálogo lo autóctono, con lo nacional y lo internacional, mientras intenciona la afirmación de una identidad propia, pocas veces narrada en las agendas de los demás medios de comunicación. Pero no hay intercambio posible entre estos audiovisuales y su público si no existen códigos comunes (desde el uso del lenguaje en el registro más apropiado y parecido a los que luego compartirán el producto, los elementos de decoración, el vestuario que lleven quienes salgan ante las cámaras, los horarios de programación, hasta los valores que en ella se promuevan).

Valerio Fuenzalida asegura que “el canal de televisión es una manera de contactarse con la audiencia, una manera cómo la audiencia puede opinar, reaccionar frente a un programa. Este es un tipo de interactividad. Es un interés por construir rating y construir comunicación. Es proporcionarle al televidente la posibilidad de contactarse con el canal.” Pero si se trata de “los canales locales y culturales tienen que ofrecer a las audiencias otras opciones de programación. Estas opciones demuestran que la televisión no solamente se hace de una manera, como la que ofrecen los grandes canales; hay otras maneras menos banales y de mayor respeto a la audiencia. Los canales de televisión alternativos están contribuyendo a formar a los televidentes con programas alternativos; formatos distintos que ya amplían los referentes de lo que vale la pena ver y lo que no.” (Fuenzalida,).

Ninguna propuesta de televisión comunitaria puede ser impuesta sobre la comunidad a la que se dirige. Se recomienda que esta surja como una necesidad sentida y que los protagonistas de todo el proceso, desde la concepción, gestión, desarrollo y evaluación, sean los miembros de la comunidad. Su participación en la construcción colectiva de esta alternativa de comunicación es una garantía en función del sentido de pertenencia y su permanencia en el tiempo. Una vez que este medio se convierta en un elemento distintivo, esencial para facilitar la vida y el intercambio en una comunidad, puede ser muy útil para la organización, movilización y enriquecimiento de quienes intervienen en la TV. Todo esto en busca del protagonismo social para el desarrollo y para la superación de la pobreza.

Ante las exigencias económicas y culturales de la globalización en la época actual la comunicación al servicio del desarrollo encuentra en el ámbito local su espacio de natural desenvolvimiento, siempre y cuando la estructura de la información vaya ligada a proyectos educomunicativos en función de estrategias investigadoras de emancipación de lo social. (Sierra, 1999).

2.4. TV Universitaria: apuntes para una historia no contada.

“Los hombres no se hacen en silencio, sino en la palabra, en el trabajo, en la acción, en la reflexión.” Paulo Freire

Las universidades resultan escenarios privilegiados para emprender procesos de comunicación que favorezcan el desarrollo humano. Desde su fundación en la Edad Media y con el paso del tiempo, han legitimado su pertinencia, multiplicándose en diferentes escenarios, ajustando sus

itinerarios a las demandas y evoluciones sociales. La confluencia en estos recintos de la intelectualidad, la concentración del conocimiento sistematizado desde sus planes de estudio y atesorado en sus bibliotecas, la renovación y actualización permanente que propician la investigación y la aplicación de sus resultados en la práctica, las han convertido en focos potenciales del desarrollo de las naciones. En su seno se debate sobre el presente y las perspectivas futuras, se repasan tendencias, se evalúan frenos y oportunidades, se legitiman y se cuestionan paradigmas.

Quizás por la riqueza del saber que acumulan o la rigidez organizacional, que varía poco, de uno a otro contexto, las universidades han mantenido una estabilidad estructural y funcional, incluso ante presiones internas y/o externas, que hacen pensar en cierta “aversión al cambio.” (Mejía, 1996:14)

En el contexto latinoamericano los cuestionamientos a la universidad napoleónica, de origen francés, también denominada modelo continental – que centra el poder en el Estado y los docentes, – tuvieron mayor resonancia ante las demandas de la Reforma de Córdoba, en la Argentina de 1918. Como resultado de ese movimiento que trascendió a la nación sureña, se aprueba en 1945 un “documento legal que en esencia postula la autonomía universitaria (política, económica, docente, administrativa), la elección de los cuerpos directivos y de las autoridades universitarias por la propia comunidad, el concurso de oposición para la selección del profesorado, docencia y asistencia libre, la gratuidad de la enseñanza, la reorganización académica, la creación de nuevas escuelas y la modernización de los métodos de enseñanza, la asistencia social a los estudiantes, la vinculación con el sistema nacional de enseñanza, la extensión universi-

taria, el fortalecimiento de la función social de la universidad, la proyección al pueblo de la cultura universitaria y la preocupación por los problemas nacionales y el mejoramiento de la formación cultural de los profesionales”. (Barreto, 2001:8)

La crisis de los 60 le plantea varios cuestionamientos a las universidades, ante los desafíos sociales, ambientales, políticos y económicos de la época. La principal crítica se refiere al aparente aislamiento de la Universidad, que respondía a intereses de las élites, que se formaban en ellas, por lo que se requería un mayor compromiso de estas instituciones con las soluciones a los principales problemas del momento y del entorno inmediato. Ante la pregunta por la responsabilidad de las universidades en la transformación de la sociedad surge otra mirada al bienestar y la extensión universitaria, dirigida a la comunidad interna y externa, en aras de un desarrollo más integral de las personas. Se precisa la actualización científico-técnica y la vinculación con la práctica productiva y la investigación, la formación de profesionales y científicos, comprometidos con desarrollo del país y de sus hombres y mujeres. (Mejía, 1996, 27-28).

Concretar los fines antes mencionados (académicos, laborales, sociopolíticos, axiológicos, investigativos) a través de las funciones de docencia, investigación y extensión requiere un equilibrio dialéctico que garantice el “ser” y el “quehacer” de la universidad. De manera que ninguna de las tres funciones sea dueña o responsable absoluta de algún fin en específico sino por el contrario forman un proceso dialéctico que de su naturalidad y coherencia depende la formación de los implicados fuera y dentro de los muros universitarios (ibidem).

“La obligación de una universidad no es, no puede ser sólo la de formar buenos profesiona-

les. Es igualmente imprescindible que contribuya a formar buenos ciudadanos, hombres y mujeres sensibilizados respecto a la sociedad en que viven, alertas a sus carencias, retos, injusticias, a sus abismales disparidades, y concientes de su responsabilidad moral y cívica, de la necesidad de hacer algo, desde el ámbito vocacional y profesional de cada cual (...)" (Vargas Llosa, 2001).

Postulados de teorías latinoamericanas como la de la dependencia, la Educación Popular y la Investigación -Acción-Participativa⁸, demandan una recontextualización de las universidades a sus respectivas realidades, para encontrar formas de desarrollo autónomo, acorde a la situación imperante en estas sociedades periféricas (Mejía, 1996: 16).

"El carácter de los problemas que enfrenta la universidad latinoamericana exige su transformación según un proyecto propio de estructuración que la habilite para el logro de dos objetivos fundamentales. Primero, el dominio del saber moderno y la aplicación del mismo al autoconocimiento de la sociedad nacional y al fomento de su desarrollo. Segundo, la capacitación para enfrentar la ampliación exponencial de sus matrículas y para diversificar ampliamente la gama de formaciones que ha ofrecido hasta ahora" (Ribeiro, 1971: 131, en Arocena, 1).

En su mirada a la universidad latinoamericana Darcy Ribeiro⁹ sostiene la necesidad de que esta diversifique sus servicios docentes, para poder atender adecuadamente las diferentes expectativas de los estudiantes. Su propuesta reivindica el cumplimiento de las tres misiones definitorias para la universidad latinoamericana de entonces, que se ratifican hoy: investigación¹⁰, enseñanza y extensión. Demanda de esta institución que se ocupe de la educación a todos los niveles, y no sólo de los

que acceden a la enseñanza superior tras cumplir con los requisitos tradicionales¹¹. Esto precisa la conjunción de una transformación estructural y de una forma democrática de gobierno, pero también de un protagonista colectivo. Las universidades, en especial las públicas, deben encarar temas transversales¹², relativos a la nueva cultura que promueve la sostenibilidad, como parte de un proyecto transformador, responsabilizado con la formación ética de los universitarios, en tanto sector potencialmente privilegiado en la emergente sociedad del conocimiento (Arocena, 22).

"Es bueno que el pensamiento de los jóvenes sea radical, como quería Ortega y Gasset, que ponga en cuestión todas las verdades establecidas y los valores consagrados y se empeñe en comprobar si aquellas verdades lo son de verdad, y si estos valores merecen serlo, y que vayan hasta las raíces de todas las doctrinas y corrientes intelectuales en pos de un conocimiento más genuino y más actual. Nada más triste y decadente que una universidad de profesores y estudiantes conformistas" (Vargas Llosa, 2001).

Esa concepción de la Universidad inconforme, centro verdaderamente creador o impulsor de una nueva conciencia, de otra cultura, de una propuesta de calidad de vida, de desarrollo equitativo y de justicia social, diferentes a las visiones desarrollistas y neoliberales que han predominado hasta la fecha, exige una reformulación de los marcos conceptuales que la guían. Uno de sus desafíos estratégicos es "superar los techos limitantes de las capacidades personales, institucionales y programáticas de los actores sociales (...)", involucrarse en la educación básica y técnica, para elevar su calidad y satisfacer la demanda de capital humano capacitado para emprender los proyectos

de desarrollo de nuestras naciones pobres. (Gorostiaga, 2000: 15)

Los cambios que se han venido produciendo en el ámbito político, en las empresas, en la educación y en general en la sociedad, refuerzan la importancia y necesidad del clima intelectual y científico de las instituciones de educación superior al servicio del desarrollo de sus respectivas naciones y regiones. En América Latina las universidades han sido víctimas de un vacío de políticas por parte del estado y los partidos, sumergidos en el corto plazo y frecuentemente obcecados por el poder. No existe un programa de calidad, con pertinencia y equidad al servicio de las mayorías, que integre en este empeño a las universidades públicas y privadas. Otro gran obstáculo lo constituye su endogamia, reforzada por intereses gremiales, cuya motivación fundamental es su sobrevivencia económica. La atomización y segmentación de los sistemas educativos dificulta el diseño de un proyecto educativo integral y sistémico, la copia de estilos de progreso de universidades del primer mundo, sobre todo de los EEUU, y el deterioro de la autonomía universitaria, ponen en juego la identidad y el rol de estos centros (ibidem: 18-20).

La UNESCO (1998) en las últimas convocatorias de sus conferencias mundiales de educación superior en el siglo XXI ha dejado explícito la intencionalidad del perfil del egresado deseado: “las instituciones de educación superior deben formar a los estudiantes para que se conviertan en ciudadanos bien informados y profundamente motivados, provistos de un sentido crítico y capaces de analizar los problemas, buscar soluciones para los que se planteen a la sociedad, aplicar estas y asumir responsabilidades sociales” (González, 2004: 147).

Como parte de la crítica al desarrollo de la Uni-

versidad Latinoamericana, algunos autores sintetizan en tres niveles la llamada crisis de los sistemas nacionales de educación superior en América Latina:

- **1er nivel:** “instituciones, fundamentalmente las públicas, masificadas, infradotadas, desfinanciadas, difícilmente gobernables y con una creciente disminución de su prestigio y liderazgo.

- **2do nivel:** que tiene su expresión más dramática en la crisis de autoridad intelectual de la propia Universidad.

- **3er nivel:** determinado por la crisis en el sistema social, que afecta las relaciones entre Universidad, Sociedad y Estado, en dimensiones tan sustantivas como la gobernabilidad, la legitimidad y la pertinencia” (Vela, 2000).

Se precisa la refundación de la Universidad de hoy, de modo que desde esos recintos se dispongan los profesionales del mañana, a verter su preparación y sus mayores esfuerzos en los lugares donde sean más útiles, condición necesariamente antielitista y para ello “la política de la universidad debe combinar el máximo de calidad académica con el máximo de compromiso social” (Buarque, en Mejía, 1996: 23).

Urge pensar las Universidades de cara al desarrollo, al futuro porque como afirma Juan Vela Valdés, (2000) Ministro de Educación Superior en Cuba, “la educación y en particular la educación superior en América Latina y el Caribe, constituye una importante inversión, que nuestras sociedades no sólo deben proteger sino desarrollar, si queremos sobrevivir en el mundo de hoy y sobre todo en el de mañana. La formación de nuevos valores constituye un reclamo del mundo actual. El desarrollo sostenible que supone la articulación entre economía, sociedad y ambiente, requiere de

una alta capacidad en el cumplimiento de las funciones esenciales de la Universidad.”

En ese sentido las comunidades universitarias tienen señales comunes, que viajan a través de sus propios medios y canales de comunicación hacia dentro y también para conectar al campus universitario con su entorno. Revistas, proyectos radiales, sueltos promocionales, multimedias, sitios web son algunas de las vías encontradas para proyectar una imagen institucional sólida y próspera. Estas instituciones han sido promotoras de proyectos comunicativos comunitarios, centrados en las necesidades y la vida de sus miembros. Como parte de estos sistemas de comunicación se destacan las propuestas de la televisión universitaria, que han rebasado el ámbito académico para compartirse en canales de alcance nacional, con funciones educativas y culturales.

En ocasión de la creación del Canal de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), el politólogo y escritor italiano Giovanni Sartori señaló en una entrevista concedida al diario la Jornada: “La universidad debe tener capacidad de difundir programas serios, competentes; presentar diversas opciones de pensamiento, alternativas sobre problemas y temas culturales. El mejor instrumento para esto es la televisión cultural. Es importante que este instrumento exista como instrumento universitario.”

Las conceptualizaciones sobre la Televisión Universitaria, coinciden en ubicarla dentro del nivel de la comunicación comunitaria. La filosofía y muchos de sus propósitos coinciden con las propuestas mediáticas para el ámbito local. Solo que en el caso que nos ocupa se trata de una producción propia de las casas de altos estudios, no de un movimiento o grupo social. Algunas de estas

experiencias han servido como ejercicio preprofesional para sus futuros egresados, al permitirles aprender a convivir con los medios de comunicación -comprender sus lógicas de producción y su pertinencia, por solo citar dos posibles aportes-, en una sociedad cada vez más mediada por el acceso y empleo de la información. Estos proyectos han apostado por el servicio público de la TV, aquel que integra en su parrilla “los valores colectivos, democráticos, que ponga en el segundo plano la subcultura del morbo y del insulto” (Mazón, 2006:21) y que al mismo tiempo, constituyan “una influencia cultural activadora de la autoidentidad y de la autoconfianza, que amplíe la creación cultural televisiva nacional en América Latina.” (Fuenzalida, 2006:128)

A pesar de que algunos medios han referido el trabajo de estas televisoras, queda mucho por contar.

■ EDUCACIÓN

Aulas, câmera e edição

As TVs universitárias brasileiras investem na associação entre educação e experimentação de novos linguagens

ANA LÍBIA GALVÃO

Uma nova geração de profissionais da mídia brasileira está se formando e ganhando espaço no País. As TVs Universitárias Brasileiras (TVUBs) são um exemplo disso. Criadas em 1979, elas têm como missão educar, informar e promover a cultura, a ciência e a cidadania. Hoje, as TVsUBs são produzidas em 15 universidades brasileiras e em 10 países da América Latina. Elas são produzidas por estudantes e professores, com o apoio de técnicos e profissionais da área. As TVsUBs são produzidas em 15 universidades brasileiras e em 10 países da América Latina. Elas são produzidas por estudantes e professores, com o apoio de técnicos e profissionais da área.



ESBOR SOLITO / Jussiele Soares, aluna da TVUC, em uma das salas de edição de Brasília

As TVsUBs são produzidas em 15 universidades brasileiras e em 10 países da América Latina. Elas são produzidas por estudantes e professores, com o apoio de técnicos e profissionais da área.

As TVsUBs são produzidas em 15 universidades brasileiras e em 10 países da América Latina. Elas são produzidas por estudantes e professores, com o apoio de técnicos e profissionais da área.

As TVsUBs são produzidas em 15 universidades brasileiras e em 10 países da América Latina. Elas são produzidas por estudantes e professores, com o apoio de técnicos e profissionais da área.

As TVsUBs são produzidas em 15 universidades brasileiras e em 10 países da América Latina. Elas são produzidas por estudantes e professores, com o apoio de técnicos e profissionais da área.

As TVsUBs são produzidas em 15 universidades brasileiras e em 10 países da América Latina. Elas são produzidas por estudantes e professores, com o apoio de técnicos e profissionais da área.

As TVsUBs são produzidas em 15 universidades brasileiras e em 10 países da América Latina. Elas são produzidas por estudantes e professores, com o apoio de técnicos e profissionais da área.

As TVsUBs são produzidas em 15 universidades brasileiras e em 10 países da América Latina. Elas são produzidas por estudantes e professores, com o apoio de técnicos e profissionais da área.

As TVsUBs são produzidas em 15 universidades brasileiras e em 10 países da América Latina. Elas são produzidas por estudantes e professores, com o apoio de técnicos e profissionais da área.

As TVsUBs são produzidas em 15 universidades brasileiras e em 10 países da América Latina. Elas são produzidas por estudantes e professores, com o apoio de técnicos e profissionais da área.

como Perú, Chile, Cuba, Colombia, Bolivia, Brasil, México, Venezuela, la Televisión Universitaria -considerada una vía para la extensión universitaria- forma parte de la historia nacional de ese medio, a pesar de que con el de cursar del tiempo, hayan tenido que enfrentar una fuerte competencia, sobre todo con la Televisión comercial.

Brasil acumula experiencias en la Televisión Universitaria



Para ubicar el punto de partida de la Televisión Universitaria, es preciso ir directo a los orígenes del medio, que en América Latina corresponden a los 50. Los pioneros resultaron en ese orden: México, Brasil y Cuba, que conocieron a la Televisión con anterioridad a muchos países del resto de los continentes. Durante las primeras décadas junto a la familiarización que exigía el nuevo artefacto, se definieron contenidos, funciones, roles, rutinas productivas... La estructura que existía en la radio se expandió sobre el nuevo medio, potenciando una industria privada. Como excepción a este modelo clasifican las Televisoras Universitarias, nacidas en esa época de experimentación y deslumbramiento, asociadas a

los fines formativos de las Universidades o como una vía de promoción de sus servicios.

Algunas de aquellas primeras propuestas no contaron con suficiente apoyo institucional que garantizara su financiamiento por lo que no prosiguieron. Modestas en sus instalaciones y equipamiento técnico y con una eminente vocación educativa, las estaciones de televisión universitaria marcaron una época de la comunicación en los países donde pudieron desarrollarse. Otras validaron la utilidad del soporte comunicacional y con el tiempo han consolidado el espacio mediático como parte de la estructura organizativa de estos centros, que con mayor naturalidad han incorporado entre sus servicios, los audiovisuales. Una de las críticas que han recibido las que han mantenido su propuesta al aire es por la falta de creatividad en la creación y presentación de los programas, lo que hace que estas televisoras no se constituyan en alternativas serias ante los canales comerciales, pues copian las mismas ideas con la desventaja de contar con menor presupuesto para su realización (Mosquera, 2005).

Muchas de las televisoras de universidades latinoamericanas en la actualidad, postulan como parte de su misión y objetivos: estimular la participación de la comunidad universitaria en el diseño y realización de sus programas; atender las necesidades informativas de sus usuarios, en un permanente intercambio con ellos y servir de puente con la sociedad, como parte de la extensión universitaria, así como por llevar a la pantalla, temas más universales, de interés para el desarrollo de la nación. Con ese fin intentan incorporar en sus parrillas, programas inteligentes, problematizadores y de calidad, dirigidos a sus televidentes (en algunos casos se prioriza al público interno: la comunidad universitaria; otras, a un público

general). A estos últimos no se les impone un discurso, ni una cultura. Si partimos del hecho que a la universidad, llegan personas con cierto nivel cultural, que luego amplían en el intercambio con otros, en la búsqueda constante de fuentes de información, en la reflexión y la confrontación entre teorías y prácticas, la Televisión Universitaria, no puede aspirar a menos.

Sin pretender homogenizarlas, -y a pesar de que en la bibliografía consultada no aparecen sistematizaciones de los proyectos de Televisión Universitaria en el continente -tras la revisión de varias de esas propuestas, en las páginas que siguen se buscan puntos de contacto, estilos distintivos, valoraciones que intenten descifrar hasta dónde el sueño de una televisora alternativa, ligada a las metas del desarrollo social, se ha hecho realidad en el seno de varias universidades de la región.

2.4.1. TV más al Sur, desde universidades chilenas.

La repercusión de la Televisión Universitaria Chilena es conocida no solo por lo que logró en el pasado, sino por la presencia que aún conserva entre los canales nacionales. En 1957 la irrupción televisiva de la Universidad Católica de Valparaíso marcó el estreno de esa señal en la nación chilena. Ya en agosto de 1959 comenzó a emitir de modo muy precario sus primeras señales desde la Pontificia Universidad Católica de Chile, situada en Santiago. En noviembre del 60 trasmite la Universidad de Chile. Esto no fue obra de la casualidad, pues ese país disponía de un sistema universitario público y privado de alto prestigio interno, avalado por su infraestructura cultural que disponía de teatros, orquestas, sinfónicas coros, cines, librerías y edito-

riales. Ese amplio movimiento cultural fue la principal motivación para impulsar canales televisivos. A esto se une el hecho de que a diferencia de otros países, como Brasil y México, no se estimuló este tipo de proyectos en empresas privadas, con interés en la Televisión comercial (Fuenzalida, 163).

Así comenzó a modo exploratorio, experimental y llegó a consolidarse en los sesenta “bajo el paraguas cultural y pluralista de las Universidades chilenas” (ibidem, 165).

Estudiosos del medio aseguran que este nacimiento o etapa inicial (hasta 1964), le permitió a la Televisión chilena independizarse del lucro comercial y de una extrema politización. Pero no escapó a la crítica sobre la carencia en esos canales de contenidos universitarios y a la preocupación porque brindarían una información televisiva de calidad, lo que se evidenció en la creación de departamentos de prensa con un alto nivel.

Para la segunda mitad de los sesenta, en medio de los procesos de reforma universitaria que se generaron desde las universidades católicas, la preocupación se desplaza hacia el aislamiento de estos centros, los problemas de subdesarrollo, la programación básicamente de entretenimiento, que no propiciaba el debate universitario, ni la reflexión sobre la sociedad. Como resultado, algunas universidades crearon nuevas estructuras: Vicerrectorías de Comunicación, Departamentos de Producción e incluso surge la escuela de Artes de la Comunicación, dirigida a la formación profesional para el mundo del cine, el teatro, la Televisión y la Comunicación Social. (ibidem, 168)

Durante el gobierno de la Unidad Popular (1970-1973) se reconoce la existencia de los tres canales universitarios y de una Televisión Nacional. Se organiza una red y un Consejo Nacional

que interconectaba a sus protagonistas. Pero el golpe militar congelaría el nuevo espíritu de integración. No obstante, durante la dictadura se mantuvieron los canales universitarios al aire y al finalizar esta hubo una revisión crítica a la historia de la Televisión chilena que abrió paso a su reforma. (ibidem, 177).

Todavía es posible en la actualidad, sintonizar el Canal 13 de la Pontificia Universidad Católica de Chile¹³, que es uno de los dos más importantes del país desde el punto de vista de audiencia y autofinanciamiento publicitario y el canal de la Universidad de Chile, fue rebautizado como Chilevisión, que ahora es un canal privado. Tras estos años, la nación sudamericana ha incorporado a su sistema educativo en la enseñanza superior, las nuevas tecnologías de la información y facilita el acceso al conocimiento con otras modalidades, que van más allá del convencional consumo televisivo.

Entre las propuestas consolidadas se destaca Teleduc, “Centro de Educación a Distancia que tiene como objetivo primario, crear estrategias que integren el quehacer académico de las distintas facultades de la propia Pontificia Universidad Católica de Chile, así como el acontecer comunicacional de su Corporación de Televisión. Identifican como su misión fundamental contribuir al diálogo universidad-sociedad mediante el desarrollo de proyectos de educación continua, satisfaciendo integralmente las necesidades educativas de las personas.” (Mazón, 2006: 48) Otro espacio que aprovecha las potencialidades del ciberespacio para la multimedialidad con fines educativos es UVirtual, que funciona como una red al servicio de la educación superior, las tecnologías educativas a distancia, especialmente la videoconferencia.

A pesar de contar con un marco legal favorable para impulsar experiencias televisivas en sus universidades, estas se han desarrollado más que como alternativas de comunicación, como propuestas comparables con las de cualquier otro servicio mediático chileno, lo que ha validado las posibilidades de los centros de la educación superior como promotores de proyectos comunicacionales dirigidos a un público amplio.

2.4.2. Una alternativa universitaria para la TV mexicana.

A partir del surgimiento de la televisión en México en la década del cincuentas, esta adoptó el modelo comercial de desarrollo de la televisión norteamericana, marcada por la concepción privada que ha perdurado hasta hoy. Ante el vacío de alternativas, las universidades hicieron nacer su propio proyecto como respuesta cultural a la población.

Un hecho significativo fue el Congreso Médico, celebrado a finales de agosto de 1950 en el Hospital Central Militar que tuvo como atractivo principal la demostración de un sistema de transmisión de televisión, que puso a prueba las posibilidades didácticas del nuevo medio. Después de este suceso se habilita en la Escuela Nacional de Medicina de la Universidad Autónoma de México (UNAM) un moderno equipo de televisión para impartir audiovisualmente contenidos de esa especialidad desde el Hospital Juárez. Esto estimuló la idea de contar con un canal propio de televisión universitario. En 1955 la Universidad produjo los primeros programas que salieron al aire, una práctica que con el tiempo ha dejado de ser una exclusividad de la UNAM.

A pesar de sus pocos recursos esta surgió como una apuesta inteligente para contribuir al crecimiento espiritual de esa sociedad. Pero aunque no han faltado los intentos por elaborar una programación audiovisual dirigida a cambiar conductas colectivas ante las cuestiones que afectan a la mayoría, para abrir “nuestros horizontes de conocimientos y sentimientos individuales hacia una nueva macrovisión cósmica que amplíe nuestros límites de lo posible y nos permita regresar al ciclo vital de la vida y de la naturaleza del cual velozmente nos hemos alejado tanto¹⁴⁹”, todavía es necesario analizar de qué manera las televisoras universitarias en México, pueden ser un factor de reflexión, de movilización y cambio hacia el desarrollo sostenible, hacia el progreso.

*TV UNAM
tiene como
base la cultura
y la historia
de ese centro
universitario.*



Se le exige a las televisoras universitarias que planifiquen orgánicamente la elaboración de su información audiovisual a partir del diagnóstico de las principales carencias que requiere resolver cada zona de desarrollo del país y no con la producción de distintos paquetes audiovisuales que contienen desde telenovelas hasta reality show, con el simple fin de entretener. La elaboración de políticas de programación, que estén atravesadas todo el tiempo por procesos educativos, que los distingan verdaderamente del resto de las opciones televisivas, pudiera ser un camino.

A pesar de las insatisfacciones, México tiene también sus aportes a este repaso por la historia de la televisión universitaria en el continente latinoamericano. Uno de los primeros proyectos con un sentido educativo y cultural, que llegó a los telespectadores mexicanos fue el Canal 11 de IPN, que salió al aire en 1958. Pero en la bibliografía consultada se da cuenta del uso de ese medio audiovisual desde antes de esa fecha, como apoyo a los procesos de enseñanza-aprendizaje y como medio de divulgación de las actividades académicas, de investigación y de difusión de la cultura de la comunidad universitaria. Una de las experiencias mejor documentadas a través de la red de redes es la TVUNAM, que se autodefine como “el medio de expresión de la diversidad y riqueza cultural, artística, científica y de pensamiento universitarios a través de la producción y transmisión televisivas para fomentar la vinculación entre los universitarios y la de la Universidad con la sociedad. Representa una alternativa televisiva de calidad con una amplia penetración pública, que divulga el pensamiento y la creación y que fomenta el desarrollo de los universitarios y de la sociedad.”

Desde el punto de vista organizativo “la televisión de la UNAM recibe un notable impulso en 1985 con la creación de la Dirección General de Televisión Universitaria. A partir de ese hecho, TV UNAM ha mantenido una presencia constante, con logros y dificultades, las que han obstaculizado y limitado su desarrollo”. Pero sus progresos han respondido más a las políticas y el interés de los Consejos Universitarios de turno que a una estrategia que busque consolidar las mejores experiencias, multiplicarlas en otras instituciones de su tipo, afianzar su presencia en los medios masivos, como una propuesta de extensión universitaria

para que sea al decir de Javier Esteinou (1995), “una mediadora cultural entre la universidad y el Estado, gestando un ágil y persistente proceso de transformación de los gustos televisivos de la población frente a los grandes problemas nacionales y regionales.”

Esa Dirección General de Televisión Universitaria se ha centrado en la producción de materiales didácticos y divulgativos, de apoyo a la docencia y de difusión de la cultura; así como en función de la capacitación y asesoría a las dependencias en el campo televisivo para el óptimo aprovechamiento de los recursos audiovisuales por la comunidad. Uno de sus proyectos más jóvenes es el canal WEB por Internet, que inició sus transmisiones en mayo de 2001, con una programación fija de lunes a viernes, ofreciendo otro espacio de comunicación con un alcance mayor. Pero esta no es la única universidad preocupada por este tipo de servicios. Es conocida la propuesta que por más de 30 años ha mantenido XHUS-TV Canal 8, que colabora en la formación, educación y entretenimiento de su público.

La Televisión Universitaria le sirve a la comunidad universitaria, al ofrecerle servicios a las diferentes áreas académicas y apoyando en la difusión de sus actividades. De sus servicios de edición y producción de la revista informativa Desde la Universidad, así como la grabación y proyección de programas relativos a las nuevas opciones educativas y actualización de planes de estudio, se valen las diferentes áreas de la Universidad.

Otras experiencias a destacar son la del centro de Televisión Universitaria, de la Universidad Autónoma de Guadalajara¹⁵, que integra en sus áreas, a través de ayudas y asesorías a los estudiantes de la carrera de Ciencias de la Comunicación, Diseño

Gráfico, entre otras y la TV UAT (de la Universidad Autónoma de Tamaulipas¹⁶), que surgió en 1987 y comprende diferentes áreas que cubren las labores sustantivas de la universidad, así como el sistema administrativo. Desde sus propuestas televisivas difunden en la comunidad el quehacer académico, científico, cultural, en fin lo más significativo del acontecer universitario.

Estos son solo algunos ejemplos de la multiplicidad de escenarios y modalidades que conforman las diversas experiencias de Televisión Universitaria en México. Algunas universidades poseen centros o departamentos audiovisuales que apoyan la formación con la gestión de medias o la producción de videos con fines docentes. Pero no se logra identificar una coherencia entre ellas, ni vínculos de trabajo.



Sede de los estudios de TV UNAM.

La aspiración de que las propuestas audiovisuales de las casas de altos estudios mexicanas contribuyan a conformar una visión de nación, de integración y movilice a los mexicanos hacia la construcción de un proyecto de desarrollo posible, cuenta entre las exigencias a este medio, que al impulsarse como proyecto universitario puede valerse de resortes menos comerciales y más al tanto de las demandas y vacíos culturales de sus audiencias. Entonces les queda el reto propuesto

por Javier Estinou Madrid, investigador del departamento de Educación y Comunicación de la Universidad Autónoma Metropolitana de México: “la televisión universitaria tiene que convertirse en un instrumento que active el desarrollo de la sociedad y que no lo retarde,” (...) que dé “pasos de avance infinitos, en la ampliación de nuestra conciencia a ritmos más acelerados¹⁷ (...)”

2.4.3. Un rayo de LUZ. Una propuesta televisiva en Venezuela.

Al llamado del buscador de Google: “Televisión Universitaria + América Latina”, aparece el Centro de Televisión Educativa de la Universidad de Zulia¹⁸, en Venezuela. TV LUZ como también es conocida, anuncia una programación propia de contenidos educativos, culturales, científicos e informativos en un canal. Su visión de futuro les hace soñar con ofrecer su señal abierta a toda la región donde radica la universidad.

La fundación de este Centro, en 1974 tuvo como preámbulo un anteproyecto elaborado y defendido por uno de sus académicos, que tras conocer otras experiencias de uso de las tecnologías educativas en la educación superior, exploró las potencialidades de su institución para desarrollar estas alternativas. La propuesta del profesor resolvía varios problemas identificados desde los sesenta por las autoridades universitarias: explosión de la demanda educativa, insuficientes espacios físicos para atender a los estudiantes, déficit del personal docente, poco presupuesto, etc.

TV LUZ centra sus esfuerzos en las misiones fundamentales que le dieron vida: “apoyar en el campo de la comunicación audiovisual las funciones de docencia – investigación, extensión y servi-

cios de la Universidad de Zulia, mediante la planificación, diseño, producción, copiado, distribución y difusión de videos instructivos, informativos, culturales, promocionales, que contribuyan a mejorar el proceso de enseñanza-aprendizaje y la calidad de vida de la población”. Otra de sus actividades es dar a conocer el quehacer universitario y los valores culturales que distinguen a su comunidad universitaria, a la región zuliana y al país. Consideran necesario la actualización profesional de sus docentes y egresados, a partir del uso de las nuevas tecnologías y la capacitación sistemática a profesores, investigadores y otros especialistas en el diseño, producción y utilización de audiovisuales.

Los aportes de las investigaciones realizadas por sus profesionales y el intercambio con instituciones con objetos sociales similares, dentro y fuera de ese país, han tributado a la evolución de este centro de Televisión Educativa. Desde 1993 integran la Asociación de Televisión Educativa Iberoamericana (ATEI). Por acuerdo del Consejo Universitario de la Universidad de Zulia TV LUZ es “una empresa rental, sin descuidar su apoyo a la docencia.”

Sus misiones son compartidas por varios departamentos. El de documentación e Información, que custodia, organiza y divulga la producción del Centro, además de contar con una valiosa colección de recursos bibliográficos y audiovisuales sobre el medio televisivo. El de Producción, se encarga de las fases productivas propias de la realización de una material audiovisual, en este caso, pensados para la comunidad intra y extrauniversitaria. El Departamento de Planificación y Diseño de Programas brinda apoyo logístico relativo a la televisión para la docencia, la investigación y la extensión universitaria. Un Departamento

de Prensa sigue informativamente los eventos y proyectos de la Universidad y su entorno, con el compromiso de favorecer el desarrollo de los ciudadanos de la región y del país. Sustentan lo anterior desde lo técnico y administrativo, otros dos Departamentos que responden por la gestión de los recursos necesarios.

TVLUZ por dentro.



La generación de una programación propia para transmitirla por un canal, representa la consolidación de este proyecto que se dedica sobre todo, a insertar en otros canales, los programas de su factura. Entre ellos “LUZ y su gente,” un espacio para honrar la trayectoria de los hombres y mujeres de la comunidad universitaria más destacados en sus servicios a esta y a la región. “Mesa de diálogo,” abierto al intercambio directo entre las autoridades universitarias y los protagonistas del quehacer universitario y social en general, por el marcado interés por fortalecer las relaciones universidad-sociedad. “Imagen de LUZ,” es una revista televisiva que promociona el acontecer universitario, los proyectos y perspectivas de sus miembros. “Ciudad de

LUZ,” es otra de las entregas de esta Televisora, que con un carácter cultural, se dispone a llevar a sus televidentes las propuestas más interesantes para disfrutar.

Si bien el pretexto fundamental para su fundación fue docente, en la actualidad se han ampliado sus razones de ser, desde dotar a la Universidad de un sistema integral de intercomunicación interna, hasta estimular las actividades artísticas y culturales que se desarrollan en ella. La programación se ha hecho eco de las opciones de vida y entretenimiento culto de su comunidad universitaria y del entorno. Así mismo han incentivado la investigación, el intercambio de recursos didácticos y la evaluación de sus servicios para mejorar su nivel cualitativo.

No explicitan cómo son las relaciones del colectivo de TV LUZ con su público, que es mencionado como receptor de sus productos intra y extramuros, aunque evidentemente, desde su concepción, requieren nutrirse de sus usuarios –profesores, estudiantes y pobladores de Zulia para



Desde aquí se dirigen los espacios de TV LUZ.

realizar sus programas habituales, que versan en su mayoría, sobre la universidad y sus servicios. Se identifican como difusores de costumbres, valores, informaciones, que estimulen la reflexión crítica y

los cambios que la sociedad requiere, por lo que se puede inferir que predomina la concepción transmisiva de la comunicación.

Para el futuro se han planteado convertirse en líderes en el asesoramiento en cuanto al uso y aplicación de los recursos audiovisuales y telemáticos entre docentes e investigadores, mediante la formación de recursos humanos, orientados hacia el desarrollo local y la transformación del país. También aspiran a apoyar a la Universidad en el fortalecimiento y consolidación de sus funciones y dotarla de un registro audiovisual que atesore su acervo histórico, a tiempo que divulga su quehacer y genera ingresos económicos a partir de las prestaciones y servicios al sector interno y externo a la Universidad.



Parte del colectivo que hace posible TVLUZ.

La experiencia acumulada durante más de treinta años de labor por TV LUZ la hacen un referente importante en este repaso televisivo por las universidades del continente latinoamericano. Sería interesante seguir el impacto de su nuevo canal, con una programación generada desde la primera hora al aire hasta el cierre, por los profesionales de este centro universitario, aunque como siempre, no habrá mejor juez que su público. También en tierras venezolanas se impulsa otra televisora de este tipo, desde la Universidad Central, ubicada en Caracas,

un proyecto que ha pasado por varias etapas y que promete enrumbarse definitivamente esta vez.

2.4.4 La señal televisiva de universidades colombianas.

En la pesquisa de experiencias televisivas universitarias, toca el turno a Colombia, que brinda uno de los paisajes más diversos de la región en el empleo del medio audiovisual en la enseñanza superior. Los antecedentes datan de la década del 70, cuando tomaron auge las tecnologías educativas. Pero el impulso mayor de estas Televisoras ha sido durante los últimos años. Al igual que sus homólogas del continente, las Televisiones y las Universidades Colombianas, han acumulado una valiosa experiencia y unas muy significativas y diversas iniciativas sociales, académicas y técnicas, que refieren a un proceso Televisivo Universitario en esa nación. En la actualidad se reporta el funcionamiento de cinco canales universitarios, con presencia apenas en cinco departamentos del país, casi todos adscritos a muy específicos centros de Educación Superior del país, salvo, la experiencia interinstitucional del Canal universitario de Antioquia. Del mismo modo, el reciente estudio nacional sobre medios universitarios en Colombia, hizo evidente la ausencia de mediciones de audiencia en este campo¹⁹. (Noriega, 2005).

Desde sus comienzos a la fecha se identifican como los principales agentes sociales e instancias institucionales que concurren en la televisión universitaria colombiana: los canales universitarios autorizados por el Estado como canales locales sin ánimo de lucro; los Centros de Producción Audiovisual Universitarios; los canales institucionales internos de circuito cerrado; las facultades y es-

cuelas de Comunicación, Periodismo, Cine, Televisión y Educación, que hacen del medio televisivo un eje articulador de sus actividades de docencia, investigación y extensión; los grupos y centros de investigación universitarios que hacen de la comunicación en general y la televisión en particular, un permanente objeto de investigación y diálogo académico; y los observatorios universitarios de medios y las ligas u asociaciones universitarias de usuarios de medios de información.” (ibidem)

Uno de sus centros más activos en este ámbito es la Universidad de Antioquia²⁰, que inició su producción audiovisual en 1982 como un laboratorio de prácticas de la Facultad de Ingenierías. Entonces llegó a ser la única universidad de Medellín con equipos técnicos y personal suficiente para la realización de videos y programas de televisión, por lo que se considera impulsora del primer canal regional de televisión en Colombia, Teleantioquia (1985). Esta nueva señal representó la descentralización del medio, que permitió difundir, a partir de ese momento, la propia imagen y voz de los pobladores de allí. Para la universidad también significó una nueva oportunidad para superar el esquema institucional y tratar temas de interés general. Asumió quincenalmente una Telerrevista, que se transmitió hasta 1992, el programa de debates Forum y la serie documental A Ciencia Cierta, por solo citar algunos programas.

El año 1999 fue especial para la producción televisiva universitaria. Dentro del sistema de comunicaciones de la Universidad de Antioquia, el Centro de Televisión se rebautizó como Departamento, con el compromiso de prestar a la comunidad universitaria y al público en general, toda clase de servicios audiovisuales. Además comenzaron las emisiones del Canal Universitario de Antioquia,

gestado por cinco universidades de la región. La misión del Departamento quedó reformulada en el 2004, cuando se diseñó el modelo lógico (con áreas de operación y estrategias de gestión) y un Plan de Acción acorde con el Plan de Desarrollo Institucional. En su política comunicativa reconocen que “la televisión puede jugar un papel importante en la formación de ciudadanos, por lo tanto, debe proponer maneras de aplicar el conocimiento que se construye en la Universidad y es un escenario permanente de construcción de cultura y una herramienta útil para proyectar la Institución al conjunto de la sociedad”. Estas posibilidades las explotan elaborando “mensajes, sentidos, imaginarios y relaciones que contribuyan a fortalecer percepciones y socialidades para que nuestros públicos asocien el saber social y académico con el desarrollo, la equidad, la democracia y la dignificación de la vida.”



La TV Universitaria se identifica como un espacio para jóvenes.

Su colectivo se ha concentrado en la realización de una programación educativa y cultural destinada a la televisión pública, local, regional e incluso, nacional. Dentro de ella se encuentran cuatro se-

ries para apoyar a la docencia de Español y Lengua Materna, “Estar juntos” sobre formación ciudadana y constitucional, una de Química y otra sobre Orientación Vocacional. “Llave Maestra” clasifica entre los productos destinados a mejorar la calidad en el campo educativo, como complemento al currículo de algunas facultades y programas. También hacen videos institucionales, diseñan series y programas televisivos para el Canal Universitario de Antioquia, en el que pertenecen al Comité de Programación. Así mismo coordinan la Red interna de televisión de la Universidad y realizan investigaciones sobre el impacto de ese medio en la sociedad. Disponen de la infraestructura que se requiere para la producción de alta calidad, por lo que esta es una de sus mayores preocupaciones: ofrecer un producto con estándares óptimos.

Verónica Heredia, comunicadora social que labora en esta Televisora, compartió algunas de sus impresiones y vivencias para este estudio “(...) hemos constatado que la televisión didáctica por sí sola no es efectiva. Los contenidos deben estar al servicio del currículo de ese modo y casi siempre resultan programas pesados, aburridos, densos (...) La televisión cumple una función más de entretenimiento, de contar historias y ejemplificar situaciones cotidianas para los televidentes, estimulando más la asociación que procesos de razonamiento.” Así fundamenta Verónica el empleo de la Televisión en las universidades como apoyo a la docencia que imparten los profesores, aunque cuenta que “es muy difícil que estos últimos entiendan la naturaleza del medio de comunicación, quieren que todo su saber y conocimiento quede en un video” (Heredia, 2006: cuestionario)

Otros espacios abren sus puertas a los miembros de la comunidad universitaria, para que los

protagonicen con sus historias de vida, opiniones e informaciones. Esos son los casos de “La última vocal”, un noticiero semanal en el que intervienen profesores, empleados y estudiantes para dar a conocer a la sociedad la labor que desarrollan en cada una de sus áreas; “Tardes de concierto” donde cada semana los estudiantes de la Facultad de Música presentan en exclusiva, un recital, que se transmite en directo por el Canal U. “Universidad Pública” presenta a los directivos y decisores de las diferentes dependencias de la Universidad de Antioquia, para contarle a toda la comunidad académica y a la ciudadanía en general, los avances y resultados de su gestión en el sector público. “La Fuerza de los Argumentos” propicia un interesante debate, con la participación de expertos, sobre los temas más importantes de la actualidad colombiana. “1394” es un magazine educativo sobre video arte, que busca intervenir de manera creativa, educativa y experimental, en la cultura audiovisual de la ciudad. “Lectura en Vos” se dedica a la literatura a través de los personajes, los lugares, las historias que hay en los libros locales, pone en escena algunos de sus fragmentos, se entrevista con sus autores y lee en voz alta. De esta misma temática es “Autor Material,” que lo conduce un profesor de Literatura quien entrevista a un escritor para recoger sus testimonios, sus pensamientos, sus enseñanzas literarias y luego difundirlas al público. “Riesgo y Límite” va dirigido a los jóvenes, por eso aborda cuestiones de trascendencia para ellos como el sexo, las normas, la libertad, la diversidad, entre otros. Esta serie es realizada con la experiencia y el conocimiento de 10 entidades antioqueñas que trabajan con y por ese sector.

No han renunciado a vías más convencionales de “participación” en los medios de comunicación

masiva, a través de los concursos y la selección de historias y videos que mandan los estudiantes fundamentalmente, que al ser premiados se suman a esta propuesta televisiva. Privilegian las temáticas de interés público y ciudadano. “Antioquia se toma la palabra” es un buen ejemplo, pues trae a la pantalla, semanalmente y en la voz de los ciudadanos, informaciones enviadas al programa sobre quejas y sugerencias. En este microprograma (dura solo 5 minutos) se hace pedagogía sobre el asunto tratado y se da seguimiento a temas anteriores. Además insertados como realizadores se mantienen los estudiantes de práctica de las especialidades de Comunicación Social y Periodismo, que se vinculan junto a los profesionales del medio.

Entre sus intereses está fortalecer la capacidad instalada de los medios comunitarios de las subregiones de Antioquia para generar mensajes y productos comunicativos con recursos, estéticas y narrativas propias, sobre todo para el trabajo en red, alrededor de la equidad y la vida. Aquí se incluirán coproducciones de campañas de interés público y el proyecto Comunicación, Vida y Territorio.

Coexiste con esta alternativa joven de comunicación universitaria, Unimedios²¹, de la Universidad Nacional de Colombia, donde se fusionan tres medios: radio, televisión y un periódico. Este proyecto persigue, entre sus objetivos ofrecer espacios de discusión que contribuyan a fundamentar la vida en la convivencia pacífica, contribuir a la comprensión de las circunstancias y los acontecimientos y estimular la participación ciudadana en el debate público, a partir de contenidos que respondan a las necesidades sociales y den preeminencia al sentido educativo de los medios de comunicación.

Durante el curso 2002-03 Unimedios fue sometido a un proceso de planeación estratégica para

determinar sus lineamientos de trabajo. El estudio incluyó encuentros con grupos diversos y entrevistas a distintos actores universitarios para conocer sus visiones sobre las ofertas de estos medios y el “deber ser” que sueñan. En el artículo “Unimedios: una experiencia de comunicación universitaria en la Universidad Nacional de Colombia,” publicado por el sitio web La iniciativa en comunicación²² su autora Mabel López comenta sobre la metodología de evaluación usada desde este proyecto, pero se limita a explicar las técnicas empleadas para la radio (a partir de encuestas telefónicas, sondeos de programas) y el periódico, que circula junto al mayor diario del país El Tiempo, con trabajos de carácter académico. La televisión, que definen como “una alternativa de calidad con una amplia penetración pública, que divulga el pensamiento y la creación y que fomenta el desarrollo de los universitarios y de la sociedad,” no aparece referida en la síntesis del proceso de evaluación de Unimedios.

Detrás de Cámaras



Unimedios tiene diversos espacios.

Integralmente Carlos Lemoine, exdirector del Centro Nacional de Consultoría, valora esta experiencia a partir de sus posibilidades para ayudar al país en muchos campos, especialmente “el autoconocimiento, el de la motivación, el de la empatía y el de la movilización de la inteligencia (...)

es indispensable que la Universidad, a través de sus medios de comunicación, traiga más inteligencia a los actos del país.”

En el ámbito televisivo colombiano estas no son las únicas universidades que han insertado sus propuestas comunicativas. Se encuentran el canal universitario de la Universidad del Valle, en Cali y el de Medellín, donde se han unido cinco universidades radicadas en esa ciudad: la Universidad de Antioquia -que fue la promotora-, la Universidad Nacional, la Universidad Cooperativa, la Universidad de Medellín -que se dedica a las teleclases con el fin de expandir la docencia universitaria (Fuenzalida, 2006: cuestionario)- y el Sena. En este caso peculiar, cada productora universitaria provee de programación al canal²³, por lo que confluye en su parrilla las mejores realizaciones de estos centros.



La TV Universitaria por dentro

A partir de la relación con profesionales colombianos de la Televisión Universitaria, cuyos testimonios resultaron fundamentales para conocer la realidad y perspectivas de este medio allí y la consulta a los sitios web de sus respectivas universidades, se hace notable el interés por desarrollar líneas de investigación científica que estudien los procesos comunicativos y las lógicas de funcionamiento de estas experiencias en aquella nación. Vale destacar la inclinación por entregarle al servicio público una programación de calidad y convertir sus medios en un puente de enlace universi-

dad- sociedad, una característica que se reitera de uno a otro contexto.

Son meritorias las acciones por integrarse, ya sea en una programación única, como sucede en el Canal U de Medellín o desde estructuras institucionalizadas como la Red de Televisión Universitaria Nacional, que en la actualidad sistematiza la producción audiovisual de todas las universidades de Colombia, para dotarlas de una base de datos común, que permita acceder a esa información organizada. Indiscutiblemente esa nación cuenta con una rica tradición audiovisual asentada en sus universidades, que en la práctica se ajustan a modelos disímiles, aunque en sentido general conservan su vocación cultural.

2.4.5 TV para la Paz. Una experiencia universitaria en Bolivia.

En Bolivia, al igual que en Chile, la Televisión Universitaria, no ha sido una opción entre tantas, porque casi desde la llegada de este medio, el marco legal que posibilitó su expansión y desarrollo, contempló la propiedad de canales como privilegio del Estado y de las Universidades. El panorama cambió a finales de los ochenta con la política de la globalización neoliberal que enfrentó al estado y al mercado, en detrimento del primero. Los noventa consolidaron los intereses privados en la industria televisiva, con la concentración de medios y la presencia de nuevos actores en el universo televisivo boliviano. Y es que la evolución de las TV Universitarias ha acompañado a las historias y coyunturas nacionales. Uno de los casos ilustrativos lo es el Canal 13 de la Universidad Mayor de San Andrés²⁴, fundado en 1980 y que surgiera con la meta de ser proyecto para la paz. Tal vez por ese mismo

principio, no logró rebasar ilesa los embates de la dictadura de García Mesa, que provocó el silenciamiento de la televisora en el 85. Ese mismo año se efectuó la I Reunión Nacional de canales universitarios de Bolivia, aunque después se pudo hacer poco en función del ideal de un medio alternativo, comprometido con la libertad del pueblo, con su comunidad universitaria y los sectores populares.

La prohibición de salir al aire se extendió hasta 1989, pero la tregua fue fecunda. En julio del 86 se aprueba en Sucre durante la XVI Conferencia Nacional de Universidades, la labor alternativa que deben cumplir los canales universitarios frente a otros medios comerciales, es decir orientada hacia las transformaciones nacionales. Los rectores convocados en esa ocasión, se interesaron por el empleo adecuado de los medios de comunicación de las Universidades. Se determinó entonces que el tema comunicacional fuese transversal tanto al dirigirse a la población en general como a un público más específico, dentro de la comunidad universitaria. En las conclusiones sobre la Política Comunicacional Universitaria, relacionada con los canales televisivos fundamentalmente, establecieron lo siguiente:

- Orientar hacia las transformaciones sociales, señalando la dependencia y la explotación interna y la necesidad de combatirlas.
- Mostrar una imagen del país, realizando sus propios valores, elevando la conciencia, la independencia y la soberanía nacional.
- Servir de medios de comunicación efectivo entre la universidad y la sociedad.
- Promover un proceso de apropiación del conocimiento científico en los sectores populares.

A la Televisión Universitaria se le sugieren como mensajes la defensa de los recursos naturales, la

cultura del pueblo, la libertad política y cultural, mediante procesos de comunicación al servicio de la enseñanza, la investigación y la extensión universitaria para alcanzar una universidad científica, popular, democrática y antiimperialista. Así llegaron a un consenso sobre la responsabilidad social de los medios de comunicación universitarios, las principales autoridades de las casa de altos estudios. Se destaca el apego al pueblo y a sus mejores valores, el interés por situar a la universidad al servicio de la nación y no de una élite privilegiada. Esto también repercutió en las funciones definidas para la TV Universitaria: “Debe realizar una información analítica y comprometida con los intereses del movimiento obrero y popular, procurando llevar al telespectador no solo la noticia conceptualizada, sino también su contexto,” que facilite la entera comprensión del problema y que dé cobertura a temas relacionados con los sectores marginados tradicionalmente de las agendas mediáticas. El Canal 13 suma otra misión: contribuir a la formación de una conciencia sobre la dominación y la dependencia, reflejando las diversas formas de vida, costumbres, idiomas, lenguajes y hábitos e impulsar la participación en el proceso de transformación del hombre boliviano.

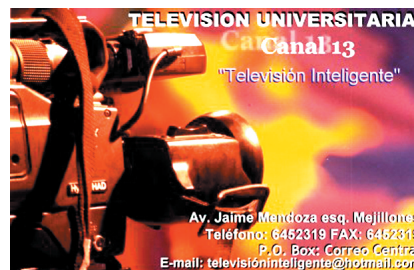
En su estrategia para captar televidentes, la Televisora de la Universidad Mayor de San Andrés también se preocupa por los conceptos, estructuración y calidad de sus mensajes porque como bien aseguran de nada valdría una programación educativa, “limpia de cualquier contaminación alienante,” si resulta poco atractiva para sus receptores. A partir de 1991, con el propósito de hacerse competitiva frente a los medios comerciales, han incorporado contenidos de toda índole, con lo que algunos consideran que el Canal 13 ha perdi-

do su identidad. En sus programas incluyen a la opinión pública sobre temas de su cotidianidad de tipo económicos, políticos, sociales, culturales y por supuesto, académicos, destinados sobre todo a los estudiantes universitarios, que forman parte de su público primario, aunque también les interesa “reencantar” a la población de La Paz y el Alto (como públicos secundarios) y a las organizaciones populares, en lo que devendría alianza estratégica para “devolver el sentido de lo local y encontrar entre los televidentes al sujeto expresivo, que sea más que un consumidor, que se transforme en interpelador y decidor de su destino.” Solo de ese modo podrían alcanzar la identidad que aspiran: un canal participativo, transparente y ético, punto de encuentro informativo y formativo, “donde la sociedad se reconozca.”

Sus producciones de poco presupuesto, reflejan el activismo que va tras el sentir de la calle y explora las capacidades infinitas de la imaginación (cultura de la innovación, espíritu emprendedor) para lograr narraciones propias, que cuenten “las iniciativas comunitarias, las actitudes y experiencias individuales y colectivas, comprometidas con el bien común.” Uno de los principios que postulan es tomar partido, desde su posición ética, frente a los grandes problemas de estos tiempos y respetar sus compromisos: con Bolivia, con su cultura, única en el mundo; con la sociedad, para ayudar a la gente a vivir mejor, al ser un medio socializador de informaciones y del conocimiento integral; con la educación, para estimular la reflexión; con la integración entre la universidad y su pueblo, que la abre a la sociedad, como expresión de la comunidad; con la Universidad Mayor de San Andrés, para coproducir con sus actores fundamentales –docentes, estudiantes, líderes populares- en función de la transforma-

ción a favor de los bolivianos y las bolivianas.

Esta Televisora Universitaria tiene un discurso muy apegado a la idea de desarrollo social. La propuesta de contextualizar sus mensajes a la realidad del pueblo boliviano, de gestar sujetos pensantes, protagonistas de su historia y de activar las potencialidades del medio televisivo como ejercicio de encuentro, hablan a favor de sus valores. En su estructura organizativa han incorporado a estudiantes, representantes del Centro Estudiantil y a jefes de carreras de especialidades afines a los medios de comunicación (electrónica, ciencias de la educación y comunicación), con lo que logran no solo tomar en cuenta las visiones y sugerencias de los más jóvenes, sino también conformar un ámbito multidisciplinar, en el que el aporte de cada uno es significativo.



La TV Universitaria también es para pensarse.

En la familia del Canal 13 hay diversidad de géneros. “Antena 13” explora la actualidad informativa. “Réplica” se ha especializado en temas coyunturales, que son analizados críticamente con la participación de la opinión pública. “Mundo empresarial” promociona a las micros y medianas empresas, más cercanas a la Universidad. “Lo que el pueblo quiere saber” es otro espacio para el debate a partir del diálogo con invitados. “En familia” va dirigido fundamentalmente al sector femenino como una opción de entretenimiento e información. “Panorama Universitario” involucra a los estudiantes de la Universidad Mayor de San

Andrés en el relato mediático sobre el acontecer de la casa de altos estudios. “Acercando el mundo a Bolivia” valoriza las relaciones de otros países amigos con Bolivia. “Aula 13” tiene frecuencia de lunes a viernes y llega con contenidos didácticos para el aprendizaje ante la pantalla. “Reporte Ciencia” divulga la actividad científica de alcance universitario, nacional y mundial. Estos programas se suman a otros de corte social, de entretenimiento, o relativos a la vida universitaria, al mundo cultural y deportivo. Los integrantes de la Televisora de la Universidad Mayor de San Andrés se han interesado por vincularse a proyectos de intercambio con otras instituciones. Actualmente son miembros de la Red de Televisión Educativa de Bolivia (RUBI) y de la Asociación Iberoamericana de Televisión Educativa (ATEI)

Sus resultados refieren una concepción más comprometida de la comunicación institucional y de un medio como la Televisión en un entorno universitario, considerado como un escenario de confrontación, que ayude a pensar la sociedad en la que queremos vivir y a buscar entre todos y todas, las vías para lograrlo. Con el nuevo gobierno boliviano, presidido por Evo Morales, el contexto socio-político de la nación andina parece muy propicio para impulsar la propuesta transformadora del Canal 13 y acompañar a los sectores populares, a la conquista de su verdadera independencia, en una etapa de renacimiento.

2.4.6 La onda televisiva de las universidades cubanas.

Cuba fue pionera en el desarrollo de la Televisión en el continente, tal vez por eso no es de extrañar que la primera utilización de la televisión

en funciones docentes que se realizó en América Latina tuviera lugar en esta Isla, en el mes de diciembre de 1950 y justamente por iniciativa de la Universidad de La Habana. La transmisión correspondió a una serie de emisiones científicas dirigidas a los alumnos y profesores de medicina para que pudieran apreciar intervenciones quirúrgicas. Los equipos, traídos desde los Estados Unidos, se instalaron en el Hospital Universitario Calixto García, a modo experimental y luego fueron trasladados a otros países del área. (Barreto, 2006: 40)

Tras el triunfo de la Revolución (1959), el sistema educacional cubano resurge. La Campaña de Alfabetización devolvió nuevos educandos y educadores y los más disímiles espacios, a lo largo y ancho del país, se transformaron en lugares de aprendizaje. La televisión, que en sus inicios tuvo un marcado carácter comercial, también fue refundada, para convertirse en un valioso medio de enseñanza y de promoción de los mejores valores de la nueva cultura a la que aspiró desde el primer día el proyecto socialista cubano.

La Universidad vivió un proceso de reforma (1962), que le hizo justicia a los postulados en la década del veinte por la juventud universitaria, que lideraba Julio Antonio Mella, que incluía una mayor vinculación de ese centro, con el pueblo cubano. El pedagogo Enrique José Varona, a principio del siglo pasado, también había propuesto una serie de cambios para la universidad, desde una enseñanza práctica y experimental, un número mayor de estudiantes y profesores hasta la formación cultural e intelectual de los cubanos (...) (Barreto, 2001: 6).

Con los nuevos aires la colina universitaria se abrió a personas de todas las regiones del país y les permitió el acceso a un sistema de residencias estudiantiles, que garantizaba su permanencia en la

capital, sin costos adicionales. Un universitario de nuevo tipo se formaba en las aulas universitarias, -que se multiplicaron en otras regiones del país- ante las demandas sociales a esta institución. Se priorizó la extensión de la enseñanza superior a otros territorios y se gestaron cursos para trabajadores y otras modalidades para facilitar la continuidad de estudios y la superación del pueblo. Tras esa reestructuración educacional, dos de los centros de la educación superior cubana atesoran las primeras experiencias de Televisión Universitaria: la Universidad de La Habana (UH), que la retomó en los setenta y el Instituto Superior Pedagógico Enrique José Varona, que comienza en la misma época.

2.4.6.1 La señal del Alma Mater.

En la colina universitaria (UH) se conformó un equipo pequeño con profesionales del actual Instituto Superior Politécnico José Antonio Echeverría (CUJAE) y de la Universidad de La Habana para organizar la nueva propuesta que se articularía en un Departamento de Televisión Universitaria, adscrito a la Dirección de Extensión Universitaria. El transmisor²⁵ para circuito cerrado radicaba en la Casa Blanca, la casa estudiantil de la CUJAE, desde donde se realizaron las primeras producciones consistentes en teleclases de Análisis Matemático I, Física, entre otras. Luego fue trasladado al edificio de la Facultad de Economía de la UH en 21 y L. Tras esa primera fase organizativa, ya en noviembre del 71 se habló de conformar una Dirección de TV directamente atendida por el Vicerrector Primero. Se compraron algunos equipos que facilitaban el trabajo técnico y se vincularon a la nueva estructura profesores del Departamento de Filosofía de la universidad, que con anterioridad habían realizado

estudios sobre la programación de la Televisión Nacional e incluso, colaboraban con la realización de algunos de sus espacios culturales. La Televisión Universitaria respondería a una idea de producción interna, pero no desestimaron la posibilidad de incorporar algunos de esos programas a las parrillas del Instituto Cubano de Radio y Televisión (ICRT), aunque “desde el punto de vista técnico eso era casi imposible, porque no eran compatibles la tecnología que disponíamos en nuestro pequeño estudio y la instalada en el ICRT,” según recuerda Martha Pérez Rolo, la primera directora de la Televisión Universitaria (Pérez, 2006: cuestionario).

“Entonces se tomó el acuerdo de construir un estudio con tecnología que permitiera no solo comunicar a toda la universidad, sino también tener un mayor alcance por lo menos que abarcara la ciudad. Luego se aprobó otra decisión, pedirle espacios a la TV nacional para con el personal que teníamos hacer una secuencia de programas que se televisarían y eso se logró y tuvo una repercusión hacia fuera, porque eran programas algo diferentes, a los habituales”, comenta Martha.

El colectivo de realización de la Televisión Universitaria estaba integrado mayoritariamente por jóvenes, que habían sido capacitados en el ICRT con el propósito de que pudieran garantizar la producción completa de ese espacio y por otra parte la calidad de los programas, su función educativa corría a cargo de un grupo de universitarios, de diferentes especialidades, que trabajaban a tiempo completo o como sus colaboradores.

“Un elemento importante que nos permitió a un grupo pequeño de trabajadores, procedentes de la Universidad, producir un programa diario, fue la contribución de alumnos de carreras como Letras, Periodismo e Historia, que se insertaban a nuestra

rutina, sin recibir retribución económica alguna y hacían aportes desde sus disciplinas con mucho entusiasmo. Llegó un momento que tuvimos unos veinte o veinticinco insertados, más o menos la misma cantidad de personas emplantillados, entre equipo técnico y directores,” recuerda Martha de sus vivencias en los dos primeros años de Televisión Universitaria. Se logró una programación con dos vertientes: una que transmitía programas de corte puramente docentes hacia dentro de la Universidad y otra diseñada para sacar al aire un programa diario, que se transmitía de 6 a 7 de la tarde por el canal 2 de la TV nacional. Este espacio se filmaba en el estudio de la Televisión Nacional sito en Mazón y San Miguel. Algunos de sus programas fueron: ¿Qué, por qué y para qué?, de orientación profesional; un Noticiero Universitario, que se realizaba de conjunto con la FEU y la UJC; Saber el mundo, sobre ciencia y cultura, entre otros como los destinados a la promoción de los artistas aficionados a la música.

Internamente la programación era a partir de demandas que llegaban a la Dirección de TV Universitaria desde las diferentes áreas de la Universidad. Se valoraba la programación de todo el mes en el Consejo Universitario y disponían de un Consejo Asesor con profesores de diferentes especialidades que ayudaban en el diseño de los materiales audiovisuales. Uno de los programas hacia afuera se refería a la vida universitaria, era un espacio de actualidad con un corte cultural. La Televisión Universitaria contribuyó a promover el movimiento de la nueva trova y asistió al nacimiento de la agrupación Moncada, entonces un proyecto estudiantil.

Con el surgimiento del Ministerio de Educación Superior (MES), en 1976, recibe el nombre de Departamento de Medios Audiovisuales y

pierde el ritmo que había mantenido como canal universitario con una propuesta cultural y educativa complementaria a la de la Televisión Cubana. “Se continúa haciendo televisión, pero más bien era producción de materiales audiovisuales con una intencionalidad de intemporalidad, de apoyo, fundamentalmente a la docencia” (Mazón, 2006: 64). También produjeron materiales documentales, en los que utilizaban desde entrevistas y reportajes hasta testimonios. Pero a pesar de la calidad de estos productos y la relevancia de los temas que abordaban, en su mayoría de corte cultural, su consumo ocurría a través del video y no de la televisión. La crisis de los 90, dejó proyectos e ideas pendientes, incluso a nuevos profesionales que apostaban al mundo audiovisual para iniciar su vida laboral, sin abandonar el campo universitario.

2.4.6.2 Audiovisuales desde la Pedagogía.

También en el contexto cubano resaltan los esfuerzos y resultados del Instituto Superior Pedagógico Enrique José Varona (ISPEJV) en sus incursiones por el mundo del audiovisual. Este centro rector en la formación de docentes en el país, impulsó un destacado movimiento en los setenta, ante el auge que tomaban las tecnologías educativas²⁶ nivel mundial.

En principio se convocaron a cursos, seminarios y talleres de comunicación audiovisual, en estrecho vínculo con el Departamento de Medios de Enseñanza de la Universidad de La Habana, que contaron con la presencia de investigadores franceses y expertos de otras nacionalidades, lo que permitió el abordaje teórico y práctico sobre el desarrollo de la televisión educativa en el mundo.

Allí se diseñó y echó a andar el primer circui-

to cerrado de televisión por cable, que demostró la validez de estas prácticas basadas en el modelo pedagógico cubano, por lo que no solo se dio paso a una nueva manera de enriquecer la formación integral de los educadores y sus educandos, sino también se identificó un nuevo campo para la investigación pedagógica y comunicológica. Desde un estudio de televisión creado al efecto se transmitían a un aula especializada de medios de enseñanza –y/o se grababan en video tape para ser reproducidos en otros ámbitos-: clases, conferencias, experimentos de laboratorio, además de otras actividades culturales y de interés. Tras el aseguramiento tecnológico que exige el medio televisivo (1985) pasa a ser lo que hoy se conoce como la Televisión Educacional, con una producción de programas documentales, de ficción, tele clases y tele conferencias, para el uso de los profesores de los Pedagógicos. Además se reproducían en formato domestico distribuyéndose anualmente cientos de estas copias, que circulaban por las Escuelas Secundarias Básicas e Institutos Preuniversitarios de todo el país. En las fases productivas ha resultado determinante la participación de especialistas de las diferentes asignaturas, en calidad de asesores, pues han predominado los audiovisuales relacionados con las Ciencias Pedagógicas, con la esfera científico-técnica y las Ciencias Sociales. Muchos han sido divulgados por la Televisión Nacional, así como por televisoras provinciales en Cuba, y en otras naciones, donde muestran los logros del sistema educacional cubano. Además han tenido amplia participación en festivales nacionales e internacionales, obteniendo numerosos premios y reconocimientos.

Estas producciones no escaparon al recrudecimiento de la crisis económica de los 90, que afec-

tó al país, tras el derrumbe del Campo Socialista y el incremento de la hostilidad de la política del gobierno estadounidense hacia la Revolución cubana. Los nuevos proyectos quedaron detenidos o las metodologías de trabajo tuvieron que cambiar y en términos estadísticos, los resultados, fueron decreciendo. No obstante, el Departamento de Televisión Educativa del Pedagógico, se mantiene vivo, mediante la realización de videos, de corte documental, marcados por concepciones pedagógicas. Estos trabajos no salen en función de un tiempo televisivo, por lo general son intemporales. Este tal vez fue el primer granito de arena, para los proyectos que en la actualidad se impulsan como parte de la Batalla de Ideas y la Revolución Educacional, que han retomado el medio televisivo o las tecnologías educativas en todos los niveles de enseñanza, a lo largo y ancho del país.

2.4.6.3 UCITeVe: una visión de futuro.

Otra de las instituciones cubanas que no puede faltar cuando se mencione la Televisión Universitaria, es la Universidad de las Ciencias Informáticas (UCI), que con solo cuatro cursos de vida, ya puede aportar a la visión futura de ese medio en el entorno universitario. A diferencia de otros centros de este tipo, aquí, una buena parte de los profesores y la totalidad de los estudiantes, permanecen en el campus universitario, por lo que sus intercambios más importantes y su vida social, confluyen en las áreas de la universidad.

La alta matrícula estudiantil, -cada curso se incorporan 2000 nuevos jóvenes de todos los municipios del país, en septiembre de 2006 completaron los 10 mil estudiantes-, y el insuficiente personal docente, con experiencia pedagógica –en

su mayoría recién graduados-, impuso una tarea de primer orden: la producción y transmisión de teleconferencias o teleclases para la mayoría de las asignaturas. A esto se une una fortaleza, la UCI cuenta con un circuito cerrado de televisión que le posibilita habilitar varios canales internos y una red, que conecta a todas sus áreas. Así nació, de manera muy precaria, la Televisión Universitaria de la UCI. En el primer curso (2002-2003) la producción se realizó con una camarita de video casero, una computadora que servía para digitalizar, y otras que podían conectarse a los transmisores de los canales internos. Los encargados de filmar, editar y transmitir eran en su mayoría estudiantes de formación autodidacta, que aún estaban aprendiendo. Para el curso siguiente se solicitó apoyo a la Escuela Superior del Ministerio del Interior (MININT), que posee un estudio de Televisión y queda muy próxima a la Universidad.

En ese año surgió la Dirección de Comunicación Audiovisual, hoy Televisión Universitaria, encargada de gestionar esa producción en función de la docencia, además de organizar un servicio informativo, a través de la televisión y de la web interna y de diseñar y programar materiales de corte cultural para un canal, que alterna con los de teleclases, en el horario nocturno. También comenzó a prestarse un nuevo servicio de Televisión y Cine en la web, que bajo el nombre de Internos rápidamente se ha convertido en uno de los sitios más visitados por la comunidad universitaria. En él conviven las teleclases y otros audiovisuales de apoyo a la docencia, junto a musicales, seriales, películas de estreno en el país, los programas favoritos de la TV Nacional y otros que por su relevancia son grabados para estar al alcance de todos. Los eventos más importantes de la vida universita-

ria cuentan con un archivo audiovisual disponible desde este sitio. Eventualmente se pueden ver los noticieros Clic Deportivo, emisión exclusiva que se trasmite durante los Juegos Deportivos Interfacultades.

Internos no solo ha facilitado la recepción de los audiovisuales, sino también ha abierto un polémico foro, donde sus usuarios se conectan para compartir sus preocupaciones y sugerencias a favor de un mejor funcionamiento de la TV Universitaria y ha visto desde dentro el nacimiento, en el cuarto curso del centro, de la Radioweb Ciudad Digital, otra iniciativa cuyo colectivo es básicamente estudiantil. Su administrador desde los inicios fue un estudiante, que realizó su tesis de graduación sobre los servicios de Internos y actualmente los atiende como adiestrado.



En el proyecto constructivo de la UCI, está el diseño y una propuesta de ubicación del estudio de TV, pero como su edificación aún demora, se instaló transitoriamente, una moderna tecnología adquirida en Japón, en uno de los edificios docentes. A partir del tercer año de la UCI y del completamiento paulatino de la plantilla correspondiente al equipo técnico se realiza todo el proceso televisivo en la universidad, con una activa participación de los estudiantes de informática con vocación por el medio televisivo, que en el segun-

do curso conformaron un Proyecto Productivo²⁷. Estos estudiantes, desde su laboratorio, equipado con Pentium 4, son fundamentales para la Televisión, por su cercanía al ritmo de la comunidad universitaria, y su disposición para dejar memoria audiovisual de cuanto acontece. Muchos de ellos garantizan durante todo el curso, la edición de teleclases de determinadas asignaturas, participan en las reuniones semanales donde se planifica la programación del Canal Cultural y se establecen jerarquías para las coberturas televisivas, también responden a través del correo electrónico y del foro de Internos, a las inquietudes y sugerencias que envían los usuarios. Otros administran algunos de los servicios, como el canal informativo Señal 3, secciones de Internos, o están detrás del software que permite la transmisión de la programación televisiva. La mayoría de los estudiantes fundadores del Proyecto UCITeVe, egresarán de la universidad en el 2007, con el título de Ingenieros Informáticos y con una formación complementaria en herramientas y recursos para la realización audiovisual. Ahora la dinámica del medio, sus interioridades, sus plataformas y posibles servicios, despiertan la curiosidad investigativa de estos jóvenes que durante el curso 2006-2007, desarrollan sus trabajos de diplomas. La televisión digital, las bases de datos para los archivos digitales, el autorun para DVD, son algunos de los temas de su interés.

Las teleclases ocupan el mayor porcentaje de los esfuerzos de la Televisión y su Proyecto Estudiantil. Institucionalmente la Dirección de Teleformación²⁸ y los Departamentos Docentes Centrales coordinan también la producción televisiva a partir de las asignaturas correspondientes a cada semestre. Son ellos quienes deciden desde su diseño

curricular, si van a usar la televisión o no. En caso afirmativo los profesores preparan sus clases y realizan la solicitud de filmación a la Dirección de Teleformación, la que se encarga de coordinar el día y horario con el estudio de grabación. Después de grabada la teleclase, se digitaliza y se envía al editor estudiantil encargado. La edición se realiza con la presencia del teleprofesor y posteriormente se transmite por el canal asignado a la asignatura.

Actualmente la UCI cuenta con veinte canales internos, y doce de ellos están concebidos para la transmisión de teleclases, a razón de un canal por asignatura. Durante toda una semana, en el horario de clases (mañana y tarde) se transmiten las mismas teleclases. Cuando la semana acaba, las teleclases se colocan en Internos, para consulta de los estudiantes, donde permanecen durante todo el curso. De ahí se pueden descargar las diapositivas de cada una, lo que permite consultar los conceptos fundamentales sin necesidad de ver la teleconferencia completa.



A diario se actualiza el canal informativo Señal 3, con noticias tomadas de los medios nacionales o enviadas a una cuenta de publicaciones de los medios internos (publicación.medios@uci.cu) a la que pueden acceder todos los miembros de la comunidad universitaria. Por lo general las soli-

citades que se reciben son invitaciones a actividades o informaciones de facilitación social (pérdidas, hallazgos, reuniones, cambios de horarios, etc), en una comunidad de más de 10 mil personas esta es una de las maneras de conectar a todos, a través de los recursos comunicativos de alcance masivo. Además de la producción informativa, a la que se suman los reportajes especiales y videos institucionales o por encargo, se garantiza la programación de un canal cultural, que se trasmite en el horario nocturno, a partir de las solicitudes y preferencias de los televidentes. Esos materiales culturales (videos clips, musicales, documentales, películas, series) se descargan por Internet o se gestionan con otras instituciones como el ICRT, la Escuela Internacional de Cine y TV de San Antonio de los Baños y el ICAIC.



Lo más significativo de la experiencia audiovisual de la UCI es su desarrollo en un ámbito altamente tecnológico, que facilita la interacción de sus usuarios con el producto y el servicio que se les ofrece, así como la integración de diferentes soportes comunicativos (televisión, radio, web). La vinculación de estudiantes es algo muy positivo que ha permitido elevar el sentido de pertenencia de ellos a la Universidad, a tiempo que son los encargados de asumir producciones televisivas

completas, como los espectáculos de los Festivales Culturales de Facultades. También se ha propiciado la inserción de estudiantes de la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana, del Instituto Superior de Diseño Industrial y de la Facultad de radio, cine y televisión del Instituto Superior de Arte, para que al menos en el período de prácticas preprofesionales o como parte del ejercicio de tesis de graduación, se vinculen a las producciones de la televisión y de multimedias, que se gestionan desde esta Dirección.

La experiencia de la UCI con el uso de las nuevas tecnologías y en especial de la Televisión, se inscribe en la Revolución Educacional que vive Cuba, que ha posibilitado extender el empleo de la computación y de los recursos audiovisuales a los diferentes niveles de enseñanza. Pero estas propuestas no se restringen solo a las aulas, también las localidades se benefician. A nivel nacional se están equipando a los municipios de una tecnología para habilitar telecentros o televisoras locales, lo cual junto al acceso a los Joven Club de Computación²⁹ posibilitará una mayor interacción de la población con las NTIC. Esta nueva perspectiva, se ve la noticia de que a partir de las transformaciones en los Institutos Politécnicos de Informática (IPI) y el surgimiento de sedes³⁰ regionales de la UCI; la más joven institución de la educación superior en el país, tenderá puentes con los territorios, hasta donde llegará la señal de UCITeVe para garantizar las teleclases del nuevo plan de estudios. Queda un largo andar en Cuba para consolidar y estimular experiencias como esta, siempre que abunden en las posibilidades tecnológicas, para no reproducir en los nuevos medios, los vicios y limitaciones de los soportes comunicativos más utilizados tradicionalmente en comunidades universitarias.

¹ EL SURGIMIENTO DE LA TV ABARCA UN AMPLIO PERÍODO QUE SE EXTIENDE, APROXIMADAMENTE, DESDE FINALES DEL SIGLO XIX HASTA 1935. EN PRINCIPIO SURGIRÁN DOS MODELOS: LA TELEVISIÓN MECÁNICA DEFENDIDA POR JOHN BAIRD Y LA TELEVISIÓN ELECTRÓNICA CREADA POR EL INVESTIGADOR RUSO-NORTEAMERICANO VLADIMIR ZWORIKN, ESTA ÚLTIMA SE IMPUSO RÁPIDAMENTE POR SU SUPERIORIDAD TÉCNICA Y YA HACIA MEDIADOS DE LA DÉCADA DE 1930 GOBIERNOS Y COMPAÑÍAS TELEVISIVAS DE LOS PAÍSES TECNOLÓGICAMENTE MÁS DESARROLLADOS COMENZABAN A REGULARIZARSE Y A CRECER EN LAS PRINCIPALES URBS (LONDRES, BERLÍN, PARÍS, NUEVA YORK). EN POCO TIEMPO LA TV DEJÓ DE SER UN INVENTO DE LABORATORIO PARA CONVERTIRSE EN UN MEDIO AL ALCANCE DEL PÚBLICO. (TOMADO DE MEDIA [HTTP://RECURSOS.CNICE.MEC.ES/MEDIA/TELEVISION/BLOQUE1/PAG8.HTML](http://recursos.cnice.mec.es/media/television/bloque1/pag8.html))

² ESTE INVESTIGADOR MEXICANO IDENTIFICA A LA ESCUELA (A LOS EFECTOS DE ESTE ESTUDIO, LAS UNIVERSIDADES SON EL EQUIVALENTE) COMO PRODUCTORA DE MEDIACIONES INSTITUCIONALES EN EL PROCESO DE RECEPCIÓN TELEVISIVA: “(...) EN TANTO INSTITUCIÓN DE EDUCACIÓN FORMAL POR LO GENERAL INVOLUCRA UNA SERIE DE CONOCIMIENTOS Y ORIENTACIONES SANCIONADAS SOCIALMENTE COMO ADECUADAS PARA SER FORMALMENTE ENSEÑADAS A LAS GENERACIONES JÓVENES Y ASÍ FACILITAR LA REPRODUCCIÓN CULTURAL Y LA FORMACIÓN DE CIUDADANOS FUNCIONALES AL ESTADO Y A LA SOCIEDAD CIVIL.

³ PROPUESTA PEDAGÓGICA LIBERADORA, QUE TAMBIÉN SE GESTÓ EN LATINOAMÉRICA PARA ESTIMULAR A LOS SUJETOS POPULARES AL CAMBIO, AL PROTAGONISMO SOCIAL Y SU CRECIMIENTO PERSONAL Y COMO SERES SOCIALES. SU PRINCIPAL INSPIRADOR FUE EL BRASILEÑO PAULO FREIRE.

⁴ INVESTIGADOR ASOCIADO EN EL INSTITUTO DE ESTUDIOS MEDIALES DE LA PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE

⁵ LAS EXPERIENCIAS RADIALES DE LAS ORGANIZACIONES SOCIALES SE INSCRIBEN DENTRO DEL AMPLIO MOVIMIENTO DE RADIOS COMUNITARIAS, EDUCATIVAS Y POPULARES QUE SURGIÓ HACE MÁS DE 40 AÑOS EN AMÉRICA LATINA BAJO LA DIVISA DE “DAR VOZ A LOS QUE NO TIENEN VOZ.” LA RADIO ES UN ESPACIO FRUCTÍFERO PARA LOS MOVIMIENTOS SOCIALES EN SU LUCHA POR DEMOCRATIZAR LA COMUNICACIÓN. (INFORME MUNDIAL SOBRE DESARROLLO HUMANO, PNUD, 2003)

⁶ SERVICIO DE TELEVISIÓN PRESTADA POR LAS COMUNIDADES ORGANIZADAS SIN ÁNIMO DE LUCRO, CON EL OBJETIVO DE REALIZAR Y PRODUCIR SU PROPIA PROGRAMACIÓN PARA SATISFACER NECESIDADES EDUCATIVAS, RECREATIVAS Y CULTURALES. (TÉLLEZ, 2003) SU ALCANCE ABARCA SOLO UNA DETERMINADA REGIÓN. SE CONSIDERA UN SERVICIO PÚBLICO. DEBE SITUARSE ESTRATÉGICAMENTE ENTRE LAS NECESIDADES DE DESARROLLO SOCIAL Y LA FUNCIÓN CULTURAL PROPIA DE UNA INSTITUCIÓN EDUCATIVA.

⁷ DESDE SU EXPERIENCIA EN MEDIOS COMUNITARIOS VARIOS COMUNICADORES POPULARES LATINOAMERICANOS RECOMIENDAN ABORDAR ASPECTOS DE EDUCACIÓN PARA LA SALUD, EDUCACIÓN AMBIENTAL, ORGANIZACIÓN SOCIAL, LEGISLACIÓN, ENFOQUE DE GÉNERO, ENTRE OTROS.

⁸ CORRIENTE DEL PENSAMIENTO SOCIAL LATINOAMERICANO, QUE CONTEMPLA UNA METODOLOGÍA QUE SE CORRESPONDE CON LOS POSTULADOS DE LA EP Y LA COMUNICACIÓN POPULAR, SOLO QUE SU ENFOQUE ES INVESTIGATIVO. EL INTERÉS POR CAPTAR LA RIQUEZA Y LA COMPLEJIDAD DE LOS FENÓMENOS SOCIALES, HACE QUE ESTA METODOLOGÍA APROVECHE LOS APORTES DE VARIAS TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN Y QUE SE GESTE UN PROCESO PARTICIPATIVO PARA ESTUDIAR UN FENÓMENO SOCIAL DETERMINADO.

⁹ LA OBRA DE RIBEIRO FUE REALIZADA HACIA FINES DE LA DÉCADA DE LOS ‘60 EN LA UNIVERSIDAD DE LA REPÚBLICA ORIENTAL DEL URUGUAY Y CONTIENE UNA VISIÓN PANORÁMICA DE LA UNIVERSIDAD LATINOAMERICANA Y DE SU NECESARIA TRANSFORMACIÓN.

¹⁰ LA INVESTIGACIÓN LATINOAMERICANA SE REALIZA PRIMORDIALMENTE EN LAS UNIVERSIDADES PÚBLICAS. PARA QUE, SIMULTÁNEAMENTE, ESA INVESTIGACIÓN SE AFIANCE, SE EXTIENDA A OTROS ESPACIOS, Y LLEGUE A SER REALMENTE UNA DE LAS PALANCAS DEL DESARROLLO HUMANO AUTOSUSTENTABLE, UNA DE LAS CONDICIONES NECESARIAS ES LA ELABORACIÓN Y APLICACIÓN DE POLÍTICAS DE INNOVACIÓN ORIENTADAS A ESE FIN Y ADECUADAS A SITUACIONES MUY ESPECÍFICAS. (AROCENA, 20)

¹¹ SE TRATA DE OFRECER UNA EDUCACIÓN AVANZADA, PERMANENTE E INTERDISCIPLINARIA A NIVEL SUPERIOR, QUE PERMITA VARIAS VÍAS DE ACCESO AL CONOCIMIENTO. “QUIZÁS EL DESAFÍO MAYOR Y LA MAYOR FUENTE DE CAMBIOS LO CONSTITUYA EL PROPÓSITO DE BRINDAR ENSEÑANZA A PERSONAS DE MUY DIVERSAS EDADES Y EXPERIENCIAS, Y NO SÓLO O FUNDAMENTALMENTE A JÓVENES RECIENTEMENTE EGRESADOS DE LA ENSEÑANZA MEDIA. ELLO SUPONE UNA DIVERSIFICACIÓN MAYÚSCULA DE LOS CRITERIOS Y LOS PROCEDIMIENTOS, QUE SEGURAMENTE LLEVARÁ A ENORMES AVANCES EN LAS CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN.” (RODRIGO, 4-5)

¹² UNO DE LOS TEMAS CONSIDERADOS TRANSVERSALES ES EL DE LOS DERECHOS HUMANOS (DDHH), LATAPÍ (1992) OFRECE ELEMENTOS PARA DISTINTOS MARCOS CONCEPTUALES, QUE SEÑALAN DISTINTAS DIRECCIONES PARA LA DOCENCIA Y LA INVESTIGACIÓN. ENTRE ELLAS UNA EDUCACIÓN PARA LOS DDHH ENTENDIDA “FUNDAMENTALMENTE COMO UNA DIMENSIÓN TRANSVERSAL DE TODOS LOS PLANES Y PROGRAMAS DE ESTUDIO, CON MIRAS A APORTAR UNA BASE DE CONOCIMIENTOS, A ENTRENAR CAPACIDADES PROFESIONALES PERTINENTES Y, SOBRE TODO, A FORMAR UNA CONCIENCIA ÉTICA PARA ACTUAR EN LA PROPIA PROFESIÓN CONFORME A LOS DDHH, EL “ESTUDIO Y CONTACTO DIRECTO CON LAS SITUACIONES DE INJUSTICIA, POBREZA Y MARGINALIDAD, QUE DEN A LOS CONCEPTOS DE DDHH CONTENIDOS CONCRETOS, PERCIBIDOS POR LA EXPERIENCIA,” “LAS DIMENSIONES VALORALES DE LA CIENCIA Y TECNOLOGÍA, Y LA FORMACIÓN DE ACTITUDES RESPONSABLES PARA UTILIZARLAS PARA EL DESARROLLO INTEGRAL.” (RODRIGO, 15-17)

¹³ EL CANAL 13 DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE (UC TV) ES JUNTO AL CANAL ESTATAL UNO DE LOS DE MAYOR AUDIENCIA EN ESA NACIÓN. EN BOLIVIA LA TELEVISIÓN UNIVERSITARIA TOMÓ AUGE ANTES DE LA AUTORIZACIÓN DE LOS PRIMEROS CANALES PRIVADOS DE TV ALLÍ.

¹⁴ ESTA INFORMACIÓN FUE CONSULTADA EN EL SITIO INSTITUCIONAL [HTTP://WWW.TVUNAM.UNAM.MX](http://www.tvunam.unam.mx)

¹⁵ MÁS INFORMACIÓN DISPONIBLE EN SU WEB: [HTTP://WWW.UAG.MX](http://www.uag.mx)

¹⁶ MÁS INFORMACIÓN EN [HTTP://TVUAT.UAT.MX](http://tvuat.uat.mx)

¹⁷ TOMADO DEL SITIO WEB DE TV UNAM ([WWW.TVUNAM.UNAM.MX](http://www.tvunam.unam.mx))

¹⁸ [HTTP://WWW.LUZ.EDU.VE/TV+LUZ.HTM](http://www.luz.edu.ve/tv+luz.htm)

¹⁹ SEGÚN DATOS ESTADÍSTICOS DEL 2005 CONFORMAN EL UNIVERSO TELEVISIVO COLOMBIANO 928 OPERADORES Y CONCESIONARIOS AUTORIZADOS, 37, COMO CANALES LOCALES SIN ÁNIMO DE LUCRO, MODALIDAD DEL SERVICIO BAJO LA CUAL SE ENCUENTRAN AUTORIZADOS LOS OCHO CANALES –ES DECIR, EL 22 % DE LOAS TV LOCALES- QUE EN LA ACTUALIDAD SE RECONOCEN COMO DE ESTIRPE UNIVERSITARIA. LA MAYOR PARTE DE ELLOS, AUN CUANDO PRODUCEN O COPRODUCEN CON RECURSOS PROPIOS SIN MAYOR APOYO DEL ESTADO, HAN REPORTADO ESTAR DESARROLLANDO VERDADERAS ALTERNATIVAS DE PROGRAMACIÓN INSTITUCIONAL, SOCIAL, DE DIVULGACIÓN CIENTÍFICA, CULTURAL Y EDUCATIVA. (NORIEGA, 2005)

²⁰ [HTTP://AUDIOVISUALES.UDEA.EDU.CO](http://audiovisuales.udea.edu.co)

²¹ [HTTP://UNIMEDIO.DNIC.UNAL.EDU.CO](http://unimedio.dnic.unal.edu.co)

²² [HTTP://COMMUNIT.COM/LAEVALUACION/IMPACTO/LASLD-48.HTML](http://communit.com/laevaluacion/impacto/lasld-48.html)

²³ [HTTP://WWW.CANALU.COM.CO](http://www.canalu.com.co)

²⁴ [HTTP://WWW.UMSA.BO/TVU](http://www.umsa.bo/tvu)

²⁵ EL EQUIPAMIENTO FUE INICIALMENTE DEL CIRCUITO CERRADO DE TV DEL HOTEL HABANA LIBRE Y POR INICIATIVA DE LA FACULTAD DE TECNOLOGÍA DEL ISPJAE SE REUTILIZÓ CON FINES DOCENTES E INVESTIGATIVOS. (CONTRERAS, 1978)

²⁶ SE RECONOCÍA POR TECNOLOGÍA EDUCATIVA, LO QUE ES EL USO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LAS ESCUELAS: PROYECTOR, RADIO, CINE, TELEVISIÓN, MATERIALES DIDÁCTICOS Y TODO EL APARATAJE QUE DENOTARA TECNOLOGÍA DE PUNTA EN LA EDUCACIÓN (MAZÓN, 2006)

²⁷ EN EL MODELO FORMATIVO DE LA UCI, LOS ESTUDIANTES PERTENECEN A PROYECTOS PRODUCTIVOS QUE RESPONDEN AL SEGUNDO PERFIL DE SUS FACULTADES Y EN DEPENDENCIA DE ESTOS, RECIBEN UNA FORMACIÓN CURRICULAR QUE COMPLEMENTA SUS CONOCIMIENTOS COMO INFORMÁTICOS. EL PROYECTO DE TV (UCITeVe), PERTENECIENTE A LA FACULTAD 9 Y SON ATENDIDOS TAMBIÉN POR LA DIRECCIÓN DE TV UNIVERSITARIA. EN ÉL SE TRABAJA CON SOFTWARE PARA EDICIÓN, ANIMACIÓN Y TRASMISIÓN DE SEÑALES TELEVISIVAS.

²⁸ A SU VEZ, LA DIRECCIÓN DE TELEFORMACIÓN ESTÁ CONFORMADA POR EL DEPARTAMENTO DE ENSEÑANZA ASISTIDA POR COMPUTADORA (QUE COMBINA EL PROTAGONISMO PEDAGÓGICO CON LA APLICACIÓN DE HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS AVANZADAS), Y EL DEPARTAMENTO DE DOCENCIA TELEVISIVA (QUE DIRIGE DESDE EL PUNTO DE VISTA DOCENTE, LA PRODUCCIÓN DE TELECONFERENCIAS Y OTROS MATERIALES DE APOYO A LA DOCENCIA, ADEMÁS DE ATENDER A LOS TELEPROFESORES, Y AYUDARLOS EN SU SUPERACIÓN).

²⁹ LOS JOVEN CLUB DE COMPUTACIÓN Y ELECTRÓNICA CONSTITUYEN UNA INICIATIVA DEL COMANDANTE EN JEFE, FIDEL CASTRO RUZ, QUE COMENZARON COMO UN ACERCAMIENTO AL MUNDO DE LA COMPUTACIÓN PARA LOS MÁS JÓVENES. EN LA ACTUALIDAD ESTÁN DOTADOS DE MODERNAS TECNOLOGÍAS Y PERSONAL CAPACITADO EN SU USO Y SE HAN DISEMINADO POR TODAS LAS LOCALIDADES CUBANAS PARA EL ENTRENAMIENTO Y ALFABETIZACIÓN INFORMÁTICA, SOBRE TODO DE LAS PERSONAS QUE QUEDAN FUERA DEL SISTEMA EDUCACIONAL, AUNQUE TAMBIÉN OFERTAN SERVICIOS A LA COMUNIDAD EN SENTIDO GENERAL, FUNDAMENTALMENTE A LOS NIÑOS Y JÓVENES.

³⁰ EN ESTE CURSO COMIENZAN SUS CLASES LAS MINIUCI DE ARTEMISA, CIEGO DE AVILA Y MANZANILLO, CON LO QUE SE GARANTIZA LA CONTINUIDAD DE ESTUDIOS DE LOS EGRESADOS DE LOS IPI EN EL OCCIDENTE, EL CENTRO Y EL ORIENTE, RESPECTIVAMENTE.

ZAPPING III, PENSAR Y HACER OTRA TV: LA UNIVERSITARIA

Visiones teóricas y prácticas para construir la otra comunicación posible desde la TV en el entorno universitario cubano.

3.1 TV Universitaria: una agenda cubana para el desarrollo.

“Las utopías deben ser cada vez más nuestras pero al mismo tiempo cada vez más universales”
Raúl Leis

Después de encender la Tele que nos inventamos para desentrañar el eje conceptual que relaciona comunicación-desarrollo (bajo el mismo apellido: social), y recoger apuntes sobre las propuestas de Televisoras Universitarias de la región; estas páginas se convierten inevitablemente desde las primeras líneas en una devolución que intentará en lo adelante, buscar ese difícil equilibrio entre teoría y práctica.

Las propuestas de Televisión Universitaria vigentes aún en varios países del continente junto a la experiencia cubana, han constituido un referente necesario a la hora de pensar en un escenario posible para impulsar una práctica participativa de este medio en el entorno universitario.

Al intentar conceptualizar a la Televisión Universitaria participativa es preciso ubicarla en el nivel comunitario, porque desde su producción audiovisual revaloriza lo local con un sentido cooperativo entre las personas de la comunidad universitaria, y arraiga la pertenencia hacia ella. Se alimenta del acontecer de los centros de educación superior, por eso su marcada función educativa y cultural. Aprovecha el saber que atesoran, lo cultiva y divulga. Parte de las capacidades, necesida-

des y potencialidades de su capital humano para generar atractivas propuestas audiovisuales. Representa una alternativa comunicativa comprometida desde sus orígenes con el bien público y estimula la participación activa de sus interlocutores en cada momento. Está íntimamente ligada al desarrollo, es una incitación para comunicarse a través del lenguaje común de las imágenes y el sonido.

¿Qué debe distinguir a la Televisión Universitaria en función del desarrollo social?

“Su vocación de servicio –señala Guillermo Orozco, consagrado estudioso de la comunicación- y su intención de difusión de la ciencia, la cultura y los conocimientos, tanto producidos por la universidad misma, como por otras instituciones.” Y aclara: “Vocación de servicio es tener a la audiencia como razón de ser de su trabajo, respetarla, conocerla, averiguar sus gustos, necesidades de información y conocimiento y sus hábitos y gustos de diversión también.” (cuestionario, 2006)

Orozco llama la atención sobre las funciones que debe tener este medio y la relación con su público. Entretener es uno de los sentidos que hacen que la TV sea diseñada para el consumo de grandes masas. Ante una propuesta audiovisual universitaria el televidente debe sentir que vale la pena invertir su tiempo libre frente a la tele, porque aprende (es decir ella le **educa**), se actualiza (ella le **informa**) y se divierte (también le **entretiene**), aunque no se ajuste a los estándares industriales para atraer a un público amplio.

Lo anterior lo reafirma María Teresa Quiroz, presidenta de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS): “cuando hablamos de desarrollo humano,

en el campo de la televisión y en relación con la cultura, nos estaríamos refiriendo a un concepto que me parece más adecuado, y es lograr una televisión de calidad que, a través del entretenimiento, incorpore valores y contenidos culturales que satisfagan las necesidades de los diferentes públicos” (cuestionario, 2006).

El sentido participativo que añade esta propuesta sugiere una relación muy cercana con sus interlocutores, un flujo permanente de informaciones, de intenciones y sugerencias, una planificación de principio a fin que facilite la implicación en el proceso comunicativo que echa a andar desde que se comparten las primeras ideas para un programa.

El **diálogo social** debe ser una de sus características, para lo que hay que establecer canales comunicativos efectivos, creíbles y seguros, que permitan un intercambio sagaz y profundo, que aporte a la reflexión sobre la realidad universitaria, nacional e internacional, a partir de las misiones asumidas por la universidad del siglo XXI en Cuba. De ahí se deriva la necesidad de una **retroalimentación** constante que permita enriquecer la práctica audiovisual y el ejercicio mismo de participación social y de pensar la sociedad.

Desde la práctica de la Universidad del Valle en Colombia, Weimar Escobar identifica “la posibilidad de abrir el conocimiento a una gran cantidad de personas, (...) a los que debe permitírseles participar” (cuestionario, 2006).

En esta última nación al fundamentar el proyecto de un Canal de Televisión cerrada para las universidades se destacó su marcado “interés público, educativo, científico, social y cultural para la formación de todos los colombianos, en especial los jóvenes (...)” (Noriega, 2005)

Orozco añade: “lo que distingue a una Televisión Universitaria es su intención de ampliar la universidad a la comunidad mayor del lugar donde se inscribe, sin ser una televisora estrictamente educativa, sería una televisora para la difusión de ciencia y cultura, pero también de otros programa que ofrezcan diversión y entretenimiento a un público más general” (cuestionario, 2006).

Se ratifica así a la Televisión Universitaria dentro de los **canales comunitarios** y el elemento más importante en ese sentido no es la confluencia de sus actores en un espacio físico determinado, sino la coincidencia de intereses compartidos, por lo que su programación puede nuclear a los miembros de la comunidad universitaria y también ampliarse a nuevos interlocutores. Desde esta propuesta el medio se convierte en el reflejo de sus realizadores y de quienes prenden la TV para recepcionar el producto final, como reflejo de una activa participación de la mayor cantidad de telespectadores en los diferentes momentos del proceso comunicativo.

Quiroz puntualiza como propósitos de estas televisoras “promover el talento universitario y la creatividad de los estudiantes universitarios para mostrar los diferentes rostros, ofrecer la variedad de opiniones y recrear situaciones buscando la mayor diversidad” (cuestionario, 2006).

Reconocer que todas y todos tienen algo que aportar resulta fundamental para este proyecto audiovisual, confiar en la sabiduría popular y en las capacidades de las personas favorece la **participación espontánea e intencionada**.

Uno de sus retos está en encontrar el **balance temático** entre lo que adquiere mayor importancia para las autoridades universitarias y lo que piensan, quieren ver y oír el resto de los miembros

de la comunidad. El resurgir de estas propuestas en entornos institucionalizados, le garantiza cierta estabilidad a la Televisión: el respaldo económico imprescindible para su producción y una política que tome como punto de partida la responsabilidad social de la Universidad y las necesidades del público al que va dirigida.

Decir en Cuba que la Televisión Universitaria se preocupa y ocupa de elevar la preparación de su audiencia, no basta, porque así no hace más que corresponder a la política nacional de comunicación para los medios de difusión masiva, aunque de hecho se admite que debe haber coherencia entre los lineamientos establecidos en un nivel y otro. Los televidentes acumulan desde los primeros años de edad -inicialmente en el hogar y luego, en la escuela-, una cultura de consumo de los medios audiovisuales, que jerarquizan las propuestas con carácter educativo y cultural. Por citar solo un ejemplo, “La Universidad para todos” es uno de los programas que se transmite actualmente con alcance nacional, para un público amplio, interesado por la superación en ciencias sociales, naturales y exactas.

Entonces se trata de retomar su experiencia del otro lado de la tele, como receptores, antes de mostrarles un nuevo producto comunicativo. Desde los estudios previos para definir el perfil del público objetivo o en la prealimentación concebida para cada realización, se puede recuperar información acerca de su relación con este medio, que contribuya a pensar en una propuesta más cercana a sus televidentes, más parecida a ellos y que intente “romper” la unidireccionalidad a la que se han acostumbrado.

Impulsar una producción horizontal de televisión significa llevar a la pantalla las acciones transformadoras de muchas personas, provocarlas para que

interactúen, para que participen en la vida social, dejar el registro de lo que hacen y ofrecer un nuevo espacio-el de la tele- para que se reúnan, discutan, realicen, apoyen, sugieran, compartan, discrepen... hagan de las imágenes en movimiento otra de sus maneras de comunicarse.

En ese contexto, resultan muy oportunas **propuestas comunicativas dialógicas**, que actúen sobre la realidad, no como meros espejos, donde se refleja un segmento de la vida, sino como parte de esa implicación de la universidad cubana con el desarrollo de toda la nación, incluso de la humanidad. La Televisión Universitaria, comprometida con el desarrollo social de un pueblo culto, ejercitado en la participación, que envía a su juventud a las aulas universitarias, puede ser un soporte para estimular el pensar y el actuar de esa masa joven y ávida de nuevas experiencias, de confrontación y de conocimientos. Una Televisión así en Cuba no busca alfabetizar a la gente en cómo exigir o ejercer sus derechos, ni comprende la participación con los mismos sentidos de países capitalistas, donde la Televisión Universitaria puede ser “un paliativo para las injusticias sociales en la Educación Superior” (González Castro, cuestionario: 2006).

Resumiendo se trata de **construcción colectiva del conocimiento** a partir de:

- la **participación activa** de los interlocutores de la Televisión Universitaria en los procesos comunicativos que tienen lugar desde la prealimentación hasta la evaluación (cierre del proceso),

- el **uso óptimo del lenguaje audiovisual** que permita entregar un producto de calidad (según los estándares que tradicionalmente los evalúan) y que además dialogue con sus televidentes,

- la **adecuada utilización de los recursos tecnológicos** disponibles, de modo que se aprovechen

las posibilidades tecnológicas para formar, informar, entretener y facilitar la participación en las dinámicas del medio y en el entorno social.

- **la experimentación y nuevas búsquedas**, que explore las posibilidades del medio televisivo para enlazar a la universidad y a la sociedad y para contribuir con la formación ciudadana de los jóvenes cubanos, a los que se dirige esta opción televisiva.

3.1.2 Audiovisual con sentido.

*Aspectos que sirven de fuente de inspiración, al mismo tiempo que punto de partida y **fundamentación teórico-metodológica** para esta propuesta de una Televisión Universitaria participativa.*

Desde la comunicación

En comunicología¹ se pueden diferenciar los modelos destinados a una explicación teórica o metodológica de los fenómenos comunicativos y los relacionados con una intervención práctica sobre algún sistema de comunicación específico. En uno u otro caso, la tarea no deja de encerrar pocos retos. MCQUAIL, al referirse al nivel masivo², donde se inscribe la Televisión, señala que los mass media son un fenómeno demasiado complejo para ser representado por un modelo de tipo convencional. En los intentos han predominado dos tendencias: la transmisiva³ y la interactiva. La propuesta que se fundamenta en este estudio responde a la segunda, denominada también circular, a la que se asocian procesos con límites difusos entre emisor y receptor, pues estos intercambian sus roles. Esta forma de mirar la comunicación, establece iguales condiciones para los interlocutores, a la vez que precisa la relación e influencia del entorno y las prácticas sociales en que se inserta y a las que les sirve de base.

Después de una revisión a la producción teórica comunicológica, se ratifica la carencia de conceptualizaciones sobre los procesos comunicativos que tienen lugar en las comunidades universitarias. En el afán de aportar nuevas visiones para un fenómeno poco estudiado e identificar presupuestos teóricos que orienten las prácticas televisivas de las universidades cubanas en función del desarrollo social y la participación, se podrían despejar la siguiente interrogante:

¿A qué concepción de la comunicación debe responder la Televisión Universitaria participativa?

Para estimular la participación activa de los telespectadores en los procesos comunicativos que se generan en la Televisión Universitaria y despertar su interés por las problemáticas relativas al desarrollo, corresponde pensar la comunicación para la transformación social, lo que se ajusta a los postulados de la **Comunicación Popular**, basada en relaciones horizontales entre sus actores.

Soñar una Televisión Universitaria que rompa con la verticalidad propia de ese medio, exige un conocimiento vasto de sus lógicas de funcionamiento, para poder dinamizarlas desde dentro. Proponer otro modo de hacer y ver la tele, implica repensar la concepción comunicativa que encierra cada práctica: la de quienes trabajan en ella o responden por lo que se trasmite y la de quienes reciben los mensajes cuando encienden el telerreceptor.

El éxito de una alternativa de este tipo depende en gran medida de la labor educativa que se desarrolle (educación para la comunicación). Los implicados en la TV Universitaria deben desmontar la rutina productiva que caracteriza a este medio y sus respectivos roles dentro de ella. Se trata, metafóricamente, de hacer un alto en el camino y mirar atrás, primero con los espejuelos de siempre, para

evaluar qué se ha logrado y cómo, luego podrían cambiar los anteojos y compartir las anécdotas de experiencias que dentro y fuera de Cuba han potenciado emisores desde los medios en espacios comunitarios. La Televisión Serrana en el oriente del país es uno de los ejemplos más cercanos.

La **participación** funciona en esta formulación de la TV Universitaria como gafas nuevas, que ayudan a ver la realidad con otros matices y por tanto a contarla desde la pantalla, limitando la unidireccionalidad del medio, hasta donde sus características técnicas lo permitan.

Esta concepción participativa de la comunicación se ha divulgado más en el ámbito comunitario, que en el institucional (donde se incluyen las universidades) o el masivo (que alude a la Televisión). Al aventurarse a su empleo para el diseño de un espacio televisivo dentro de un centro de la educación superior, hay que valorar los frenos y las oportunidades que cada escenario comunicativo ofrece y sistematizar las experiencias existentes al respecto para conformar una propuesta funcional.

Los medios de comunicación que se articulan hacia dentro de las casas de altos estudios, constituyen soportes de su comunicación interna, van dirigidos, sobre todo a lograr la eficacia y efectividad del trabajo, para lo que activan resortes como el sentido de pertenencia del público hacia la organización, la idoneidad, el compromiso con sus misiones y visiones. Suelen divulgar fundamentalmente informaciones de carácter organizacional. Su principal ventaja es la legitimidad que los destinatarios le confieren a esa comunicación, sobre todo cuando se refiere a las dinámicas de la institución.

Asumir que la Televisión Universitaria debe inspirarse en los enunciados de la Comunicación Popular, no desestima las posibles interpretaciones

y usos que reciba el medio, a partir de su institucionalización dentro de la universidad, como parte de su sistema de comunicación interna e incluso, en función de la imagen institucional que se proyecta a través de la comunicación externa, dirigida a determinados segmentos de público. Esa condición puede ser beneficiosa desde el punto de vista organizativo, al darle estabilidad y enrumbar estratégicamente sus objetivos, en correspondencia con el rol social de los centros de educación superior. Si se determina para la TV Universitaria un público interno y externo debe existir correspondencia entre los mensajes que se destinan a cada tipo de usuario, de modo que todos se puedan identificar con los valores, la filosofía y los propósitos de la universidad.

Para alcanzar esa fusión entre el medio a disposición de la comunicación institucional y que al mismo tiempo responda a la comunicación comunitaria, debe cambiar su sentido de puro instrumento, difusor de informaciones, al de lugar de encuentro para la reflexión y la acción de sus receptores: los miembros de la comunidad universitaria. Es preciso activar en ellos la conciencia crítica, la creatividad y acercarlos a la rutina del medio de comunicación para que puedan conocerlo, integrarse a él, evaluarlo y modificarlo.

El **sentido pedagógico** de la Comunicación Popular ha de acompañar a esta otra TV, a través no solo de los contenidos que se divulguen en la programación, sino también mediante la manera en que se conciben, se producen, se transmiten, se reciben y se evalúan. El énfasis se concentra en el proceso comunicativo visto integralmente y no solo en los resultados de este, como sucede con los mensajes de un marcado fin persuasivo (en la publicidad y la propaganda). De ahí que esta pro-

puesta requiera una **interpretación sistémica**, que atienda a cada una de las partes que la integran, en estrecha relación con el resto de los componentes que conforman el todo y vinculado con las demás instituciones y sistemas del entramado social. Cada momento, cada sujeto, cada circunstancia es fundamental para impulsar y consolidar la Televisión Universitaria participativa.

El crecimiento de esta tele en términos cualitativos, depende también del crecimiento de sus miembros, por ello debe preocuparse por establecer **roles flexibles** en el proceso, estimular el desarrollo de **capacidades endógenas** y potenciar las **relaciones grupales**, como escenario para el aprendizaje en el diálogo, la crítica, la **reflexión y la creatividad**. Así es posible hacer coherente la práctica comunicativa del colectivo televisivo y la concepción que acompaña a sus producciones.

Una Televisión de este tipo sugiere un modelo comunicativo abierto: que atienda las coyunturas (económicas, políticas, sociales), la influencia de la cultura tanto universal, nacional como local y de las instituciones con las que interactúan los sujetos. Es fundamental el contexto, donde se desarrollan; al decir de Manuel Martín Serrano (1980) se establece una interacción sistémica y solidaria con el medio ambiente. Además debe ser flexible: para que incorporen las modificaciones que la práctica recomienda, que pueda adecuarse a las particularidades de la Universidad que le da origen y aproveche las potencialidades de la tecnología disponible; que se enriquezca con las experiencias, las necesidades y las sugerencias de sus protagonistas. En este caso no se refiere solo a los que laboran formalmente en ella, sino también a quienes se acercan ocasionalmente y a los televidentes, con quienes hay que establecer canales confiables y efectivos para

alimentar la **comunicación multidireccional**. Su evolución estará marcada por el dinamismo de la universidad cubana, que a su vez marcha al ritmo de la sociedad a todos sus niveles, por lo que la Televisión Universitaria estará atenta a esos condicionamientos.

Las personas que conforman la teleaudiencia universitaria tienen una experiencia anterior de consumo del medio. Han aprendido a exponerse a su programación, disfrutar de los géneros televisivos utilitariamente. Pero no todos se dedican a pensar y socializar cómo quieren que sea la TV, qué le cambiarían, cómo les gustaría relacionarse con ella. Es más cómodo “participar” haciendo zapping, de uno a otro canal, hasta detenerse en el espacio favorito o sencillamente decidir cuándo se enciende o se apaga el equipo.

La Televisión Universitaria participativa requiere modificar esa relación entre los televidentes y el medio. A simple vista puede parecer utópico, pero no es imposible, si se intenciona un desaprender para aprender una nueva ética de la participación, de la comunicación, del desarrollo; si se potencia el trabajo en equipo y se revalorizan las capacidades humanas para incidir activamente como sujetos, como actores sociales en la TV, en la universidad, en la sociedad y sobre sí mismos.

Como todo proceso de cambio habrá resistencias y el trayecto puede resultar doloroso, tomar tiempo y agotar fuerzas, por eso es importante definir una estrategia con metas precisas que marquen el ritmo a seguir. En ella los actores involucrados han de saber qué pueden decidir, por qué y para qué y cada paso que den servirles de base a una nueva experiencia de participación.

Entonces las televisoras universitarias, guiadas por los fundamentos de la comunicación participa-

tiva, pueden reflejar las políticas de la institución, como sus voceras, aunque como se ha visto, esta no es la única razón que justifica su existencia en ese entorno. Si la producción audiovisual, trasciende a la comunidad universitaria, para compartir su señal a extramuros, debe diferenciarse del resto de las ofertas a las que se exponen los televidentes a diario. Ese sello peculiar se conforma desde cada uno de los aspectos que se proponen para la Televisión Universitaria en función del desarrollo: los propósitos que la definen, los fundamentos y valores éticos postulados, las funciones comunicativas, los actores del proceso comunicativo y las relaciones que se intencionan en él, sus contenidos y la forma en que se comparten, las maneras de concebir la participación en cada etapa y la evaluación parcial y final del proceso.

Desde la Pedagogía, la Educación Popular

La cubanización de la **Educación Popular** (EP), inicialmente soñada para empoderar a los pobres y desposeídos del continente, ha encontrado un amplio campo de acción, que la valida varias décadas después. Esta propuesta pedagógica cuenta con una familia de seguidores en varios sectores del país: educacional, cultural, agrícola, científico-investigativo, eclesial y social. En la enseñanza superior cubana varios de sus profesionales han incorporado esta metodología a su práctica pedagógica, con lo que privilegian no solo las capacidades intelectuales de sus educandos (devenidos sujetos y no objetos del aprendizaje⁴), sino también la educación de sentimientos y valores.

Se distingue su resignificación de la política, cambia el sentido distanciado y anquilosado del término y sobre todo las formas en que las personas lo perciben y lo asumen en su vida cotidiana. Algo similar ocurre con la concepción del poder,

que deja de ser el privilegio de unos pocos, para convertirse en el derecho de los seres humanos a construir un proyecto social y a defender y ejercer la política como arte de lo posible.

Los métodos que emplea la EP se apoyan en las relaciones grupales, son participativos, problémicos, reflexivos; potencian la flexibilidad y creatividad en la búsqueda de soluciones ante determinadas situaciones; ejercitan el sentido de la responsabilidad y la independencia en la acción, con lo que se logra preparar mejor al hombre para la vida. Ese es uno de los retos fundamentales de la universidad de hoy (González, 2004: 146, 150).

La EP, contextualizada a la realidad cubana, donde se habla sobre todo de dinamizar las estructuras existentes y aprovechar las capacidades y el ingenio creativo del pueblo, para acercarse de otra manera a los procesos comunicativos que protagonizan, puede inspirar un proyecto revolucionario de TV Universitaria, que sitúe justo en el centro de su atención, el desarrollo integral de los seres humanos y apueste entre otros aspectos por:

- La confrontación entre teoría-práctica, en la praxis (acción-reflexión-acción): lo primero que cuestiona esta propuesta de televisión es la concepción comunicativa que ha reflejado tradicionalmente este medio, por ello invita a replantearse su propia concepción para modificar la práctica, pero el cuestionamiento que empieza por sí misma, espera ir a otros espacios y procesos y acompañar a sus televidentes en esa praxis que conjuga al pensar y al hacer.

- Una lectura crítica del orden social vigente: su compromiso con el pueblo, su fidelidad al proyecto socialista cubano, obligan a la TV a estar alerta ante las conductas sociales o expresiones políticas que alteren la estabilidad social, desde el entorno

universitario hasta la nación. Una mirada crítica que condene lo mal hecho, que promueva los mejores valores. Además puede analizar críticamente problemáticas regionales y globales, que son resultado del injusto orden mundial.

- Estimula el diálogo y la problematización: dialogar desde la TV es todo un reto, porque tradicionalmente se ha caracterizado por difundir monólogos. Pero en esta propuesta se busca intercambiar desde que se comienza a concebir un producto audiovisual, identificar los códigos más comunes de los televidentes, sus maneras de ver un fenómeno e invitarlos desde esos primeros pasos a sentir y pensar la realidad.

- La educación debe ser eminentemente descubridora y crítica: el entorno docente donde se desarrolla la TV Universitaria es muy favorable para impregnarle ese sentido pedagógico a la producción televisiva, con la certeza de que la tele puede ser activadora del pensamiento crítico y debe motivar y orientar a sus televidentes a profundizar en las temáticas que se presentan, sobre todo aquellas que guardan relación con problemáticas del desarrollo.

- La mirada a la comunidad como escenario ideal para intencionar el saldo educativo en las actividades colectivas. Los hombres se educan entre sí, mediatizados por el mundo: fortalecer esa visión comunitaria, desde la Televisión en la universidad ayudará a sus miembros a conocerse más, a valorar sus posibilidades individuales y colectivas y las fortalezas del trabajo en el nivel comunitario, que luego puede ser su escenario de desarrollo profesional.

- Una práctica educativa para la construcción de sujetos populares, como sujetos históricos: esta propuesta busca propiciar el protagonismo de los

miembros de la comunidad universitaria en la TV, pero sobre todo impulsarlos para participar activamente en su entorno social, no dejar que la tele le cuente lo que pasa, sino que le ayude a recordar los momentos más importantes de su propia vida y le alerte de otros acontecimientos en los que su acción será fundamental.

- El rescate de la experiencia de la gente, de su cultura y de su saber popular. Develar lo que hay de liberador pero también de opresor en su comportamiento: la TV Universitaria participativa toma como punto de arranque –y de llegada- a los miembros de la comunidad universitaria (su público meta). Parecerse a ellos es una de sus aspiraciones, por eso ha de beber de sus vivencias y tradiciones, pero no acriticamente, sino problematizándolas, para que en ese proceso de formación integral, se transformen las prácticas y concepciones que requieran cambios o se afiancen.

- La relación entre el educador y el educando pierde la asimétrica y se construye corresponsabilidad con todo el proceso: la TV Universitaria estimula las relaciones horizontales dentro del equipo técnico-artístico y entre ellos y los televidentes. Delimita roles flexibles que le permitan a los actores asumirlos responsablemente aunque no se correspondan con su actividad profesional fundamental. Ese espíritu de que la TV Universitaria es un espacio de todas y todos, debe conjugarse con responsabilidades compartidas y asumidas de igual modo. La principal dificultad en este sentido tiene que ver con las características técnicas y las lógicas productivas del medio. Tradicionalmente el flujo comunicativo ha situado de un lado -como emisores-, a un pequeño grupo de privilegiados y del otro -como receptores-, a una gran masa, bombardeada por mensajes estandarizados. En la TV

Universitaria participativa no se trata de invertir esa proporción, pero sí de alterarla, equilibrarla y hacer de muchas más personas, el privilegio que gozan unos pocos.

- El error y la incertidumbre se reconocen como válidos: en su aprender desde la práctica y las experiencias, la TV Universitaria no desecha los errores, va a la raíz, para buscar alternativas que los superen, le gusta formular interrogantes y responderlas con los aportes de expertos y de gente común, porque considera válidos el saber culto y el popular. Prefiere que los televidentes, en su mayoría con un nivel de instrucción elevado, piensen cuando tienen que contar con imágenes y sonidos, una historia o cuando sentados frente a la tele, escuchan lo que esta les cuenta. Evita las verdades absolutas, los caminos únicos. Acepta las incertidumbres de otros, como propias, porque ellas pueden ser siempre un punto inicial para un nuevo proyecto audiovisual o para motivar un nuevo aprendizaje.

- La cultura del debate es favorecida, al igual que la solidaridad, en lugar del autoritarismo y la competencia: entre los valores que promueve esta propuesta no caben términos como el autoritarismo y la competencia, porque el primero es propio de prácticas verticalistas y la segunda, suele estimularse en términos comerciales y esta Televisora nace sin fines de lucro, aunque sí puede ser válida la competencia sana que impone metas superiores a los individuos y al colectivo. La cultura del debate y la solidaridad, en cambio, encuentran en esta formulación un espacio ideal.

- El enfoque holístico se asume para entender a las personas como seres de razón, sentimientos y acción: la TV Universitaria quiere ofrecer una programación y una manera de producirla diferente a

la televisión convencional y en ese sentido confía mucho en lo que las personas pueden aportar, integralmente, no solo a través de una comunicación por teléfono, carta o correo, sino también porque logren implicarse afectivamente con la Tele, sentirla suya, acompañarla con sus razonamientos y participar de sus espacios.

Desde la Investigación, la IAP

La investigación es un proceso fundamental para impulsar un proyecto de Televisión Universitaria, directamente relacionado con las problemáticas del desarrollo humano, por eso encuentra otro referente importante en la Investigación- Acción- Participativa (IAP)⁵, corriente del pensamiento social latinoamericano, que contempla una metodología en correspondencia con los postulados de la EP y de la Comunicación Popular. A partir de sus resultados y sobre todo de la participación que genera, pueden emerger preocupaciones, soluciones o miradas diferentes a determinada situación, no solo identificadas por el investigador externo a la comunidad, sino por sus propios miembros que son los más relacionados con la vida universitaria. En ella y en su entorno están los temas y las inquietudes a investigar, para luego devolverlas problematizadas en un producto comunicativo al resto de los miembros de la comunidad.

Los centros de la educación superior cuentan con un potencial científico elevado y despertar el interés por la investigación es uno de sus propósitos, por lo que en la programación de la Televisión, debe atenderse la sensibilidad hacia esa actividad dentro de su público objetivo, no solo para divulgar los resultados de los equipos de investigación ya conformados en función de ciertas temáticas, sino también para implicarlos en proyectos que respondan a la metodología de la IAP y que den

luces para la realización audiovisual, a tiempo que analizan su realidad con otros ojos.

La presencia en las universidades de diferentes disciplinas, permiten concebir equipos de investigación donde se integren las aportaciones de cada ciencia, para construir una visión más integral y precisa de los fenómenos a los que se acerquen. De este modo se mantiene la coherencia con las visiones más contemporáneas del desarrollo, que sugieren interpretaciones sistémicas y rechazan la segmentación de la realidad, incluso para su estudio.

Otro elemento a favor de esta práctica investigativa, es la concepción del trabajo en grupo, que requiere tejer lazos de empatía entre sus miembros, definir y respetar roles a lo interno del equipo, estructurar el trabajo a partir de metas comunes y alcanzar un clima favorable para compartir con franqueza las opiniones y sugerencias individuales, llegar a consensos, aprender de los errores y socializar experiencias y saberes diversos.

La investigación debe acompañar toda la producción televisiva. A esa pesquisa previa, se incorpora el seguimiento a las propuestas presentadas en la tele hasta evaluar su impacto y el uso que los televidentes hacen de los mensajes que se comparten por ella. La cercanía de la Televisión Universitaria a la teleaudiencia y el adecuado empleo de los canales de comunicación facilitan ese proceso. La devolución de los resultados debe permitir una mirada crítica a la oferta televisiva al aire, que ayude a reformularla, si fuera necesario. La observación científica que puede garantizarse desde la IAP ayuda a sistematizar la práctica, a mejorarla, a actualizarla y a mantenerla en la preferencia de los televidentes. A su vez la Televisión Universitaria, con las nuevas características que sugiere esta propuesta, precisa de otros estudios que validen en

términos prácticos los resultados que se esperan de esta formulación. La propuesta metodológica de la IAP es conveniente para darle seguimiento a la evolución de un proyecto de Televisión Universitaria, que no quiere perder de vista las señales más disímiles que emita su comunidad universitaria. Sus investigadores están dentro de esa comunidad, la observan mientras la viven y se implican en su propio desarrollo.

Desde la sociología, una mirada al contexto

Un repaso por el contexto social cubano destaca políticas sociales favorables para el desarrollo de una propuesta participativa de Televisión Universitaria.

El anhelo de hacer realidad las utopías universales que se reclaman tras la categoría de desarrollo, suelen ir a la cuenta fundamentalmente de los gobiernos, como máximos responsables de la planificación y el control de esas políticas y estrategias. Más allá de la coalición de turno, el sistema social imperante marca la diferencia en uno u otro escenario.

En esta singular Isla del Caribe, la formulación de políticas de desarrollo se inició mucho antes que el tema tomara auge internacional. Desde la Plataforma Programática y alegato histórico, defendido por el joven abogado Fidel Castro Ruz, en 1953 tras el asalto al cuartel Moncada: “La historia me absolverá”, ya se esbozaban los principales problemas sociales de la nación. La materialización de la promesa de cambiar la inoperancia de los gobiernos proimperialistas que antecedieron a la Revolución Cubana, comenzó justo el Primero de enero de 1959. La radicalización del proceso, llevó al derrocamiento del sistema capitalista en Cuba. Tras 47 años de construcción social, de solidaridad y de esfuerzos, se puede hablar entre otros

logros, de una nación convertida en universidad⁶.

Una nueva concepción de la universidad⁷, multiplicó a los centros de la Educación Superior Cubana, llevándola a los municipios del país. La universalización⁸ –nombre que recibe este programa de la Revolución– se inscribe dentro de las transformaciones educacionales que ha vivido el archipiélago en los últimos años, como parte de la Batalla de Ideas⁹ que ha impulsado el empleo de las nuevas tecnologías en la educación, con la introducción de la computación y la televisión, en la enseñanza general, media superior y técnica. Esto ha posibilitado que estudiantes y profesores reciban un entrenamiento en el uso de los recursos audiovisuales con finalidad educativa –ya sea como parte de un equipo de realización o desde el set de filmación e incluso, como receptores en sus respectivas aulas–.

El primer objetivo de este nuevo modelo pedagógico es ampliar las posibilidades y oportunidades de estudio para todos los jóvenes cubanos. Sus primeros pasos están demostrando la pertinencia del programa, que se destaca por su humanismo, flexibilidad, constante perfeccionamiento y despierta el interés de la investigación pedagógica. La Universidad ya no necesita extenderse a las comunidades, porque está dentro de ellas, involucrada en sus proyectos y estrategias, apoyando y encontrando las soluciones a sus problemáticas. En la actualidad la mayoría de las carreras se estudian en todas las regiones, lo que frena el éxodo de profesionales de una provincia a otra y se favorece el desarrollo local.

A lo anterior se suma que la Educación Superior cubana sigue patrones organizativos y una filosofía institucional bastante homogénea, dictados desde el nivel nacional por sus ministerios (Salud Pú-

blica-MINSAP-, Educación-MINED-, Educación Superior-MES-, Deportes -INDER-). Las particularidades de la realidad cubana permiten identificar sintonías entre una universidad y otra, pero de cualquier manera existen peculiaridades, que deben ser atendidas comunicativamente según el contexto que las origina (productor de mediaciones¹⁰), donde actúan otras instituciones y actores y se establecen relaciones sociales, que hay que tener en cuenta en la formulación de este espacio televisivo. La imagen del servicio audiovisual universitario de ese modo tiende puentes sobre la base del respeto, el conocimiento y el dinamismo propio de la juventud, para romper el estigma de que una propuesta audiovisual educativa, se torna casi siempre aburrida.

Desde esta formulación la TV Universitaria puede ser un enlace entre la universidad y la comunidad donde está ubicada y a la que sirve. Así es posible que estudiantes, profesores y trabajadores –sus potenciales interlocutores– fortalezcan su sentido de pertenencia, su identificación con el lugar más inmediato a su ámbito de vida, devenido también sitio de estudio y futuro escenario de trabajo. Los profesionales del mañana reacomodan sus nuevos saberes entre lo local y lo universal, desarrollan sus líneas de investigación a partir de las necesidades más sentidas de las comunidades donde radican y contribuyen por lo tanto, a elevar la calidad de vida de sus coterráneos.

A diferencia de otros países de la región, donde las Televisoras Universitarias constituyen una alternativa cultural y educativa ante las grandes cadenas televisivas, que se sostienen por su marcado carácter comercial; en Cuba, la TV Universitaria también clasifica en esa categoría, solo que la alternatividad está dada por su concepción participativa.

A la presencia de las Universidades y sus sedes por todo el país, se une un sistema de telecentros provinciales y municipales, que disponen de tecnología moderna para la producción audiovisual y funcionan bajo una política comunicativa que jerarquiza los contenidos locales. Sin embargo, a diferencia de otras naciones de la región, los centros de la enseñanza superior cubana como regla, no atesoran una tradición en el desarrollo de experiencias audiovisuales propias, -salvo la Universidad de La Habana y el Instituto Superior Pedagógico Enrique José Varona- lo que no niega el empleo de las tecnologías educativas.

La apuesta por una Televisora Universitaria en el contexto cubano, -después del cierre de la propuesta de la Universidad de La Habana, por la crisis económica de los 90, que dejó con vida solo a la Televisión Educativa del Instituto Superior Pedagógico “Enrique José Varona”-se ha retomado con el modelo pedagógico de la Universidad de las Ciencias Informáticas (UCI), donde el uso intensivo de las nuevas tecnologías permite validar, dentro de su estructura, áreas dedicadas a la realización y a la investigación televisiva. Sus resultados y tropiezos después de cuatro cursos de labor, evidencian la falta de una guía teórico-metodológica que oriente el pensar y el hacer sobre este medio en la comunidad universitaria.

La Televisión Universitaria está llamada a activar otros resortes, que le permitan acompañar a la universidad en tres ámbitos sumamente importantes: la extensión universitaria, la docencia y la investigación. Con tal responsabilidad se confirma su pertinencia social si:

- Produce una alternativa comunicativa en función del desarrollo social sostenible, a favor del bienestar humano, su cultura y perspectiva futura.

- Desarrolla un laboratorio televisivo que permita la participación activa no solo en la dinámica del medio y sus procesos comunicativos, sino también en la vida universitaria, política y social de su entorno más cercano.

- Incentiva el aprendizaje grupal de los miembros de la comunidad universitaria y de su público en general, a tiempo que atiende sus demandas y necesidades más sentidas.

- Está atenta a las problemáticas de desarrollo desde lo local y contribuye a pensar, ejecutar y evaluar, propuestas de soluciones más autogestionadas, desde diferentes ámbitos de la sociedad, que activen las capacidades y el ingenio de los jóvenes y del pueblo, en general.

- Provoca constantemente a la creatividad y a la inteligencia, por su contenido, la manera en que este se concibe y produce y la forma en que se comunica (lo que promueve el espíritu innovador dentro del medio televisivo), y sugiere nuevas búsquedas y profundizaciones sobre los temas que aborda.

- Reencanta a los realizadores, docentes, estudiantes y al público en general, con la Televisión, ante la posibilidad de explorar individual y colectivamente otros caminos para hacerla y sentirla más cerca, más interactiva y acorde con los nuevos lenguajes y las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones.

- Facilita el acceso al conocimiento científico de una manera amena, diferente, sin dejar de ajustarse a los estándares de calidad para el medio.

- Representa una puerta abierta para constantes entradas y salidas de información y valores de la universidad hacia la sociedad y viceversa. Es un espacio de encuentro fraternal, que fortalece el sentido de pertenencia en ambos sentidos.

- Compensa, con la producción propia o la gestión de otros materiales audiovisuales, diferentes a los que transmite la Televisión Cubana, las demandas que de esta última -en cuanto a temáticas, géneros, etc- resultan más notables y demandadas por el público meta.

- Atiende las particularidades de los diferentes segmentos de público para no caer en la trampa de voces silenciadas, siempre que se respeten los valores del pueblo, la filosofía de la Universidad y la integridad de los seres humanos de cualquier latitud.

- Atesora la memoria histórica de las generaciones que acompañan al proyecto y de la época que comparten, con la mayor cantidad posible de escenarios, matices, actores, géneros...

- Alienta desde esta alternativa mediática, valores como la justicia social, la solidaridad, la equidad, el antiimperialismo, la conciencia ambiental, el patriotismo y especialmente se caracteriza por ser:

Integracionista

- porque estimula el encuentro -detrás y ante las cámaras, frente a la tele y en otros escenarios de interacción social- de todos los miembros de la comunidad universitaria, sin discriminación de género, raza, religión o cultura,

- porque cultiva en su propuesta audiovisual, la globalización que integra los mejores valores de la cultura local, nacional y universal,

- porque es preciso ante la complejidad de estos tiempos, comprender los fenómenos contemporáneos a partir de la integración de lo local con lo global y viceversa.

Participativa:

- porque es un canal que se construye horizontalmente, a partir del intercambio permanente entre sus interlocutores,

- porque permite a sus televidentes verse, oírse, sentirse, pensarse, valorarse...

- porque estimula la implicación activa de los miembros de la comunidad universitaria no solo en los espacios televisivos, sino también en escenarios sociales reales.

Comunicativa:

- porque invita a dialogar sobre temas de interés general y/o específicos, que atañen a los miembros de la comunidad universitaria,

- porque todas y todos tienen opiniones que compartir, historias para contar y/o escuchar,

- porque cree en la riqueza y la diversidad de los diferentes lenguajes, voces y modos de expresión.

3.1.3 El A, B, C...apuntes para una guía práctica de la TV Universitaria participativa.

Sin pretender normar procesos, describir sus interioridades o clasificarlos, estos apuntes se convierten no más que en el boceto de una meta posible, que inspire a las prácticas actuales y sugiera la fundación de nuevos proyectos comunicativos de este tipo en contextos universitarios.

Interlocutores

Todos son comunicadores, al menos potencialmente. Esa es una certeza de la Televisión Universitaria participativa. De ahí su interés por explorar las posibilidades y las capacidades comunicativas de los tradicionales receptores (público televidente) y emisores (los profesionales y autoridades del medio), para relacionarlas e integrarlas en proyectos audiovisuales.

Una Televisión Universitaria que se diga participativa, aspira a convertirse en un espacio de encuentro y de diálogo para la comunidad universitaria. Estudiantes, profesores, trabajadores, auto-

ridades institucionales... son parte de la vida de la universidad y por tanto, el centro de este medio audiovisual.

Hay un abanico de oportunidades para lograr la participación de todos -eres de acción, sentimiento y razón-y tejer de conjunto y a partir de los roles descritos en el epígrafe siguiente, un clima de solidaridad. Contar con un medio como la Televisión depara nuevos saberes y no pocos desafíos, para poder explotar sus posibilidades al máximo.

Algunos de los entrevistados para esta tesis comparten puntos de vista, desde donde es posible identificar a dos interlocutores fundamentales de la TV Universitaria, -comunes en las múltiples experiencias audiovisuales, que fungen como referentes a este estudio-. Se trata de los profesores y estudiantes.

Los profesores

“La televisión tiene una naturaleza y unas lógicas que deben ser respetadas para que el producto final sea atractivo y responda a las necesidades y expectativas del público al que va dirigido.” No todos los docentes comprenden lo anterior, según Verónica Heredia y en su televisora “esa ha sido la gran dificultad.” (cuestionario, 2006)

Los docentes no traen consigo una formación sólida en el manejo de medios tecnológicos para su intercambio con los estudiantes, por eso cuando tienen la disponibilidad de algunos de ellos o la necesidad de convertirse en teleprofesores, guionistas, productores o asesores resulta imprescindible integrarlos al equipo técnico artístico previamente, adentrarlos en las normas y distinciones del lenguaje audiovisual para que sea efectiva la comunicación con los usuarios de su espacio o producto. Si el profesor no conoce las lógicas y exigencias de la televisión, difícilmente pueda

valerse de otros recursos más allá del intercambio directo al que está habituado en el aula con sus alumnos.

El profesor Carlos de la Vega, de la Dirección de Teleformación de la UCI lo sintetiza así: “es abandonar los caminos tradicionales de la docencia, para enrumbarse dentro del mundo de la tecnología de la educación y estar presto a resolver las limitaciones que esta formación tiene y que él, potencialmente puede y debe resolver.” (cuestionario, 2006)

Verónica Heredia, desde su referente en la Universidad de Antioquia, Colombia, considera que “los docentes y estudiantes pueden participar con sus ideas y proyectos para la realización de programas de TV de carácter universitario. Lo importante es que si no conocen las dinámicas de realización permitan que sean los profesionales de la comunicación quienes decidan sobre los formatos, narrativas y estéticas, que mejor trasladen la idea a lo audiovisual.” (cuestionario, 2006)

En el Instituto Superior Pedagógico Enrique José Varona, el investigador y realizador cubano Vicente González Castro defendió “durante mucho tiempo la teoría de que quienes deben hacer los programas universitarios de TV son los profesores y especialistas universitarios. Por eso entrené personal en TV Educativa de diferentes asignaturas y facultades. Es mejor involucrar al especialista y enseñarle a producir TV (sub profesional, verdaderamente sencilla con los equipos de hoy) que pretender que el personal de la TV, muchos de ellos sin estudios superiores, aprenda una especialidad científica. También deben fomentarse investigaciones sobre resultados alcanzados, efectividad y confiabilidad de su uso docente.” (cuestionario, 2006)

Tal como asegura este estudioso cubano el universo audiovisual tiene un gran potencial en función de la docencia que imparten los profesores, de ahí que estos busquen superarse para lograr un empleo óptimo de las tecnologías educativas. Pero también es un medio que exige el trabajo en equipo, donde cada cual tiene roles y responsabilidades que asumir para garantizar la calidad del proceso que se planifica. A partir de esta comprensión es difícil decidir qué parte de ese colectivo es más importante, porque cada cual tiene límites, metas específicas y la posibilidad de aportar su saber. Entonces a unos y otros les corresponde ampliar sus conocimientos sobre la TV, sobre el público para el que se dedican estos espacios y sobre las materias a tratar.

Guillermo Orozco (cuestionario, 2006) sugiere “programar temas y organizar paneles de discusión con los diferentes académicos” para que se inserten en el espacio de la Televisión Universitaria con sus reflexiones. El investigador mexicano asegura que es posible aprender de lo que vemos diariamente en la televisión tradicional. Los profesores no solo pueden comparecer con su saber ante las cámaras, ser proveedores de contenidos o ayudar en calidad de asesores temáticos a los realizadores; sino también aprender las lógicas de este medio para articular las vivencias de los estudiantes como audiencias frente a la TV.

Si ellos retoman las experiencias mediáticas cotidianas y comunes (por el fácil acceso a la Televisión) de los estudiantes, las pueden hacer parte de los procesos de enseñanza-aprendizaje. Educador y educandos comparten pasajes y recuerdos de lo que vieron ante la pantalla, lo que genera intercambios, reflexión, análisis y participación en clase. Esta es otra manera de utilizar los mensajes de

la TV en el ámbito universitario y de establecer relaciones entre sus actores.

Weimar Escobar, de la Universidad del Valle en Colombia, recomienda a los miembros de la comunidad universitaria “abrirse y permitir que más personas tengan acceso al conocimiento. Para ello es preciso que ofrezcan sus aprendizajes por los medios de comunicación. Y la televisión les da la posibilidad de compartir esos aportes.” (cuestionario, 2006)

Los profesores universitarios deben sentir que la TV les ofrece nuevas vías para multiplicar sus conocimientos, que es su aliada, un medio de expresión y creación, un soporte de apoyo para complementar la formación de sus educandos. Apropiarse de las características del lenguaje audiovisual, saber integrarse a un equipo de realización, pensar en imágenes y sonido y en como lograr agradar a los receptores a tiempo que los instruye, son interrogantes y retos que las tecnologías educativas le han planteado a los profesores y que la TV Universitaria retoma.

Los estudiantes

Las experiencias de Televisión Universitaria en Cuba también han promovido roles activos entre los miembros de la comunidad universitaria en especial de los estudiantes. Martha Pérez Rolo, primera directora de ese medio en la Universidad de La Habana, recuerda la importancia de los estudiantes -sobre todo de las carreras de humanidades-, dentro del pequeño colectivo que dirigió. “Esa idea de buscar alumnos de la propia universidad que trabajaran junto a los profesionales en la realización audiovisual, fue muy buena e incluso, algunos después prefirieron mantener su relación con la TV, uno de ellos fue el entonces estudiante de Psicología Manuel Calviño¹¹.

Los estudiantes son actores comunes en las Televisoras Universitarias - por lo general constituyen el por ciento mayor dentro de su público-, tanto en las que se concentran en el apoyo a la docencia, como las que incorporan a su programación espacios de perfil más amplio.

Para los futuros profesionales de especialidades como Comunicación Social y Periodismo, la presencia de la Televisión en la universidad, es una atractiva opción para “estrenarse” ante las cámaras y vincularse a la rutina productiva del medio. El diseño curricular vigente en las universidades cubanas, contempla para esas carreras, el desarrollo de dos meses de práctica preprofesional al finalizar cada semestre en Periodismo y concentrados, entre un semestre y otro, en el caso de Comunicación Social.

Insertarse naturalmente en las lógicas productivas de los medios territoriales y nacionales, implica coordinaciones desde las facultades, por parte de los responsables de ese momento, en el que se unen teoría y práctica, de ahí su carácter integrador. Sin embargo, más allá de las buenas intenciones, la realidad no siempre favorece el aprendizaje que esperan los muchachos cuando se despiden provisionalmente de las aulas. En ocasiones el factor determinante es el tiempo, que termina cuando se aclimatan al medio o son mejores aceptados en esos colectivos. Contar con un espacio propio en el campus universitario, ampliaría la frecuencia de la práctica, que en las condiciones actuales, se reduce a un ejercicio académico, que culmina con una calificación, necesaria para el pase de año.

Pero la TV Universitaria participativa debe intencionar el aprendizaje y acercamiento al medio, no solo de los estudiantes que por los perfiles de sus carreras tienen una motivación especial hacia la TV.

Se trata de ofrecer espacios para que desde todas las especialidades se piense en la utilidad del lenguaje audiovisual para enriquecer su formación general y también lo que significa poder perpetuar la historia de la comunidad, los eventos y momentos más importantes, y poder compartirlos con un grupo mayor de personas gracias a la magia de la TV.

Por su parte María Teresa Quiroz (cuestionario, 2006) le reserva a la comunidad universitaria, solo la crítica y el análisis de la propuesta televisiva, pero si se trata de una Televisión que fomente la participación, esa concepción resulta limitada.

Para la autora de esta propuesta de la TV Universitaria cubana no basta con legitimar la capacidad analítica que encierra la construcción de sentidos y el desarrollo de la actividad simbólica del televidente frente a la TV o a cualquier otro soporte comunicativo desde donde se recepcione el audiovisual, ni privilegia a unos interlocutores sobre otros. Esta propuesta participativa debe plantear otras formas de interacción con el medio televisivo y también, nuevas relaciones interpersonales, grupales y sociales, entre las personas que se vinculan directa e incluso, indirectamente a la TV Universitaria.

Algunos darán sus opiniones acerca de cualquier problemática de interés o saldrán unos segundos compartiendo un momento especial para la comunidad universitaria o de la vida cotidiana. También pueden integrarse a equipos de realización, dar la idea original para un guión o el criterio de evaluación para un material en producción o ya terminado. La TV puede ser el motivo para una investigación sobre el medio o acerca de uno de los temas que se presente en su programación. Quizás da inicio a un debate o a un autoanálisis, porque “toda la comunidad tiene mucho para decir y mos-

trar sobre sí, la ciudad y el mundo, con criterio autónomo, universitario” (Escobar: cuestionario, 2006).

A partir de esos intercambios y de la concepción participativa de esta TV, es posible definir relaciones que se han de intencionar desde las primeras etapas del proceso comunicativo:

- entre los docentes y estudiantes que se encuentran en la TV cuando interactúan como parte activa de ese colectivo, o en el rol de colaboradores o en el espacio de la teleformación, como teleprofesores y telealumnos,

- entre los que investigan sobre la TV y su impacto y los televidente y responsables de la producción televisiva en estudio,

- entre los miembros de un mismo equipo de trabajo, que pueden ser los profesionales del medio, los docentes, estudiantes y trabajadores de otras áreas que se insertan ocasionalmente al colectivo,

- entre las autoridades universitarias y la gran familia que ha de ser la Televisión Universitaria, con la confluencia en ella, de profesores, estudiantes, trabajadores y personal técnico- artístico,

- entre ese gran colectivo que ha de conformarse y su público meta, que recibe los mensajes a través de la pantalla chica.

Roles

Es posible identificar roles flexibles que pueden asumir indistintamente los interlocutores de esta propuesta, desde los estudiantes, profesores, investigadores, autoridades universitarias y trabajadores de la comunidad universitaria hasta los integrantes de un equipo técnico-artístico tradicional o parte de las comunidades aledañas a la universidad. Algunos de ellos son:

- Televidentes

Quizás cualquiera considere innecesario explicar las características de este rol (en definitiva casi todos saben en qué consiste lo que suele denominarse como público meta), o despierte ciertas dudas este inicio para la relación anunciada.

La recepción de un producto audiovisual -por cualquiera de los soportes técnicos que es posible: televisor, video casetera, computadora, dvd,- es un momento crucial dentro del proceso comunicativo de la Televisión Universitaria participativa.

A partir de la lógica productiva tradicional la decodificación del mensaje por parte de los televidentes es el punto final de un ciclo que se reitera una y otra vez. Pero en esta propuesta se invierte el orden. Ya se explicó la necesidad de conocer y retomar la experiencia de cada cual ante el medio televisivo y replantearse la relación con el público y de este con la tele.

La TV Universitaria aspira a tener ante su producto comunicativo a un televidente que se mire, se oiga, se sienta y se piense cuando sintonice cualquiera de sus espacios. Un receptor crítico, que demande una TV de calidad y cercana a sí, que sepa y aspire a implicarse más en ella, a ayudar a mejorarla.

Los televidentes tienen voz y voto, por tanto no les puede quedar como única alternativa apagar el telerreceptor porque no les interesa lo que transmita por él o ver lo que pongan porque no hay ninguna alternativa mejor. Sus exigencias, sus demandas y opiniones tienen que impulsar los rumbos de la TV Universitaria para que pueda llamarse participativa. Ellos son esos comunicadores potenciales que hay que ejercitar en la participación y en el lenguaje audiovisual, para que puedan ser más activos desde el ejercicio fundamental de la recepción crítica.

Todos ante la tele seleccionan por lo general, los programas, los horarios, la compañía, los medios –si hay posibilidad de escoger- para disfrutar el tiempo que destinan a la TV. Las propuestas de las universidades al aire tienen que coincidir con sus destinatarios principales, que han de ser sus analistas más importantes y estar conectados con ellos para que sus mensajes y el esfuerzo de quienes ponen su mayor empeño en la realización de un producto, no se pierda entre ondas expansivas inalcanzables.

Es necesario aprender a televisar de otra manera para poder ser selectivos en medio de la avalancha de información que circula a diario por los medios masivos de comunicación, gracias a las nuevas tecnologías. Y también se impone que los televidentes aprovechen (estando listos para hacerlo) las oportunidades de intercambiar los roles entre emisores y receptores y de solicitar servicios mediáticos cada vez más personalizados, tal como permite ese mismo contexto tecnológico.

Luego desde esta perspectiva nadie escapa de la condición de teleaudiencia. Todos sus interlocutores son también e independientemente de que asuman otros roles, televidentes, público meta. Solo así, siendo usuario de este servicio, recepcionándolo como un espectador crítico, será posible ponerse del otro lado de la pantalla, pensar en y como los destinatarios finales.

- Realizadores

En la TV Universitaria participativa pueden integrarse a un equipo de realización el personal técnico- artístico, los periodistas y directivos de la Televisión, -o lo que es lo mismo los profesionales del medio, que tradicionalmente tienen el peso fundamental en la producción audiovisual- y otras personas interesadas en compartir sus roles, co-

nocer la dinámica de la TV por dentro, aprender desde la práctica. Esa es una de las distinciones de esta propuesta.

Los que se formaron para asumir la responsabilidad de emisores tienen un gran desafío. A ellos les han enseñados a mirar los medios de comunicación como su espacio de protagonismo social. Para muchos la primera motivación por la profesión la reconocieron mientras veían la tele y se imaginaron en el rol “del que dice o lee” su nombre en los créditos finales. Esa es una forma muy elemental de entender y asumir la comunicación, pero no se puede obviar, porque inspira prácticas transmisivas, dominadoras, que dificultan la horizontalidad que postula esa TV.

Los profesionales del medio conocen con más profundidad las características del lenguaje audiovisual al que deben llevar sucesos, opiniones, historias cotidianas...en función de intereses y necesidades de sus interlocutores. Ese trabajo ahora no lo realizan solos, sino que comparten la responsabilidad en las diferentes etapas de la realización con otros actores, directamente relacionados con el tema que se va a tratar o personas interesadas en ser parte del universo audiovisual de su centro. Lo anterior no es común y por tanto exige potenciar otra manera de comunicarse dentro y desde la TV.

El profesional de la comunicación desarrolla destrezas para la recogida de lo que piensa y opina la población meta, los representantes de la autoridad universitaria y cualquier otro actor social, relacionado con las principales cuestiones a la que le ofrece cobertura la Televisión. Debe organizar esa información, para devolverla a la comunidad, provocar la curiosidad, captar la atención de sus miembros y estimular el debate.

Es un facilitador del proceso, por lo que tiene

que ser flexible y muy creativo cuando retoma experiencias anteriores, integra a un grupo de personas centradas en un mismo fin y promueve las nuevas ideas, para romper con las prácticas más generalizadas en el medio televisivo. Tiene que estimular el equilibrio entre los valores artísticos de la producción audiovisual, su carácter fundamentalmente educativo y su concepción participativa de la comunicación. Todo esto a tiempo que busca captar la atención del televidente, garantizar su gratificación y contribuir a la formación audiovisual de las personas que se integren al equipo.

Ese rol es como el de un arquitecto, que participa en el diseño del mañana, desde la palabra, la imagen y el sonido, pero también desde la escucha activa, que tiene en cuenta cada aporte, aunque es casi imposible que todos se identifiquen tal como se expresan o quisieran verse. Ahí entran a jugar las políticas de comunicación que previamente fueron pactadas y que contemplan la divulgación por esta vía de los mejores valores sociales y jerarquiza temáticas en detrimento de otras. Pero incluso la formulación del perfil editorial debe concebirse después del autodiagnóstico inicial para que no se excluya del matiz participativo.

El comunicador ha de ser un permanente inconforme, sin que esto represente una angustia, sino la inspiración para hacerlo mejor la vez siguiente, con mayor creatividad, profundidad e interactividad con la gente, para que no pierdan la espontaneidad cuando sientan la tensión de la cámara.

El equipo técnico-artístico de la televisora universitaria debe buscar en su propia dinámica laboral (individual y colectiva) capacitar a los nuevos que llegan y alimentar el espíritu de permanente superación entre ellos. No se trata de que se centren en la formación técnica, sino en una forma-

ción integral, a la que nada humano le sea ajeno. De ahí la imperiosa necesidad de que cuenten con las precisiones de cada nueva producción, desde sus finalidades, sus antecedentes, su público meta caracterizado y las formas de intercambio con este, para definir las etapas, recursos y escenarios que darán vida al proyecto.

Al comunicador le deben interesar las opiniones de cada segmento del público, para que no queden demandas por atender. Una de las características de los medios comunitarios es la prioridad que da a especificidades que no caben en la programación o agenda pública de los medios tradicionales por la amplitud de su público objetivo. Entonces a la Televisión Universitaria le corresponde abrirse a la diversidad que puede haber en la comunidad universitaria, que aunque está integrada mayoritariamente por jóvenes (entre 17 y 25 años), entre ellos hay gustos diferentes y además a las minorías también hay que caracterizarlas para tenerlas en cuenta y a partir de eso y los objetivos planteados, conformar una programación de calidad, variada y al servicio de todos.

- Investigadores

La Televisión Universitaria tiene que intencionar la relación con sus interlocutores y entre los diferentes actores que intervienen en ella. “Sería fundamental que promueva la investigación de los públicos y de sus necesidades para poder organizar los contenidos de los programas” (Quiroz, cuestionario: 2006).

Además se recomienda estimular el desempeño del rol de investigadores sociales, que bajo la metodología de la IAP faciliten la evaluación y sistematización de la nueva experiencia comunicativa que propone la TV Universitaria participativa. De ese modo es posible recuperar paso a paso la ló-

gica del proceso vivido, las coherencias y las incongruencias entre el diseño inicial y lo que luego ocurrió.

Una de las características de los campus universitarios, -sedes de la TV Universitaria-, es la confluencia de profesionales de diferentes disciplinas, tanto los profesores hasta sus estudiantes. Ellos pueden aportar desde sus ciencias respectivas, a los grupos de investigación que se conformen en torno a proyectos televisivos. La condición fundamental para representar este rol, es estar involucrado en el proceso a investigar. No se busca observar la realidad y los fenómenos sociales a través de una lupa, que distancia al investigador del objeto de estudio; se aspira a la integración entre uno y otro.

Algunas de las informaciones que registran los medios tradicionales de comunicación, aquí también son necesarias para estructurar la programación, desarrollar la escaleta de un espacio televisivo determinado, conocer la utilidad de un producto específico o para definir el perfil de los usuarios, que se agrupan a partir de sus gustos, carencias, necesidades y criterios convencionales de segmentación social: edad, género, nivel cultural (universitarios fundamentalmente), raza, región de origen.

Es una exploración constante a la comunidad universitaria, pero no ofrecida desde un grupo que en calidad de expertos aplican sus instrumentos de investigación. Ahora es posible un autodiagnóstico, la comunidad universitaria vista por ella misma, contada con sus palabras, soñada con sus propuestas y sus interrogantes. Entonces la manera en la que se obtienen y actualizan esos datos también se ajusta a la concepción metodológica de la IAP.

Los investigadores llevarán el registro de la experiencia, fungirán como sus relatores para facilitar el proceso de evaluación. Observarán desde dentro cada detalle. Su papel de dejar la constancia de lo sucedido, de los desplazamientos en el calendario, de los errores y de las improvisaciones; facilitará esa reconstrucción, pero incluso, sus alertas durante cualquier otro momento anterior al cierre, pueden poner en aviso al colectivo, ayudarlos a organizarse, a volver sobre los objetivos trazados.

Como se plantean roles y rutinas productivas flexibles, cada equipo que intervenga en una realización televisiva podrá refundar la manera de hacer. Devolver lo que se hizo, teorizar sobre esa práctica, documentarla, validar o cuestionar cualquier postulado o alimentar la memoria histórica, que muchas veces se descuida y luego, es muy difícil reconstruir con todos sus matices, son funciones esenciales de los que desempeñen el rol de investigadores.

En resumen, incorporar esta actividad a la Televisión Universitaria participativa, permite sistematizar (reconstruir interpretar y comunicar) una práctica renovadora, aportarle un carácter científico y hacerla coherente con la filosofía que potencia la investigación y el desarrollo en los recintos universitarios. Asumir estos roles no ha de ser el privilegio de unos pocos que dominen metodologías de investigación, pueden integrarse estudiantes, profesores, realizadores de la TV y trabajadores de la comunidad, que compartan saberes y experiencias, tras un objetivo común y sobre todo que participen activamente desde dentro.

- Asesores

La Televisión Universitaria participativa contempla este rol para garantizar el concurso de especialistas de diversas áreas del conocimiento o

sectores de interés que deban reflejarse en los mensajes de este medio. La integración al proceso productivo de estos profesionales garantiza la calidad de la propuesta audiovisual, ya sea por su dominio sobre una temática en particular, su conocimiento sobre el lenguaje audiovisual o su guía para intencionar la participación de los sujetos. También pueden apoyar en aspectos de capacitación.

La especialización del personal que se vincula a la Televisión Universitaria, ya sea de modo permanente, como parte de su equipo técnico-artístico o eventual, para realizaciones específicas, ha de ser sistemática y abarcar desde aspectos relativos a la producción como los referidos al tratamiento comunicativo que ha recibido el tema puntual de uno de los proyectos con perspectivas de llegar a la pantalla chica o cualquier otro asunto que se considere importante.

Para esta preparación también se precisa un diagnóstico que permita aprovechar el conocimiento que atesoran las personas agrupadas en torno a la tele o a la propia comunidad universitaria. Resulta útil listar prioridades temáticas, artísticas, estéticas o técnicas, a estudiar.

La capacitación para la Televisión Universitaria participativa, se dirige en dos sentidos fundamentales: hacia el conocimiento del lenguaje del medio audiovisual y hacia la búsqueda de una conciencia crítica sobre la participación en función del desarrollo social. Ambos aspectos sufren actualizaciones constantes. La primera, por las transformaciones tecnológicas que impactan sobre su proceso de producción, transmisión y recepción; la otra, por el interés que despierta el tema en las polémicas sobre políticas, desde el nivel local hasta el global.

En este caso, como sucede en la EP y en la IAP, el capacitador es capacitado y los capacitados son

capacitadores. La educación se asume como la actitud de interactuar, de compartir historias, fuerzas, habilidades, (des)aciertos, dificultades, caminos, dudas y esperanzas. En fin, se trata de soñar juntos, con los pies bien puestos en la tierra, cómo hacer el medio que se aspira. Quienes laboren o colaboren en él, deben comunicarse sus visiones sobre los diferentes procesos que van a intencionarse desde la producción televisiva hasta la recepción, para que estimulen nuevas maneras de decir y de hacer, -lo que exige conocer las vías tradicionales de “televisar”- y que sumen voces y rostros, pero sobre todo ideas, que puedan contribuir al enriquecimiento cultural o al entretenimiento de los televidentes.

El éxito de un proyecto de este tipo también depende de la formación y profesionalismo de su colectivo, que debe propiciar la superación permanente de todos y buscar la conjugación entre los más conocedores de las temáticas a tratar y los que más se han adentrado en las dinámicas del medio.

Pero además de encargarse del diseño y desarrollo de espacios de capacitación, los asesores pueden convertirse en una fuente de consulta obligada ante cada nueva propuesta audiovisual. Esta era la razón de ser del Consejo Asesor de la Televisión, un organismo que funcionó en la Universidad de La Habana, integrado por profesores de diferentes facultades, que evaluaban los proyectos a realizar y los guiaban una vez al aire. (Pérez, cuestionario: 2006)

Reactivar una estructura similar a ese Consejo, sería una forma de descentralizar la responsabilidad de determinar la pertinencia de las propuestas a transmitir por la TV Universitaria, además promovería el trabajo grupal entre sus miembros para valorar las ofertas y llegar a un consenso, a partir de la calidad de los productos audiovisuales y la

correspondencia con los principios que defiende el medio. Junto a los profesores y autoridades universitarias debían integrarlo representantes estudiantiles y del área no docente, para diversificar su composición y reunir en él, a personas de diferentes ámbitos dentro de la comunidad universitaria, que también son interlocutores fundamentales de la TV Universitaria.

Pensar –como se ha hecho hasta aquí– en los interlocutores de la TV, sugerir algunos de sus roles en función de esta propuesta comunicativa, aporta solo arquetipos inacabados de protagonistas esenciales de un medio audiovisual universitario. Sus funciones en esta construcción colectiva serán enriquecidas en la práctica, donde pueden decidir el qué, el cómo, el hasta cuándo y los por qué de la TV Universitaria que construyan.

Alcance de la TV Universitaria

En este sentido tampoco hay verdades absolutas, sino contextos disímiles y actores implicados de principio a fin que sueñan y llevan a la realidad, la aspiración de convertir a la TV Universitaria en un medio exclusivo del entorno universitario o de compartir sus mensajes con un público más amplio –quizás no tan cercano a las casa de altos estudios–. En algunas el peso fundamental recae sobre las teleclases o materiales didácticos de apoyo a la docencia. Otras tienen una propuesta más amplia.

La Televisión Universitaria participativa en Cuba no debe limitarse solo a apoyar a la enseñanza formal. La universalización que ya tiene sedes por todo el país, facilita conectar a universitarios entre sí, e incluso, que los egresados de las aulas, sigan ofreciendo y recibiendo noticias frescas de interés para este medio y que la sociedad sienta desde la tele, el espíritu y el quehacer de sus jóvenes.

En un primer momento es válido que el alcance de la señal televisiva sea la comunidad universitaria, donde confluyen estudiantes y profesores de diferentes especialidades, investigadores y trabajadores. Con el apoyo de todos es posible estructurar una programación, ensayar una rutina productiva, para cuando consideren oportuno sacar sus programas a otro ámbito y compartirlo con un público más amplio.

La posibilidad de estar en todos los territorios del país favorece también la presencia de propuestas universitarias en la programación de las televisoras comunitarias o la participación de profesionales y estudiantes de estas sedes, en espacios habituales de los telecentros. Además podría pensarse en un futuro llevar producciones universitarias a algunos de los canales educativos nacionales, para que enriquezcan sus parrillas con esta otra mirada. Así se retomaría una práctica que desarrolló décadas atrás, la Televisión de la Universidad de La Habana, con un programa diario en la Televisión nacional.

Si se hiciera un inventario de las experiencias similares al aire en la actualidad, se destacan el Noticiero Juvenil, que vincula a su colectivo a estudiantes de Periodismo, aunque este sigue siendo un programa del Sistema Informativo de la Televisión Cubana, al igual que los noticieros para estudiantes de la Federación Estudiantil de la Enseñanza Media (FEEM) “La FEEM soy yo” y “Ponte al día”, para los niños de la Organización de Pioneros José Martí (OPJM), que con frecuencia semanal son conducidos por estudiantes de esos niveles. El desafío está en experimentar en otros géneros y que la propuesta sea pensada y realizada desde la comunidad universitaria, aunque cuente con el asesoramiento técnico de especialistas del medio.

Si se mirara estratégicamente un tiempo largo, no sería desacertado proponer un canal universitario con alcance nacional, que aproveche la estructura del Ministerio de Educación Superior (MES), que comunica a todas sus universidades y ponga en una misma parrilla televisiva los programas realizados por varios de sus centros universitarios de todo el país. Quizás el inconveniente que salte a la vista sea la tecnología, pero a partir de la política que impulsa el Estado cubano, de dotar a los municipios de estudios televisivos para una programación local, se podría planificar la producción en esos espacios de los programas universitarios que luego se transmitirían nacionalmente por el canal universitario.

De los programas y sus contenidos

Uno de esos primeros cuestionamientos se enfoca hacia qué contenidos tratar, qué debe caracterizar a los programas de esta Televisión Universitaria.

Los temas abordados, enfoques y puntos de vista que debe incorporar la TV Universitaria han generado múltiples interrogantes a quienes se dedican a su estudio y práctica. A la preocupación por entregar una propuesta esencialmente educativa, se suma en este caso la de hacerla participativa, con lo que llegan otras preguntas, algunas de ellas, comunes a las que se formulan en las televisoras locales –muy cercanas a las temáticas del desarrollo y a la participación de las comunidades y grupos sociales-. Sería bueno comenzar respondiendo antes estas otras interrogantes:

¿Qué tienen los miembros de la comunidad universitaria para compartir por la tele?, ¿qué le pueden aportar a esta propuesta televisiva?, ¿qué quieren de ella?, ¿cómo les sirve en su vida cotidiana, para su formación?, ¿cuáles son los espacios que

más disfrutan de la TV Nacional o de los telecentros?, ¿qué les cambiarían?, ¿qué historias van a (re)construir y cómo desde la TV Universitaria?, ¿qué recursos se requieren?, ¿cómo sorprender a los televidentes, para “engañarlos”?, ¿qué roles y responsabilidades pueden compartir?.

El abanico temático será muy amplio, sobre todo porque a los universitarios les interesan distintas áreas del conocimiento y aspiran en términos generales a tener una vasta cultura, que no se limite solo a la especialidad que estudian, además ese es uno de los propósitos del sistema social cubano, que facilita el enriquecimiento cultural de toda la población, incluso de las personas que ya no están –como los universitarios- en una de los niveles de enseñanza. La Televisión Universitaria tendrá entonces que considerar la pertinencia de múltiples contenidos, pero sobre todo su labor se dirigirá a buscar y consultar fuentes diversas, para contrastarlas o presentar nuevos enfoques. También requerirá pensar el estilo con que esas buenas intenciones se comunican.

Para sentirse apelados por la tele, sus interlocutores en la comunidad universitaria, tienen que percibir que los mensajes les hablan, dialogan con sus mismas palabras, expresiones populares y símbolos; solo así es posible que se reconozcan en ellos. Una televisoras que narre el quehacer de sus actores, que conforma su agenda pública con las opiniones de los que quieran decir algo y que insista en conocer los criterios hasta de los más apáticos; impulsa la cultura del diálogo, del entendimiento, del respeto y la tolerancia. Sus contenidos no deben limitarse a dar cuenta de sucesos de poca trascendencia para la comunidad, como tampoco puede estar ajeno a su entorno y las múltiples relaciones que se tejen con beneficios en ambos

sentidos: para la comunidad universitaria y para la localidad o región donde está enclavada la Universidad.

Su búsqueda constante de los temas que despiertan mayor curiosidad en la comunidad universitaria, deberán presentarse a partir de perspectivas inteligentes, que toquen otras aristas y que orienten a la acción, a la confrontación con otros y a la revisión de fuentes que amplíen o analicen la situación desde perspectivas enriquecedoras. La propia organización de la vida universitaria sugiere temáticas generales para llevar a la TV Universitaria, desde la residencia estudiantil, la docencia e investigación, la extensión universitaria hasta la vinculación a proyectos sociales. Hay temáticas universales (la paz, la solidaridad, el cuidado del medio ambiente, integración regional, historia) y otras que se ajustan por lo general a un público joven como mayoritariamente lo es el suyo (sexualidad, planificación familiar, orientación profesional, recreación, salud, deportes, entre otros). Todos abordados desde una perspectiva de género y de equidad racial.

Uno de sus méritos podría ser adelantarse a los medios tradicionales, con un trabajo profiláctico, que invite a identificar a tiempo cuestiones que requieran de la atención de la mayoría. Solo así puede promover el debate sobre el futuro y no exclusivamente acerca de hechos consumados, irreversibles o resultado de un paulatino deterioro.

La parrilla de programación que parta de la gente, -con lo que quieren ver y lo que puede contribuir a su formación, aunque no sea una necesidad sentida o expresa- que muestre cuánto conoce a su público, interpelándolo; que explore sus capacidades e intente ponerlas al servicio del desarrollo social de la nación, va a ser inevitable-

mente distinta a la oferta televisiva del resto de los canales. Pero ¿cómo conjugar esa diferencia con los recursos del lenguaje televisivo para presentar una propuesta atractiva? La clave aseguran varios expertos en el medio, puede estar en crear una identidad de la producción audiovisual que sacuda esquemas, rebusque aristas novedosas y se construya y piense con creatividad. María Teresa Quiroz (cuestionario, 2006) lo define con una palabra: innovar. “Pienso que debería ofrecer todas las posibilidades. Si no, ¿dónde se innova? La Universidad es, por definición, el lugar de la producción de conocimientos. Y conocimientos se producen también, hoy en día, a través del lenguaje audiovisual.”

Según Verónica Heredia “se privilegian las temáticas de interés público y ciudadano: seguimiento a procesos de investigación científica, temas de ciudad, jóvenes, convivencia, salud, medio ambiente, orientación vocacional, formación ciudadana, salud pública, artes y cultura, etc”. (cuestionario, 2006)

Ajustándose al contexto escolar Vicente González Castro recomienda que “los temas principales deben ser aquellos que requieran del valor de la imagen, para mostrar lo inaccesible, lo distante, lo demasiado grande o pequeño, lo demasiado peligroso para hacerlo en una clase, lo excepcional, los hechos históricos no reconstruibles, etc.” (cuestionario, 2006)

¿Y los géneros?

Y sobre los géneros a emplear en propuestas educativas, Orozco (Mazón, 2006: cuestionario) cree que es posible y necesaria la diversidad. “(...) Hay que enseñar con ficción, con drama, con programas cómicos, etc. No solo con documentales o noticias o programas instructivos acartonados

(...) cualquier género o formato es bueno para hacer televisión educativa.”

La Televisión Universitaria participativa tampoco tiene por qué privilegiar determinados tipos de programas. Su público meta es adulto y desde la TV Nacional se ha expuesto a múltiples géneros, desde los dibujos animados, musicales e informativos hasta los dramatizados, por lo que está apto para consumirlos y decodificarlos, aunque debe tener preferencias por uno u otro género, que hay que conocer. En ese sentido la IAP se convierte en un proceso fundamental y la prealimentación ante cada proyecto audiovisual, es una etapa indispensable.

Guillermo Orozco para este ámbito piensa en la pertinencia de prácticamente todos los géneros: “desde telenovelas con otras propuestas axiológicas, otros tratamientos técnicos y temáticos, hasta programas de consumo. Lo que debe eliminarse no son los formatos, sino sus tratamientos y evitar lo mercantil y espectacular. Pero cualquier formato y género televisivo es propio para una TV Universitaria. A lo mejor debe privilegiar ciertos géneros, como el reportaje, el documental, comentarios de noticias y difusión de ciencia, pero estos no deben eclipsar la gama completa de otros géneros televisivos.” (cuestionario, 2006)

Un posible desequilibrio en la programación (se privilegien los espacios informativos o de opinión, en lugar de los dramatizados), tal vez obedezca al elevado costo de la producción de determinados géneros o a su complejidad técnica y estética. Pero no se debe renunciar a esa tipología de programas, muy atractivos para los televidentes, pueden proponerse realizarlos en una etapa superior, como una meta alcanzable paulatinamente, cuando la Televisión Universitaria esté más consolidada y

cuenta con un equipo maduro y una activa colaboración de los miembros de la comunidad universitaria, por ejemplo se podría apoyar en el talento y la disposición de los artistas aficionados de teatro, música y danza, según sea el interés del espacio televisivo y en los instructores de arte, que laboran en todos los territorios del país y en los propios centros de educación superior. También se pueden explorar las posibilidades de realizar coproducciones con los telecentros o algunos de los canales nacionales, sobre todo los educativos.

La selección del formato y género televisivo no es asunto que se deba dejar al azar. En dependencia de los propósitos que se promuevan con el producto comunicativo, será más conveniente emplear uno u otro. Las historias que recrean situaciones afines o no a los televidentes, a través de anécdotas, fábulas, testimonios dramatizados, animaciones, alcanzan mayor preferencia que otros recursos narrativos. El tratamiento comunicativo de una misma cuestión puede incluir (e influir) a cada uno de los comunitarios de forma diferenciada, según sus intereses, grado de implicación con el tema, compromiso, disposición para colaborar y predilección o no por el género en que le presentan la temática. La Televisión Universitaria participativa tiene el deber de explorar a sus interlocutores e imaginar y planificar esos encuentros con el medio audiovisual, para que el provecho que saquen los televidentes y los realizadores, sea más trascendental y útil que el que habitualmente deja el acto de televisar.

El lenguaje audiovisual que fusiona imagen y sonido, requiere intencionar planos, los movimientos de cámara, el tiempo, el enfoque o el ángulo que dedica a un elemento o personaje, las luces, el tipo de sonido, la composición de la imagen,

los efectos, ritmo, fluidez narrativa, el montaje en general... En su uso también la Televisión Universitaria participativa tiene que lograr un sello que la identifique y que no deje de sorprender a los televidentes, que contribuya a su formación audiovisual, a su comprensión crítica de la realidad y de sus posibilidades de ser actores de los cambios que se demandan de su comportamiento individual y de los grupos a los que se integran.

“La TV Universitaria es un excelente espacio para la experimentación, así que puede permitirse narrar desde otras perspectivas, innovar en las estéticas, en las narrativas y buscar cada vez contar historias desde su propio look y perspectiva.” Puede realizar “programas híbridos que mezclen formatos, microprogramas (exploración de otras duraciones, por ejemplo: 5 minutos), documentales, video clips, reportajes periodísticos” (Heredia, cuestionario: 2006)

Vicente González Castro (cuestionario, 2006) difiere del criterio anterior porque “el lugar ideal para experimentar nuevas formas del audiovisual no es la TV didáctica ni educativa, pues añade variantes no controladas a las investigaciones de efectividad. Los cambios en la TV son demasiado peligrosos, los cambios de códigos son rechazados de inmediato por el espectador hasta que se acostumbra a los nuevos códigos, pero si son cuidadosos y moderados, nadie impide experimentar.”

Orozco (cuestionario, 2006) señala a la experimentación como uno de los aspectos que debe diferenciar a la TV Universitaria de los canales comerciales, “que buscan la ganancia segura y no invierten en cambios ni menos en experimentar para sacar nuevas cosas”, por ello cree que una propuesta como la que aquí se fundamenta “tendría que ser el lugar propio para la experimentación.”

Es la oportunidad de crear nuevos lenguajes y de generar opinión sin la presión del mercado, con el respaldo y la participación de los académicos.

El sentido pedagógico del que se habló en las páginas iniciales de este capítulo, apuntaba también a la educación para la comunicación y la participación, por lo que la TV Universitaria puede arriesgarse a introducir modificaciones en los modos de “televisar” porque junto al proceso de producción y recepción de sus materiales, se desarrolla una decodificación activa de la propuesta en cuestión, que estimule otra mirada, como los espejuelos que permitían ver desde otra óptica. Ese desaprender y aprender constante, no le puede temer a las resistencias al cambio, a las dudas y a las incomprensiones que tal vez genere una reformulación del lenguaje clásico del medio, pero esta no es una propuesta concebida desde un realizador que espera al día del debut para apreciar la reacción del público, porque desde la TV participativa, los televidentes acompañan al equipo técnico-artístico desde los primeros momentos (desde la concepción y prealimentación), le sugieren y comparten saberes sobre la realidad y el medio.

No se puede obviar que para experimentar hay que conocer lo que se quiere cambiar y los por qué que sustentan las variaciones, para que la potencialidad de experimentar con el lenguaje audiovisual, no se convierta en un eslogan, que se esconda tras una práctica que llegue a ser aburrida, sin otra razón, que la de cambiar por cambiar. Eso sería contraproducente. Tampoco se trata de sobredimensionar las modificaciones que se realicen a las producciones audiovisuales al extremo de arriesgar su calidad o su capacidad comunicativa. La búsqueda constante de nuevas maneras de decir y producir, de integrar los recursos del medio y de

establecer puentes de intercambio con el público son desafíos para esta propuesta universitaria.

Producción participativa

Como se ha visto la distinción principal de esta propuesta es su carácter participativo, lo que exige concebir cada etapa de la realización bajo este precepto.

Su punto de partida es la prealimentación, que no es más de un diagnóstico, un proceso vivo, que aporta datos sobre la realidad, aproximaciones a la gente, a las circunstancias, a los fenómenos... La prealimentación sobre cada tema, sugiere un acercamiento a sus fuentes bibliográficas y vivientes, que luego enriquecen el intercambio durante el trabajo de mesa hasta que queda perfilado plano a plano, la historia que se quiere contar.

Este momento se concibe como una investigación exploratoria para la que se recomienda activar a un grupo de personas de la propia comunidad que la coordinen. No hay un esquema que implique una misma manera de hacerlo. Ese primer acercamiento puede incluir búsqueda documental, consulta a fuentes de diferente índole, escuchar testimonios, comprobar la información existente, provocar una polémica para conocer puntos de vista, hacer una grabación para después analizarla, revisar productos comunicativos anteriores... En fin, sus resultados permitirán continuar, con una visión más cercana a la temática de interés, con nuevos argumentos o confirmaciones, hacia la fundamentación de la propuesta, que define objetivos y público meta, las razones que motivan a sus realizadores, una escaleta (contiene elementos generales sobre el programa o material audiovisual) y cualquier otro aspecto que se considere necesario.

Ese documento pasará al Consejo Asesor o al eslabón equivalen que debe aprobar que se prosiga o

realice previamente alguna modificación. La concepción del espacio, sintetizado en su escaleta puede ser el pie para el debate en el trabajo de mesa, que reúne a todos los implicados y si es posible se podría realizar en algunos de los escenarios que se referirán desde el audiovisual, para estar cerca del contexto de interés y de las personas de ahí, que podrán intervenir si lo desean y hacer nuevos aportes, por ejemplo en cuanto a la definición de locaciones o elementos de ambientación. De este modo se genera un clima creativo y comunicativo favorable desde los primeros pasos. Luego de valorar los recursos necesarios para este trabajo, se comenzará la grabación, junto a miembros de la comunidad universitaria que ayudarán al grupo de realización desde los roles tradicionales (entrevistadores, camarógrafos, luces, micrófono, productor, etc) o los que se consideren en cada caso.

Le sigue la revisión de todo lo que se grabó y la selección de los tiempos para la edición. Ambos momentos están abiertos a la participación, que también puede activarse desde otros soportes que complementen a la TV, como puede ser un correo electrónico, un foro interno, una página web, un número de teléfono, un cartel, un intercambio directo (depende de las condiciones de cada lugar). Estas otras vías de comunicación facilitarán el seguimiento sobre lo que se prepara, que también se puede promocionar a través de un demo, que al verse en colectivo, estimule un análisis crítico desde su contenido hasta el empleo de los recursos del lenguaje audiovisual. Como parte de los roles compartidos desde el comienzo hay miembros de la comunidad universitaria que acompañan la producción desde la investigación, lo que garantiza que no se pierda ninguna información que sea significativa y que haya llegado a través de algu-

no de esos canales comunicativos. Casi al final se anuncia la proyección del programa y se trasmite a la hora señalada, que debe corresponder con la de mayor exposición al medio, por parte del público específico al que se dirige el producto comunicativo o a las lógicas organizativas del espacio televisivo.

La recepción debe permitirle a los televidentes interactuar con el producto: no tiene final con toda intención, para que las personas devuelvan cómo les gustaría que terminara; o se ofrecen variantes para que seleccionen el final de su agrado; o termina con una interrogante para que sean los miembros de la comunidad quienes la respondan; o hallen un motivo para reflexionar a través de la trama, los comentarios o las informaciones que comparten –en dependencia del género- los televidentes van formándose una nueva visión de un problema cercano, quizás cotidiano, pero que no habían mirado con ese enfoque, en el que no habían pensado o la propia rutina, les había pasado por alto y ahora vuelven su reflexión y su acción sobre ellos. Y tal vez de esa reacción pueda surgir una nueva propuesta para seguir enriqueciendo la producción audiovisual de la universidad o darle seguimiento a una cuestión específica.

La evaluación

Más que momento o etapa, la evaluación es un proceso vital desde esta formulación participativa, en correspondencia también con la concepción educativa y comunicativa que encierra (en tanto centra su atención en el decursar del proceso y en las vías que se activaron para el desarrollo de potencialidades, de interlocutores). El análisis comienza cuestionándose la participación alcanzada en:

- el punto de partida (si tomó en cuenta a las personas de la comunidad universitaria activamente),

- la concepción educativa asumida (estimula la reflexión, la problematización, su interés fundamental está en el proceso integralmente),

- la metodología de la investigación, que debió acompañar el proceso,

- la concepción comunicativa que se reflejó en la lógica productiva seguida,

- la actitud comunicativa asumida por los protagonistas del proceso y las relaciones que se articularon en distintos espacios y niveles, entre ellos (si lograron realmente empatía, un efectivo trabajo grupal, compartir roles y responsabilidades),

- las estrategias de uso por sus interlocutores, la utilidad para ellos

- la sistematización del proceso comunicativo vivido, mirado desde sus protagonistas.

- la formulación del mensaje audiovisual a partir del empleo de los recursos del lenguaje audiovisual y la adecuada selección del género y de los códigos empleados, como facilitadores del diálogo:

Guillermo Orozco (cuestionario, 2006) incluye entre sus parámetros evaluativos para una Televisión Universitaria con fines participativos como esta: “la pertinencia ciudadana de los temas, la traducción adecuada de contenidos científicos en formatos de divulgación, la calidad técnica en la producción, la pluralidad temática y de formatos, el nivel de experimentación, de innovación televisiva, la relación con la audiencia.” Y para desarrollar este proceso de manera sistemática sugiere la fusión de la investigación cuantitativa y cualitativa, el empleo de encuestas periódicas y grupos de enfoque y una vez que se consolide la experiencia, habilitar el rating, como una referencia posterior.

María Teresa Quiroz (cuestionario, 2006) recomienda tener en cuenta para la evaluación los públicos a los que se dirige la propuesta televisiva y

los estudios sobre estos, los temas y contenidos incorporados, la efectividad de la gestión televisiva, el adecuado empleo de los géneros y el desarrollo de la creatividad.

Weimar Escobar (cuestionario, 2006) busca mediante el proceso evaluativo comprobar el sentido crítico, autónomo y constructivo de la Televisión Universitaria, los niveles de participación que posibilita, la relación con el entorno, la coherencia entre las funciones que se postulan a nivel de discurso y lo que sucede en la práctica. “Que actualice y forme, que sea entretenida y no pesada, que complemente la educación dada en Universidades.”

En resumen y tal como asegura Verónica Heredia (cuestionario, 2006) una Televisora Universitaria debe regirse por los patrones tradicionales de calidad para el medio audiovisual, con aspectos como:

- Calidad técnica de los programas: cualidades de imagen y sonido.

- Aspectos estéticos: variedad y pertinencia de recursos técnicos utilizados; género y formatos utilizados, coherencia de la propuesta estética y narrativa con el propósito aparente del programa.

- Aspectos narrativos: dramaturgia, calidad y coherencia de la narración visual, recursos narrativos e interés que despierta en el televidente.

- Innovación y exploración creativa de los recursos estéticos y narrativos.

- Contenidos, temáticas y su relevancia social: interés que despierta el tema, innovación en estrategias y perspectivas de aproximación a los contenidos, relación del tema con el público, claridad en la presentación de mensajes y niveles de investigación que se advierten en el producto terminado.

- Relación con la teleaudiencia: capacidad del programa para provocar reflexiones, opiniones o

emociones en los televidentes; adecuación del programa al público al cual se dirige; capacidad para detectar las demandas de los televidentes y trasladarlas al programa; impacto en los televidentes: valoración y uso del programa.

- Capacidad para generar movilización y participación en torno a temas de interés colectivo.

- Valorización de las diferencias, las individualidades, las minorías.

- Optimo aprovechamiento de los recursos tecnológicos disponibles: lograr que la tecnología empleada (obsoleta o de punta) esté al servicio del oficio, conocimiento y experiencia de la realización en televisión. No por tener cámaras y equipos de última tecnología se puede hacer televisión. Se requiere un conocimiento previo sobre sus lógicas, narrativas, estéticas y formatos.

- Promoción de la diversidad desde los temas, géneros, formatos, recursos utilizados.

- Coherencia entre todos los aspectos mencionados anteriormente y la intención de sentido del programa.

Desde esta perspectiva el público es fundamental para evaluar el resultado mostrado por la tele y el proceso que le dio origen. Pero también sus participantes directos al terminar cada nueva entrega audiovisual, deberán autoevaluar y coevaluar lo sucedido, para ello contarán con la información recogida por los que hicieron la pesquisa inicial (como parte de la prealimentación) y la memoria que organice el relator u observador. En la evaluación se enriquecerá la memoria con las valoraciones de los miembros del equipo de realización, cada uno aportará sus puntos de vista y a partir de esa construcción colectiva se puede ir validando las mejores maneras de innovar con el lenguaje televisivo, de propiciar desde la tele, la participación

activa de los miembros de la comunidad universitaria. Y eso no se conseguirá de un día para otro, es un largo camino, del que no se puede perder detalle alguno, en el que las piedras con las que se tropiece, también serán significativas para alcanzar la utopía de ofrecer un servicio televisivo de calidad, comprometido integralmente con los sujetos que conforman su público y su equipo de trabajo.

La Televisión Universitaria participativa está aún por pensarse mucho más y tiene en la práctica un terreno abierto para poner una vez más a prueba las capacidades creativas y comunicativas de los jóvenes cubanos. Participar de este proceso fundacional en Cuba, ser parte de su evolución y

consolidación, no es una aspiración inalcanzable para los centros de educación superior del país.

La principal fortaleza del proyecto social cubano es su capital humano, el talento, el esfuerzo, la dedicación y la inventiva de su gente. Construir utopías es una de las deudas eternas de la Universidad con el desarrollo social en cualquier lugar del planeta. La particularidad de esta Isla es la oportunidad que da para hacer los sueños realidades palpables. Esa es la distancia que separa a esta propuesta de un universo audiovisual que la valide: volcar en imágenes y sonidos, en diálogos y reflexiones, esta formulación participativa para una Televisión Universitaria con un sello auténtico.

¹ “JESÚS GALINDO DESARROLLA EL TÉRMINO COMUNICOLOGÍA COMO EL “ESTUDIO DE LA ORGANIZACIÓN Y COMPOSICIÓN DE LA COMPLEJIDAD SOCIAL EN PARTICULAR Y LA COMPLEJIDAD COSMOLÓGICA EN GENERAL, DESDE LA PERSPECTIVA CONSTRUCTIVA – ANALÍTICA DE LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE LAS CONFIGURAN.” [GALINDO EN RIZO, 2004: 105]. COMO DISCIPLINA SE ENSEÑA EN LA ACADEMIA, SE DEBATE SOBRE SU ESTADU TO COMO CIENCIA, POSEE UN CUERPO TEÓRICO CONCEPTUAL, Y TIENE UNA PRESENCIA EN LA REALIDAD SOCIAL EN TANTO, EN PRIMERA INSTANCIA, ES RECONOCIDA POR DIFERENTES AGENTES (INSTITUCIONALES Y/O INDIVIDUALES).” (OLIVERA, 2006)

² CARACTERIZADA MAYORITARIAMENTE POR DESIGUALDAD, SUBJETIVISMO, IRRACIONALIDAD Y DISFUNCIONALIDAD SEGÚN MAURO WOLF (1980: 93).

³ TAMBIÉN CONOCIDA COMO INFORMACIONAL Y/O LINEAL, RESPONDEN MODELOS PERSUASIVOS, DEPOSITARIOS, RECTILÍNEOS, QUE ESTABLECEN UNA UNIDIRECCIONALIDAD EN EL PROCESO, DONDE INTERVIENEN ELEMENTOS COMO EL EMISOR, EL MENSAJE Y EL RECEPTOR. PARA MÁS INFORMACIÓN CONSULTAR EL CAPÍTULO I.

⁴ CONCEBIDO DESDE LA EP COMO UN PROCESO DE CONSTRUCCIÓN POR PARTE DEL SUJETO QUE APRENDE, DE CONOCIMIENTOS, HABILIDADES Y MOTIVOS DE ACTUACIÓN, PROCESO QUE SE PRODUCE EN CONDICIONES DE INTERACCIÓN SOCIAL, EN UN MEDIO SOCIOHISTÓRICO CONCRETO, SOBRE LA BASE DE LA EXPERIENCIA INDIVIDUAL Y GRUPAL. (GONZÁLEZ, 2004: 145)

⁵ EL INTERÉS POR CAPTAR LA RIQUEZA Y LA COMPLEJIDAD DE LOS FENÓMENOS SOCIALES, HACE QUE ESTA METODOLOGÍA APROVECHE LOS APORTES DE VARIAS TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN Y QUE SE GESTE UN PROCESO PARTICIPATIVO Y GRUPAL PARA ESTUDIAR UN FENÓMENO SOCIAL DETERMINADO. ES LA FÓRMULA REFLEXIÓN-ACCIÓN-REFLEXIÓN, QUE INVITA A PENSAR LA REALIDAD, PARA TRANSFORMARLA, A TIEMPO QUE LOS SUJETOS SOCIALES QUE PARTICIPAN, TAMBIÉN CRECEN.

⁶ FIDEL, EN EL II TALLER NACIONAL SEÑALABA: “YO CREO QUE PODEMOS CONVERTIR LA NACIÓN ENTERA EN UNA UNIVERSIDAD. TENÍAMOS UNA, DESPUÉS DOS MÁS, AHORA DECENAS (...) ESTÁN EN TODAS PARTES Y SIMPLEMENTE ME PARECE VER LA POSIBILIDAD DE UNA NACIÓN CONVERTIDA EN UNIVERSIDAD; ES UN SUEÑO.” ([HTTP://WWW.MES.EDU,CU](http://www.mes.edu.cu))

⁷ LOS PRIMEROS PASOS PARA CONSTITUIR A LA NUEVA UNIVERSIDAD SE REMONTAN EN LA REFORMA UNIVERSITARIA EN 1962, DONDE LOS MOMENTOS PRINCIPALES SON: ENSEÑANZA GRATUITA, SISTEMA DE BECAS, POSTERIORMENTE, EN LA DÉCADA DEL 70 ENCONTRAMOS NUEVOS PASOS CON: LA MULTIPLICACIÓN DE LA RED DE CENTROS DE EDUCACIÓN SUPERIOR, EL PLAN ESTUDIO-TRABAJO; LA CREACIÓN DE FILIALES Y UNIDADES DOCENTES, LA IMPLEMENTACIÓN DE LOS CURSOS PARA TRABAJADORES, LA ENSEÑANZA A DISTANCIA Y LA EDUCACIÓN A DISTANCIA ASISTIDA, ETC.

⁸ “(...) ES LA EXTENSIÓN DE LA UNIVERSIDAD Y DE TODOS SUS PROCESOS SUSTANTIVOS A TODA LA SOCIEDAD A TRAVÉS DE SU PRESENCIA EN LOS TERRITORIOS, PERMITIENDO ALCANZAR MAYORES NIVELES DE EQUIDAD Y DE JUSTICIA SOCIAL EN LA OBTENCIÓN DE UNA ELEVADA CULTURA INTEGRAL DE LOS CIUDADANOS” (TOMADO DEL PORTAL DEL MINISTERIO DE EDUCACIÓN SUPERIOR DE CUBA, MES) LA INICIATIVA, CONTINUIDAD DEL PENSAMIENTO ESTRATÉGICO DEL COMANDANTE EN JEFE FIDEL CASTRO RUZ, QUE HA PERMITIDO MANTENER DURANTE MÁS DE CUATRO DÉCADAS A CUBA CON ÍNDICES DE INSTRUCCIÓN MUY SIGNIFICATIVOS, RESPONDE AL DESARROLLO QUE HA ALCANZADO EL PAÍS EN ESTE SECTOR, EVIDENCIADO EN LA INFRAESTRUCTURA DISPONIBLE Y EL CAPITAL HUMANO CAPACITADO PARA FORMAR PROFESIONALES DE DIFERENTES ESPECIALIDADES EN TODAS LAS LOCALIDADES.

⁹ “LAS IDEAS SON HOY EL INSTRUMENTO ESENCIAL EN LA LUCHA DE NUESTRAS ESPECIES POR SU PROPIA SALVACIÓN. Y LAS IDEAS NACEN DE LA EDUCACIÓN.” ASÍ DEFINIÓ EL COMANDANTE EN JEFE FIDEL CASTRO LA IMPORTANCIA DE LAS IDEAS EN LA CLAUSURA DE LA CONFERENCIA INTERNACIONAL “POR EL EQUILIBRIO DEL MUNDO” (29 DE ENERO DE 2003). BAJO ESOS PRINCIPIOS EL PUEBLO CUBANO DESARROLLA DESDE EL 2000 LA BATALLA DE IDEAS, QUE CONTEMPLA VARIOS PROGRAMAS SOCIALES QUE ASPIRAN A ELEVAR LA CALIDAD DE VIDA Y LA CULTURA GENERAL INTEGRAL DE LOS CUBANOS, A TIEMPO QUE CONTEMPLA LA LUCHA POR EL REGRESO DE LOS CINCO ANTITERRORISTAS CUBANOS, PRESOS EN LOS EEUU, LA LUCHA POR LA PAZ MUNDIAL, CONTRA EL INJUSTO BLOQUEO ECONÓMICO QUE SOSTIENE EL GOBIERNO DE LOS EEUU CONTRA CUBA Y LA LUCHA POR CUMPLIR LOS OBJETIVOS DEL JURAMENTO DE BARAGÚA.

¹⁰ GUILLERMO OROZCO CLASIFICA COMO MEDIACIÓN SITUACIONAL A AQUELLAS EN LAS CUALES SE RECEPCIONA O INTERACTÚA CON EL REFERENTE MEDIÁTICO, SITUACIÓN QUE IMPLICA LA COMPAÑÍA O LA SOLEDAD, EL MEDIO INVOLUCRADO, LAS CARACTERÍSTICAS DEL ESCENARIO DE RECEPCIÓN, LOS ESTADOS DE ÁNIMO DE LA AUDIENCIA Y OTROS ELEMENTOS QUE CONDICIONAN LA RECEPCIÓN. LA INVESTIGADORA CUBANA MARGARITA ALONSO AÑADE A LA PROPUESTA TEÓRICA DE OROZCO, LA MEDIACIÓN CONTEXTUAL, REFERIDA A LA FORMACIÓN SOCIAL DE LA TELEAUDIENCIA QUE DEPENDE DE LA CULTURA, LA HISTORIA, EN COMÚN DE LOS MIEMBROS DE UNA SOCIEDAD, QUE POR LO TANTO TIENEN COMPORTAMIENTOS SIMILARES COMO TELEESPECTADORES. OTRA DE SUS CLASIFICACIONES ES LA DE MEDIACIONES MICROSOCIALES (CONTEXTOS COMUNICATIVOS INTERPERSONALES Y GRUPOS SOCIALES CON LOS QUE SE COMPARTE EL PRODUCTO TELEVISIVO) Y MACROSOCIALES (CONTEXTOS POLÍTICOS, ECONÓMICOS, ESTRUCTURA SOCIOCLASISTA, FACTORES SOCIOCULTURALES, ETC), QUE TAMBIÉN INFLUYEN EN LA RECEPCIÓN TELEVISIVA. (RODRÍGUEZ, 2006)

¹¹ MANUEL CALVIÑO CONDUCE UN PROGRAMA DE ORIENTACIÓN PSICOLÓGICA QUE CON FRECUENCIA SEMANAL, ES TRASMITIDO POR LA TELEVISIÓN NACIONAL

ANTES DE APAGAR LA TV (ES DECIR LAS CONCLUSIONES)

Las Televisoras Universitarias son candidatas ideales para ensayar dentro de las propias universidades y en su entorno más próximo, la “otra comunicación”, la que rompe el monólogo del locutor, periodista o realizador, ante su público. Esta es una opción comprometida con el desarrollo social desde lo local y exige la participación de los ciudadanos, devenidos interlocutores, con un mayor protagonismo en el proceso comunicativo. De ahí que la propuesta de la TV Universitaria participativa encuentre sus fundamentos teóricos en la Educación Popular, la Comunicación Popular y la Investigación Acción Participativa (IAP).

Las Televisoras sistematizadas en la región latinoamericana, incluyendo a Cuba, muestran experiencias que se autodefinen como alternativas a los canales comerciales, sobre todo porque incluyen en sus parrillas, a diferencia de estos últimos, programas con un corte educativo y cultural, de extensión de la Universidad a sus comunidades más cercanas, a través del óptimo empleo del lenguaje audiovisual y de la tecnología disponible. Estos son referentes obligados para emprender nuevas prácticas en el audiovisual universitario.

La TV Universitaria participativa encuentra su núcleo principal en el espíritu creativo y reflexivo de las casas de altos estudios, ineludiblemente emparentadas al desarrollo. A las funciones definidas para el medio televisivo -educativas, informativas y de entretenimiento-, esta alternativa añade la depotenciar la participación, no solo dentro de la tele, sino en espacios sociales de los que ella da cuenta.

En Cuba la Televisión Universitaria participativa deberá confeccionar su agenda temática con problemáticas a fines al desarrollo, que significan pensar integralmente en los seres humanos en el proyecto social que se construye hace más de 45 años. Sus oportunidades son el capital humano integrado a la educación superior por todo el país y la disposición que siempre han mostrado con el trabajo de los medios de comunicación, así como las nuevas capacidades tecnológicas que se instalan en los municipios.

Ahora la invitación es avivar los vínculos entre los miembros de la comunidad universitaria y su Televisora. Invocar a la creatividad, a la polémica, para desafiar la sentencia de Gilberto Gesbron: “La TV proporciona temas sobre qué pensar, pero no deja tiempo para hacerlo,” la universitaria es una Televisora para conjugar acción y reflexión.

Recomendaciones

Continuar el estudio de la relación entre Comunicación y desarrollo desde la perspectiva cubana.

Valorar las posibilidades de intercambio con realizadores de Televisoras Universitarias de la región para enriquece sus prácticas.

Desarrollar el modelo de Televisión Universitaria Participativa para el contexto de la universalización en Cuba, que permita integrar a varias universidades y estrechar los vínculos entre estas y los canales y telecentros existentes.

ANEXOS

Anexos 1

Las experiencias de Televisión Universitaria en la región que se analizaron para este estudio fueron:

1. Canal 13, de la Universidad Católica de Chile
2. TV-UNAM, de la Universidad Autónoma de México.
3. TVLUZ, de la Universidad de Zulia, Venezuela
4. Canal U, de Medellín, Colombia.
5. Canal de la Universidad de Antioquia, Colombia.
6. Canal 13 de la Universidad Pontificia de San Andrés, Bolivia
7. TV Universitaria de la Universidad de La Habana, Cuba
8. Dirección de medios audiovisuales del Instituto Superior Pedagógico Enrique José Varona, Cuba
9. UCITeVe, de la Universidad de la Ciencias Informáticas, Cuba

Guía para analizar las experiencias de TV Universitaria:

- Función: educativa, cultural, recreativa, informativa
- Alcance: comunitario, regional, nacional, global
- Interlocutores y sus roles
- Tratamiento temático:
 - contenidos (temas de interés)
 - frecuencia (diaria, interdiaria, semanal)
 - géneros (informativos, ficcionales -dramatizados, teleserie, programas de aventuras y de acción, telenovelas, filmes, melodramas, dibujos animados-, musicales, humorísticos, documentales, teleclases, publicidad o anuncios de bien público y propaganda.)
- Relación con otros medios:

-dentro de un sistema o red de medios de comunicación internos de la Universidad

-dentro de un sistema o red de medios de comunicación local o regional

-dentro de un sistema o red de medios de comunicación nacional.

•Evaluación:

-tipo de evaluación: del proceso, de los resultados, ambos

-actores de la evaluación

-parámetros a evaluar

-modo de incorporar a la práctica los resultados de la evaluación

Anexo 2

Guía para la observación participante

Esta técnica de investigación se utilizó durante los primeros seis meses del curso escolar 2005-2006.

El registro de esta información fue de utilidad para la construcción del epígrafe 2.4.6.3 y del capítulo tres (Zapping III...). La observación fue posible porque la investigadora trabajaba como periodista en la Dirección de TV Universitaria de la UCI.

1-Universo: TV Universitaria de la UCI

2-Muestra: reuniones de producción y coberturas televisivas.

3-Unidades de observación:

• Equipo técnico.

Categorías: miembros (camarógrafos, realizadores, luminotécnico, sonidista, editores, estudiantes, profesores, otros), relaciones de trabajo (flexibles, formales, funcionales, infuncionales)

• Equipo de Dirección

Categorías: composición (estable o variable), con-

cepción de la participación (alta, media, baja), especialización (experticia, improvisación, mediante asesoría)

- Momentos del ciclo productivo

Categorías: preproducción (concepción, aprobación, prealimentación, planificación), producción (grabación, digitalización, visionaje, edición), postproducción (evaluación del producto, transmisión, archivo, reatrealimentación)

Anexo 3

Los entrevistados foráneos fueron:

- Valerio Fuenzalida, investigador de la Televisión Nacional de Chile e investigador del CENECA y del CPU, además de consultor de UNESCO, UNICEF, CEPAL-FAO y CIESPAL. Es autor, entre otros libros, de Televisión y cultura cotidiana (CPU, 1997). investigador de Chile.
- Guillermo Orozco, graduado en Ciencias de la Comunicación en la Universidad Jesuita de Guadalajara (ITESO), México. Doctor en Educación por la Universidad de Harvard. Catedrático de Ciencias de la Comunicación en la Universidad de Guadalajara. Ha sido coordinador del grupo de trabajo sobre estudios de la recepción de ALAIC y catedrático UNESCO en Bogotá y Barcelona. Autor de numerosos trabajos sobre comunicación y medios, ha centrado su línea de pensamiento e investigación en los estudios de la recepción y la alfabetización audiovisual.
- Verónica Heredia, comunicadora social y especialista de la Dirección de Televisión Universitaria de la Universidad de Antioquia, en Colombia
- Weimar Escobar, de la Universidad del Valle en Colombia
- María Teresa Quiroz, Presidente de FELAFACS.

Cuestionario:

Hola: me llamo Tamara Roselló y soy comunicadora social y trabajo como periodista en la Dirección de TV Universitaria de la Universidad de Ciencias Informáticas de Cuba. Actualmente realizo mi tesis de maestría en Desarrollo Social y trabajo en una propuesta participativa para la TV Universitaria. A través de Internet y de la bibliografía disponible me propuse sistematizar experiencias de TV Universitaria de nuestro continente, y consultar a expertos o realizadores del medio, por eso llegué a su correo. Le agradecería su colaboración, respondiendo el siguiente cuestionario, o cualquier otra sugerencia. Disculpe el tiempo que le he ocupado, saludos y gracias de antemano, Tamara

1-¿Qué debe distinguir a una Televisora Universitaria en función del desarrollo social?

2-A partir de las experiencias de Televisoras Universitarias que conoce, considera que exista alguna modalidad que permita clasificarlas para su estudio.

3-¿Cuáles son las temáticas y tipologías de programas que podrían desarrollarse en la TV Universitaria? ¿Quién (es) las determinan?

4-¿Cuáles son los factores a su juicio que posibilitarían el óptimo aprovechamiento de la TV Universitaria en el actual contexto tecnológico y cuáles lo frenarían?

5-Desde su referente ¿cómo participa la comunidad universitaria en la TV Universitaria?

6-¿Qué ventajas le atribuye al uso de la TV universitaria como vía de participación? ¿Cuáles son sus principales limitaciones?

7-¿Qué papel deben asumir el equipo técnico, los docentes y los estudiantes universitarios como parte de una TV que se proclame participativa?

8-¿Qué vías y espacios de participación cree que pueden implementarse para los usuarios de la TV Universitaria?

9-Si tuviera que evaluar la calidad y pertinencia de la TV Universitaria, comprometida con el desarrollo social y la participación ¿cuáles serían los parámetros que tendrían en cuenta?

10-¿Qué posibilidades ofrece la TV Universitaria para la experimentación en cuanto al lenguaje audiovisual?

11-¿Cuáles son los factores a su juicio que posibilitarían el óptimo aprovechamiento de la TV Universitaria en el actual contexto tecnológico y cuáles lo frenarían?

Anexo 4

Reproducimos algunos fragmentos de las respuestas recibidas:

Guillermo Orozco

-A partir de las experiencias de Televisoras Universitarias que conoce, considera que exista alguna modalidad que permita clasificarlas para su estudio.

(...) Yo diría que todas se inscriben en ser televisoras culturales, la mayoría de ellas públicas, aunque puede haber también privadas. Lo que distingue a una TV universitaria es su intención de ampliar la universidad a la comunidad mayor del lugar donde se inscribe, sin ser una televisora estrictamente educativa., sería una televisora para la difusión de ciencia y cultura, pero también de otros programas que ofrezcan diversión y entretenimiento a un público más general.

-¿Cuáles son los factores a su juicio que posibilitarían el óptimo aprovechamiento de la TV Universitaria en el actual contexto tecnológico y cuáles lo frenarían?

Los universitarios mismos no están acostumbrados a producir para difundir. Producen para publicar a un círculo de ilustrados lectores, pero no se preocupan por hacer llegar sus conocimientos y descubrimientos más allá de ciertos círculos académicos. Hay que hacer campaña hacia dentro de la universidad para que fluya la materia prima para realizar programas de calidad, hacia fuera también hay que sensibilizar de lo que puede ofrecer una TV universitaria. Temas que otros sectores no universitarios demandan para su bienestar. Hay que romper la idea de que lo universitario es aburrido y eliminar el énfasis instructivo. Se tiene que apelar a una audiencia que requiere información pero que no es ignorante ni tiene que ser tratada como tal. No se trata de competir, sino de abrirse espacio en los gustos del público como una opción diferente.

-¿Qué ventajas le atribuye al uso de la TV universitaria como vía de participación? ¿Cuáles son sus principales limitaciones?

Hay que garantizar la universalidad y la pluralidad de la TV universitaria. El peligro es que el rector en turno o las autoridades en turno la quieran para dar cobertura de sus actividades o propaganda de su gestión. Hay que asegurar un Consejo Universitario de la TV(...).

-Si tuviera que evaluar la calidad y pertinencia de la TV universitaria, comprometida con el desarrollo social y la participación ¿cuáles serían los parámetros que tendrían en cuenta? La pertinencia ciudadana de los temas, la traducción adecuada de contenidos científicos en formatos de divulgación, la calidad técnica en la producción, la pluralidad temática y de formatos, el nivel de experimentación, la innovación televisiva y la relación con la audiencia.

María Teresa Quiroz

-¿Cuáles son las temáticas y tipologías de programas que podrían desarrollarse en la TV Universitaria? ¿Quién (es) las determinan?

Desde mi punto de vista una Televisión Universitaria requiere de un equipo humano y de una organización del trabajo que está más allá de la o las dinámicas de los cursos y del aula de clase. Sería fundamental que una TV universitaria promueva la investigación de los públicos y de sus necesidades para poder organizar los contenidos de los programas. Asimismo, innovar en materia de géneros televisivos.

-¿Qué posibilidades ofrece la TV Universitaria para la experimentación en cuanto al lenguaje audiovisual?

Pienso que debería ofrecer todas las posibilidades. Si no, ¿dónde se innova? La Universidad es, por definición, el lugar de la producción de conocimientos. Y conocimientos se producen también, hoy en día, a través del lenguaje audiovisual.

-¿Cuáles son los factores a su juicio que posibilitarían el óptimo aprovechamiento de la TV Universitaria en el actual contexto tecnológico y cuáles lo frenarían?

El contexto tecnológico actual es muy propicio para el desarrollo de la TV universitaria, facilita su difusión, la interacción. Por eso es que debe ser pensada aprovechando ese contexto tecnológico. Pero, repito, lo importante está en saber qué se quiere, a quiénes se dirigen, qué proponen.

-¿Qué ventajas le atribuye al uso de la TV universitaria como vía de participación? ¿Cuáles son sus principales limitaciones?

La participación dependerá del modo como se organice la TV universitaria, no es automáticamente participativa. Dependerá de cómo se organiza, de

qué programas se promueven, de cómo se incorpora a los públicos.

Vicente González Castro:

-¿Qué rasgos deben distinguir a una Televisora Universitaria en el contexto cubano?

El principal rasgo distintivo es la universalización de la universidad, un concepto diferente de la enseñanza universitaria. No se trata de una opción para quienes no pueden llegar a las universidades de enseñanza formal, como la Open University de Inglaterra, sino de un apoyo a la enseñanza ya descentralizada de los centros universitarios en un país de libre acceso a la universidad gratuita.

- ¿Cuáles son las temáticas y tipologías de programas que podrían desarrollarse en la TV Universitaria? ¿Quién (es) las determinan?

Depende del tipo de uso que se le dé. Si es directa, la deciden los funcionarios universitarios en dependencia de aquellas asignaturas con más dificultades en el claustro, si es de apoyo, las cátedras determinan las asignaturas y temas que requieren más del apoyo de la TV como medio de enseñanza, Si es en cursos abiertos, la entidad que los organice en dependencia de las demandas o políticas educativas. Los temas principales deben ser aquellos que requieran del valor de la imagen, para mostrar lo inaccesible, lo distante, lo demasiado grande o pequeño, lo demasiado peligroso para hacerlo en una clase, lo excepcional, los hechos históricos no reconstruibles, etc

-¿Qué posibilidades ofrece la TV Universitaria para la experimentación en cuanto al lenguaje audiovisual?

El lugar ideal para experimentar nuevas formas del audiovisual no es la TV didáctica ni educativa, pues añade variantes no controladas a las investigaciones de efectividad. Los cambios en la TV son

demasiado peligrosos, los cambios de códigos son rechazados de inmediato por el espectador hasta que se acostumbra a los nuevos códigos.. pero si son cuidadosos y moderados, nadie impide experimentar.

-¿Qué perspectiva encuentra para el desarrollo de la TV Universitaria en Cuba?

El mejor momento de la TV universitaria en Cuba fue en las décadas de los 70 y 80 donde se volcó el trabajo de importantes centros de educación superior y especialistas en investigar sobre la importancia y efectividad de este medio. Se publicaron muchos materiales, libros y manuales para que los profesores aprendieran a usarla y se hicieron varios doctorados y tesis. Ahora lo caracteriza una masividad con clases directas, que no es siempre el mejor uso de la TV, donde muchos reciben el material ya producido y no pueden hacer nada para modificarlo. La Universidad para todos es una opción positiva, pero alcanzará su verdadera razón de ser cuando se determinen con exactitud científica los temas que los ciudadanos quieren estudiar y profundizar y no se seleccionen temáticas de dudosa aceptación por la mayoría de los potenciales estudiantes. Las clases deben ser más atractivas y ajustarse a los parámetros internacionales (una teleclase no debe exceder de 25 minutos, porque ella equivalen a una clase formal de 40 minutos por la concentración de la información).

Documento normativo para la TV Universitaria en la Universidad de Antioquia, Colombia (facilitado para este estudio)

RECTORÍA

CIRCULAR 001

3 De Febrero de 2005

ASUNTO: La proyección de la Universidad a través de la Televisión. Hacia el fortalecimiento de la

Televisión Universitaria.

La presente comunicación tiene como propósito entregar a Ustedes información acerca de nuestra intervención en televisión, buscando optimizar la utilización de este medio para contribuir al cumplimiento de los Planes que nos hemos trazado.

1. MECANISMOS.

Como es de su conocimiento, la Universidad realiza un trabajo intencionado en televisión a través de diversos mecanismos, uno de los cuales es la producción y emisión de programas de televisión y videos institucionales, educativos y culturales que realizamos a través del Departamento de Servicios Audiovisuales, una de las productoras de televisión pública más reconocidas del país; adicionalmente la Universidad es fundadora del Canal Universitario de Antioquia, un Canal local que emite programas producidos por las 5 universidades socias; por otro lado, las dependencias universitarias producen material audiovisual según sus necesidades.

Nuestro más poderoso instrumento es el Sistema de Comunicaciones, dentro del cual se ubican la Emisora, el Departamento de Publicaciones, la Asesoría para las Relaciones Públicas, el Departamento de Información y Prensa, el Portal, el Departamento de Servicios Audiovisuales, la Facultad de Comunicaciones y la red de comunicadores. Este Sistema, coordinado directamente por la Secretaría General, ha permitido elevar los niveles de coordinación entre las dependencias relacionadas con el campo de comunicaciones.

2. LINEAMIENTOS DE POLÍTICA

A la Universidad de Antioquia le interesa producir y emitir televisión porque es parte del Plan de Desarrollo de la Institución, especialmente en lo relacionado con fortalecer el Sistema de Comunicaciones de la Universidad y el Canal Univer-

sitario de Antioquia. Entre otras razones, algunos argumentos que se constituyen en líneas de política para nuestro trabajo en televisión, son los siguientes: Hoy la televisión puede jugar un papel importante en la formación de ciudadanos, debe proponer maneras de aplicar el conocimiento que se construye en la Universidad; la televisión es un escenario permanente de construcción de cultura y una herramienta útil para proyectar la Institución al conjunto de la sociedad.

3. ALGUNOS PROYECTOS EN EJECUCIÓN

El Departamento de Servicios Audiovisuales es la productora de Televisión de la Universidad, presta a las dependencias servicios de televisión, es nuestro enlace en el Comité de Programación del Canal Universitario, coordina la Red interna de televisión de la Universidad, produce series y programas de televisión desde la Universidad para el Canal U, Telemedellín, Señal Colombia, Teleantioquia y eventualmente Televisión Española en su franja de *Televisión Educativa*.

Además de otros proyectos actualmente en diseño, los Programas de televisión que actualmente producimos y emitimos son:

“Ciudad Universitaria”: notas de información institucional que emite el Canal U.

“Código de Barras”, 35 documentales para Señal Colombia sobre convivencia juvenil.

“Lectura en vos” una serie de 28 documentales para promover la literatura.

Con el INER y Regionalización, Serie de 6 documentales sobre las regiones en las cuales tiene presencia la Universidad.

Con Telemedellín, el Instituto de Filosofía y la Asesoría para las Relaciones Públicas, “La Fuerza de Los Argumentos”.

Con la Facultad de Artes y el Museo Universitario:

“Tardes de concierto”: transmisión en directo de los conciertos de alumnos de la facultad de Artes, desde el Museo.

“1394”: Un programa sobre el movimiento del video arte en Colombia.

Buscando Camello: Un programa del SENA sobre empleo.

Videos para las dependencias de la Universidad y para otras entidades.

SOBRE EL CANAL U.

Es un modelo de cooperación que debe servir de ejemplo a otros sectores: en vez de ser competencia, las Universidades construyeron en el Canal un modelo de cooperación, una manera de trabajar juntas aprovechando las fortalezas de cada una con un propósito común.

La universidad participa en la Junta Directiva del canal a la cual asisten los rectores y en el Comité de Programación, conformado por los Jefes de Audiovisuales de las Universidades. Este Comité de Programación ha elaborado un reglamento con la cual buscamos centralizar las solicitudes de emisión, ajustar los criterios de programación y mejorar la calidad de los programas que se emiten por el Canal. Con el propósito de respetar los acuerdos a los cuales hemos llegado con las Universidades socias del Canal y para aprovechar cada vez más las posibilidades de difusión, las diferentes dependencias universitarias pueden contar con la asesoría del Departamento de Servicios Audiovisuales.

Solicito a las dependencias universitarias apropiarse de estos lineamientos de política y aplicarlos al solicitar la intervención del Departamento de Servicios Audiovisuales. Cualquier sugerencia o recomendación en torno a este tema, será bienvenida.

Agradezco su atención. Cordialmente,
ALBERTO URIBE CORREA
Rector de la Universidad de Antioquia

Anexo 5

Los entrevistados cubanos fueron:

- Vicente González Castro, realizador y estudioso de la TV
- Martha Pérez Rolo, primera Directora de TV Universitaria, Universidad de La Habana
- Carlos de la Vega, especialista de la Dirección de Teleformación de la UCI.
- Ariesky Sotolongo, líder estudiantil del Proyecto UCITeVe.
- Abel Valdés, estudiante de Informática y administrador de Internos, UCI.

Guía para la entrevista a expertos cubanos

1. ¿Cuáles fueron las causas que motivaron la inserción de la Televisión Universitaria en nuestro país?
2. ¿Qué rasgos deben distinguir a una Televisora Universitaria en el contexto cubano?
3. ¿Cuáles son las ventajas asignadas al uso de la Televisión Universitaria como medio de enseñanza y como vía de participación?. ¿Cuáles son sus principales limitaciones?
4. ¿Cuáles son las temáticas y tipologías de programas que podrían desarrollarse en la TV Universitaria? ¿Quién (es) las determinan?
5. ¿Qué papel deben asumir los docentes universitarios, los estudiantes y el equipo técnico ante la TV Universitaria?
6. ¿Qué factores posibilita la utilización de la Televisión Universitaria en la vida de la universidad y las organizaciones juveniles y estudiantiles?. ¿Cuáles factores pueden considerarse como posibles obstáculos?

7. ¿Qué posibilidades ofrece la TV Universitaria para la experimentación en cuanto al lenguaje audiovisual?

8. ¿De qué forma se reciben las propuestas de la Televisión Universitaria?. ¿Cómo recomienda que sea su evaluación?

9. ¿Qué perspectiva vislumbra para el desarrollo de la TV Universitaria participativa en Cuba?

Guía para entrevista a estudiantes cubanos.

1. ¿Qué espacios o programas identificas dentro de la TV Universitaria?

2. ¿Sus propuestas te resultan útiles?. ¿Por qué?

3. ¿Cuáles son los programas que más te gustan?. ¿Cuáles los que menos te gustan?. ¿Por qué?

4. ¿Qué opinas de los temas que trata la TV Universitaria?. ¿Cuáles recomiendas abordar desde ella?

5. ¿Cómo participas en la TV universitaria?. ¿Por qué vías?

6. ¿Toman en cuenta tus opiniones para conformar la programación y evaluarla?

7. ¿Cómo te gustaría relacionarte con la TV Universitaria?

8. ¿Qué te gustaría agregarle o quitarle a la programación de TV universitaria?

Anexo 6

Selección de opiniones compartidas en el foro de Internos, de la UCI sobre la Televisión Universitaria de ese centro

(meses de enero, junio y julio de 2006)

Estudiante I

Publicado: Viernes, Enero 13, 2006 1:14 pm

A veces hasta resulta tedioso (en el mejor sentido de la palabra) sentarse a ver Señal 3 (canal informativo), porque se vuelve redundante y repetitivo, independientemente de que ese sea el método planteado, creo que si tenemos una hora en la que se

transmite algo así como unas UCInews que tengan todas sus secciones:

- Noticias UCI.
- UCIDeportes.
- UCIPromociones.
- Video Clip.
- Animado.
- Nacionales.
- Internacionales.
- Y todo lo demás que aparezca

Podemos decir que entonces Señal 3 tendrá mayor teleaudiencia, siempre manteniendo el resto de la programación (o sea estas noticias que se pasan las 24 horas), pasan tantas cosas en la UCI que no se ponen ahí.... Incluso podría tener dos horarios uno al mediodía antes de las clases de la tarde y el otro en la noche, con un horario mas complicado (por el NTV, la novela, las aventuras, la mesa redonda etc), pero que no es imposible de ubicar. Solamente se trata de buscar lo que los jóvenes prefieren y la teleaudiencia estará garantizada, siempre y cuando se promocione por los diferentes canales dígame intranet, Internos y otros.

Estudiante II:

Publicado: Viernes, Enero 20, 2006 9:56 pm

Creo que los fines de semana deberían buscar un espacio para los deportes.

Moderador de UCITeVe:

Publicado: Sábado, Enero 21, 2006 3:20 pm

Efectivamente me parece muy acertado lo que dices, de hecho en el espacio de documentales siempre hay uno deportivo casi siempre sobre el fútbol o alguna de sus grandes estrellas , lo que pasa es que no tenemos mucho material, si tienes algo interesante que te gustaría compartir escríbeme... gracias por todo

Estudiante III

Publicado: Sábado, Enero 21, 2006 5:01 pm

Considero que el concepto de la programación televisiva de la universidad es bastante frío, existen formas de motivar la atención de los jóvenes, y más en un lugar como este... pueden usarse gran variedad de recursos visuales y de animación que están al alcance de un gran número de diseñadores, trabajadores de la UCI, que pueden aportar notablemente a este tema, pues se trata de la profesión que han estudiado y están capacitados para hacerlo muy bien... en otras palabras.. las informaciones de interés y otros mensajes institucionales aparecen como si fueran tristes presentaciones de power point, esto no llama la atención para nada... utilicen el talento contratado!!!

Estudiante IV:

Publicado: Martes, Enero 24, 2006 1:02 am

Hola a todos

He recorrido todo el foro y en él se habla acerca de la mala calidad (técnica) de algunas partes de la escuela con los canales de la UCI y no solo con ellos, también con los nacionales, pero me gustaría saber por qué los canales de teleclases se ven tan bien y el 7 y el 3 no se ven para nada en mi edificio (15) no hay quien vea ninguno de esos canales, sin embargo las teleclases son “un plato”. Quisiera saber de quién es el problema, si es de el cable del edificio o el de mi TV o eso si eso ocurre en otras partes, por qué no se resuelve???

Moderadora de UCITeVe:

Publicado: Martes, Junio 07, 2005 7:15 pm

Nos gustaría conocer sus opiniones sobre los spot, los banners y las noticias que se publican en el Canal Informativo Señal 3 y en la portada de la Informativo Señal 3 y en la portada de la Intranet, para tomar esos criterios en cuenta en las próximas pro-

ducciones y si tienes algo que sugerir, adelante.

Estudiante V

Publicado: Martes, Junio 08, 2005 11:55 pm

Yo opino que lo que se ha hecho hasta ahora está bueno pero se puede hacer mucho más, si contamos con los medios de TV y personal en nuestra universidad porque no se incluye un programa de TV puede ser semanal o mensual, recogiendo lo que ha pasado en el transcurso de ese tiempo, mezclar materiales de reflexión interactuando con el personal como un “Quédate conmigo”, porque bastante bueno quedó el noticiero en los juegos deportivos, así que pienso que se puede hacer y sería de mucho gusto para todos en nuestra universidad

Estudiante VI:

Publicado: Lunes, Junio 06, 2006 2:49 am

Sería muy bueno que el canal UCI trabajara todo el día, porque la verdad que hay estudiantes que no estudian de noche, aparte que deberían hacerlo, pero bueno uno después de tanto estudio quiere despejar un poco antes de ir a la cama y no hay nada en el canal interno, que puede ser el único que trabaje todo el tiempo porque los demás canales cierran, entonces uno tiene que castigarse mirando una y otra vez el canal informativo; creo que deberían considerar esto...Sin más...

Estudiante VII:

Publicado: Martes, Junio 14, 2006 7:43 pm

Propongo que hagan una encuesta a gran escala. El correo puede ser un medio, donde se toquen los temas sensibles, como horario, qué se desea saber... Ya desde hace un tiempo he visto filminutos en este canal, pero lamentablemente son tan viejos... creo que se pueden poner cosas nuevas, cortos, que se hacen y andan pululando en internet. Saludos.

Moderador de UCITeVe:

Publicado: Viernes, Julio 28, 2006 8:43 am

Hola, televidentes del Canal 7, atendiendo a las quejas y sugerencias de nuestra comunidad universitaria sobre el canal 7, y con el único objetivo de que cada vez sea más de su agrado, invitamos a todos a sugerirnos ,filmes, documentales, musicales o todo aquello que quisieran ver en el canal y dentro de nuestras posibilidades haremos lo posible por complacerlos. Para que les sea mas fácil aquí van los espacios fundamentales con que contamos hoy y en los que estamos trabajando :

Espacios Cinematográficos:

Clásicos del Cine (Lunes)

Ciencia Ficción (Martes)

Películas de Estreno (Miércoles)

Dramas (Jueves)

Cine Cubano(Viernes)

Comedias(Sábado y Domingo)

Cine de Acción (Sábado)

Cine de Suspenso y Terror (Sábado)

Cine de Animados (Sábado y Domingo)

Cine de Aventuras(Domingo)

Espacios Musicales:

Videos (Todos los días)

Conciertos (Viernes)

Sugierele Tú (Sábado)

Espacios de Series :

Series Anime(Lunes y Miércoles)

Series (Martes y Jueves)

Serie Policiaca (Domingo)

Espacios Documentales:

Documentales Variados (Domingo)

Espacios Reposiciones:

Lo mejor de la Semana (Sábado)

Esperamos su sugerencias, para confeccionar la programación de cada semana

BIBLIOGRAFÍA

- Alfaro Moreno, R.M (1993) Una comunicación para otro desarrollo. Calandria, Lima.
- _____ (2000) Culturas populares y comunicación participativa. En Revista Caminos, No. 20, octubre-diciembre. pp. 13-20. La Habana.
- Alonso, M.(2001) La investigación cualitativa. Características, métodos y técnicas fundamentales. Editorial Caminos, pp. 7-18. La Habana.
- _____ (2001) Teoría de la Comunicación. Apuntes del profesor. Editorial Pablo de la Torriente, La Habana.
- Alonso, M. e Hilda Saladrigas (2000): Para investigar en comunicación social. Editorial Pablo de la Torriente, La Habana.
- Arocena, R (1995) La cuestión del desarrollo vista desde América Latina. Una introducción, EUDECI, Montevideo.
- Arocena, R. y Judith Sutz “La Universidad Latinoamericana del Futuro. Tendencias-Escenarios-Alternativas.”
- Barreto, I. (2001) “Extensión Universitaria y Educación Social Comunitaria en los Centros Formadores de Maestros: Una alternativa desde la concepción metodológica dialéctica.” La Habana. (versión digital)
- _____ (2006) “Modelo pedagógico para la producción de televisión escolar.” Tesis de Doctorado, Instituto Pedagógico Latinoamericano y Caribeño, La Habana.
- Belloni, M. L. (1991) “Educação para a mídia: missão urgente da escola», en Comunicação e Sociedade”, IMS, año X, no. 17, agosto.São Bernardo do Campo
- Beltrá, L. R. (2002) Comunicación para el desarrollo [ponencia]. IV Congreso de radios y televisiones locales, públicas y alternativas. Chipiona.
- Beth, Hanno y Harry Pross. (1989) Introducción a la Ciencia de la Comunicación. Editorial Pablo de la Torriente, La Habana.
- Bullón P. (1999) “Algo está cambiando” en la revista digital Sala de Prensa. (www.saladeprensa.org/art35.htm), (consultado en mayo del 2006)
- Caballero, R. y Mirtha J. Yordi García (2004) El trabajo comunitario: alternativa cubana para el desarrollo social. Editorial Acana, Camaguey.
- Castro Ruz, F. (2003) “Tropa de futuro” (discurso pronunciado en la UCI, el 12 de diciembre de 2002). Oficina de Publicaciones del Consejo de Estado, La Habana.
- _____ (2004) “Las ideas creadas y probadas por nuestro pueblo no podrán ser destruidas” Discurso en la clausura del Congreso de la Educación superior, Oficina de Publicaciones del Consejo de Estado. La Habana
- Camacho, A. (2001) “Las radios populares en la construcción de ciudadanía. Enseñanzas de la experiencia de Árbol en Bolivia.” Universidad Andina Simón Bolívar, La Paz.

- Contreras, N. (1978). “La TV Universitaria”, en Revista Alma Mater, No. de junio, La Habana.
- Colectivo de autores (1997) “Escenografía para el dialogo”. Comunicación, política y cultura. Consejo de Educación de Adultos de América Latina, Santiago de Chile.
- Colectivo de autores (1990) “De superman a superbarrio. Comunicación masiva y cultura popular en los procesos sociales de América Latina.” Consejo de Educación de Adultos de América Latina, Santiago de Chile.
- Colectivo de autores (2005) “El Informe MacBride, 25 años después. Contexto y contenido de un debate inacabado” monográfico de InCom-UAB, Quaderns del CAC, No. 21, Barcelona, disponible en www.portalcomunicacion.com
- Cortés J. y Pamela Rodríguez (2003) “Comunicación y Desarrollo en Latinoamérica. El caso de la Radio Indigenista en México: Radio XEVFS”, en Razón y palabra, revista electrónica en América Latina sobre Tópicos de Comunicación, no.34.
- Chaparro, E. M. (2002) Sorprendiendo al futuro. Comunicación para el desarrollo e información audiovisual. Los Libros de la Frontera, Barcelona.
- Declaración de la sociedad civil a la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información, (2003), Rebelión (www.rebellion.org)
- Díaz, B. (2004) El enfoque participativo en las Ciencias Sociales: una apreciación de los 90. en Concepción y metodología de la educación popular. Selección de lecturas, compiladoras: María Isabel Romero y Carmen Nora Hernández. Editorial Caminos, (pp 351-392) La Habana.
- Esteinou Madrid, J. (1996) “La Televisión Universitaria dentro del horizonte del Servicio Público” en Razón y palabra, No. 2, Año 1, marzo-abril (disponible en <http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/antiores/n2/univer.htm>) consultado en abril de 2006
- Estévez Ramírez, F. y Sandoval Martín, M. T. (2004): “Luces y sombras de la nuevas tecnologías de la información”, Anthropos.
- Farré, M (2005) “Parámetros para la medición de la calidad televisiva. La experiencia de Argentina” ponencia presentada en el Congreso Internacional de Comunicación “Los desafíos de la televisión pública en Europa”. (en La iniciativa de comunicación, <http://www.comminit.com>, consultado en julio, 2006)
- Fernández, A (1994) “La metodología de la Educación Popular en la interrelación de los centros docentes con la comunidad.” Material en impresión ligera. Instituto Superior Pedagógica “Enrique José Varona”, La Habana.
- Fuenzalida, V. y Guillermo Orozco: Entrevista publicada en <http://www.comminit.com/la/entrevistas/laint/entrevistas> (consultada en abril del 2006)
- Fuenzalida, V y Hermosilla, M.E. (1991) El televidente activo. Manual para la recepción televisiva. Corporación de Promoción Universitaria, Santiago de Chile.
- Fuenzalida, V. (1998) “La Reforma de la Televisión Nacional en Chile”, en Sala de prensa (<http://www.saladeprensa.org/art67.htm>) (consultada en abril del 2006)

- _____(1998) “Sistema de la Televisión Pública en América Latina, la actual crisis de la televisión” en Diálogos de la comunicación. FELAFACS, No 53.
- García Jiménez (1965) “Televisión, educación y desarrollo en una sociedad de masas” (versión digital)
- Gerbner, G.(2004) “Crecer con la televisión: perspectiva de aculturación”
- Gil, Q. (1999): Diseñando al periodista digital en Sala de Prensa (<http://www.saladepresa.org/art89.htm>) (consultado en mayo del 2006)
- González Castro, V (1984) “Teoría y metodología del uso de la televisión en circuito cerrado como parte del sistema de medios de enseñanza en la educación superior”, Instituto Superior Pedagógico Enrique José Varona, La Habana.
- _____(1997) Para entender la televisión. Editorial Pablo de la Torriente Brau, La Habana.
- González Maura, V. (2004) “El docente universitario” en: M.I Romero y C.N (comp). Equipo de Educación Popular del CMLK, Concepción y metodología de la Educación Popular. Selección de lecturas. Editorial Caminos,(pp 141-151) La Habana.
- González Mastrapa, E. y J. de Cambra Bassol (2004) Desarrollo humano, cultura y participación. Notas para el debate. En: Linares C y colectivo (comp), La participación. Diálogo y debate en el contexto cubano. Centro de Investigación y Desarrollo de la Cultura Cubana Juan Marinelo, La Habana
- Gorostiaga, X (2000). “En busca de la refundación de la universidad latinoamericana” Conferencia en el Seminario La Educación Superior y el desarrollo social. Extremadura.
- Heredero, L. y Ana María Roura (2005) La televisión Comunitaria del Registro Local. Tesis de Licenciatura en Periodismo, Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana. La Habana
- Hernández, K. (2003) Y volver la vista atrás. Tesis de Licenciatura en Comunicación Social, Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana. La Habana
- Hernández Sampieri, R. (2004): Metodología de la investigación (tomos 1 y 2) Editorial Félix Varela, La Habana.
- Jaramillo, C. (2005) “Proyecto de Televisión comunitaria en una aldea de Ecuador” en <http://www.profesionalespcm.org/antiglob/TVComunitariaEcuador.html> (consultado en febrero, 2006)
- Kaplún G. (2001) “El currículo oculto de las nuevas tecnologías. En <http://www.razonypalabras.org.mx/antiores/n21/icom/gkaplun.html>, (consultado en de febrero de 2006)
- Kaplún, M (2002) “Una pedagogía de la comunicación. El comunicador popular”. Editorial Caminos, La Habana,
- Kaplún M. (2003) “Paradigmas y modelos de comunicación. Modelos de educación y modelos de comunicación.” En Comunicación Social. Selección de textos. (1ra ed., pp. 222) Edición Félix Varela, La Habana.
- Martín-Barbero, J. y Germán Rey y Omar Rincón (2000) Televisión Pública, Cultural, De Calidad en: Revista Gaceta #47. Ministerio de Cultura, pp. 50-61, Bogotá.

- Martín-Barbero, J. (2002) “La educación desde la comunicación.” Este documento es la parte tres del libro “La educación desde la comunicación”, en www.eduteka.org (consultado en mayo de 20).
- _____ (2003) “Cultura Popular y Comunicación de Masas”, en La Iniciativa de Comunicación (<http://www.comminit.com>, consultado en abril, 2006)
- _____ (2004) “De la ciudad mediada a la ciudad virtual. Transformaciones radicales en marcha”. en La Iniciativa de Comunicación (<http://www.comminit.com>, consultado en abril, 2006)
- Martín Serrano, M.(1986) La producción social de comunicación. Alianza Editorial, Madrid.
- _____ y otros (1991) Teoría de la comunicación. Epistemología y análisis de la referencia, UNAM, México.
- Mattelard, A. y Jeans Marie Piemme (1981) La Televisión alternativa. Editorial Anagrama, Barcelona.
- Mattelart, A. y Michele (1991) Recepción: el retorno al sujeto, en Diálogos de la Comunicación, FELAFACS, No. 30 (pp 10-18)
- Mattelart, A. y Stourze, Y.(1984) Tecnología, Cultura y Comunicación, Editorial Mitre, Barcelona.
- Mazón D. (2006) “Ya sé TVer”. Tesis de licenciatura en Periodismo. Tutora: Karen Hernández. Facultad de Comunicación. Universidad de La Habana, La Habana.
- Medina, I.(1995) “Desde el otro lado: Una aproximación teórica a los estudios latinoamericanos sobre la recepción de la comunicación de masas”, Tesis de Licenciatura, Facultad de Comunicación, UH, La Habana.
- Mejía J. M. R.(1996) “No hay universidad para el desarrollo humano integral” Versión ampliada de la ponencia presentada al Panel “Compromiso del bienestar universitario con el desarrollo humano,” Encuentro Nacional de Bienestar Universitario. Bucaramanga.
- Mejía Navarrete, J. Perspectiva de la Investigación Social de Segundo Orden en: <http://rehue.csociales.uchile.cl/publicaciones/moebio/14/mejia.htm>. (consultado el 22 de febrero de 2006).
- Moragas, M. de (1985) Sociología de la Comunicación de Mass IV. Nuevos problemas y transformaciones tecnológicas. Editorial Gustavo Gili, S.A., Barcelona
- Mosquera Restrepo, M. (2005) Taller de TV Universitaria, Centro de Competencia en Comunicación para América Latina, La Paz (en www.c3fes.net), (consultado en julio de 2006)
- Muñiz, M. (1985) Así nació la Televisión en Cuba, en Revista Bohemia No. 51, Año 77, La Habana.
- Noriega E. de La Hoz (2005) Proyecto: Creación de un Canal de Televisión Cerrada para las Universidades Colombianas. (versión digital)
- Nuñez C. (1995) Para construir el futuro hay que soñarlo primero. Elementos en torno a la planeación estratégica. IMDEC, México
- Núñez Jover, J (2003) “La ciencia y la tecnología como procesos sociales.” Editorial Félix Varela, La Habana.

- León O. y Rally Burch, Educaro Tamayo (2005) “La comunicación como espacio de disputa” publicado como epígrafe en “Comunicación en movimiento”, Agencia Latinoamericana de Información, Quito.
- Linares, C. y Pedro Emilio Moras, Bisel Rivero (compiladores) (2004) La participación. Diálogo y debate en el contexto cubano. Centro de Investigación y Desarrollo de la Cultura Cubana Juan Marinello, La Habana.
- Linares, C. (2004) “La participación social” en Concepción y metodología de la Educación Popular. Selección de lecturas. Comp: Carmen Nora y María Isabel Romero. Equipo de Educación Popular del CMLK. Editorial Caminos, (pp 401-417), La Habana.
- Orihuela, J. L. (2002): Internet: nuevos paradigmas de la comunicación en Revista Chasqui (www.comunica.org/chasqui/77/orihuela77.htm) (consultada en enero de 2006)
- Orozco Gómez, G. (1991) “La audiencia frente a la pantalla. Una exploración del proceso de recepción televisiva”, en Diálogos de la Comunicación, FELAFACS, No.30
- _____ (1992) “Televisión Pública y participación social: al rescate cultural de la pantalla” en Diálogos de la Comunicación. FELAFACS, No. 33.
- _____ (1998) “Comunicación y prácticas sociales. Las prácticas en el contexto comunicativo” en Revista Chasqui (www.comunica.org/chasqui) (consultado en enero, 2006)
- _____ (2001) “Televisión, audiencias y educación.” Enciclopedia Latinoamericana de sociocultura y comunicación. Grupo Editorial Norma, Buenos Aires.
- Orondo, T (2002) “La diferencia que importa: la experiencia de TV Cultura” en La Iniciativa de Comunicación (<http://www.comminit.com>, consultado en abril, 2006)
- Palenzuela, Y. (2005): “Universidad del futuro, nuevas tecnologías y relaciones de poder.” Ponencia presentada en Hominis, Convención Intercontinental de psicología y ciencias sociales y humanas. Memorias CD-Rom de la convención ISBN 959-7164-99-X
- Pavlik, J. V (2000) “Internet, árbitro de la información” pp 32-34, en “El Correo de la UNESCO”, febrero.
- Pérez, S. (2005) Tecnologías de la Información y las Comunicaciones: una mirada al Tercer Mundo. Editora Política, La Habana.
- Pineda M. y Elda Morales (1992) Nuevos desafíos para la investigación de la comunicación en América Latina en la década de los 90. En: Luna Cortés, Carlos (coordinador): Generación de conocimientos y formación de comunicadores. Opción, México.
- Piñuel Raigada, J. L. y J. A Gaitán Moya (1995) Metodología general. Conocimiento científico e investigación en comunicación social. Madrid, Editorial Síntesis S.A.
- Portales, D.(2002) “Empresa: la Televisión Pública en América Latina”, en La Iniciativa de Comunicación (<http://www.comminit.com>, consultado en marzo, 2006)
- Rebellato, J.L. (2004) “Ética de la liberación” en: M.I Romero y C.N (comp). Equipo de Educación Popular del CMLK, Concepción y metodología de la Educación Popular. Selección de lecturas.

Editorial Caminos. (pp 305-307). La Habana

- Recio M. y Raiza Portal (2001) Educación en Comunicación, Editorial Pablo de la Torriente Brau, La Habana.
- Rincón O. (2001) “El Impacto de la Televisión en la Paz y el Desarrollo.¿Espejo o Mapa?” en La iniciativa de comunicación <http://www.comminit.com>, (consultado en marzo, 2006)
- Rodrigo Alsina, MI (1995). Modelos de la Comunicación. Segunda edición, Editorial Tecnos, Madrid
- Saladrigas Medina, H. (2003) “Apuntes para una reflexión epistemológica en torno a la comunicación social”, La Habana. (versión digital)
- Segura, R. (2004) En torno a la Televisión, compilador: Rolando Segura Jiménez, editorial Félix Varela, La Habana.
- Sierra, F. (1999) “Televisión educativa y el desarrollo rural” en Razón y palabra, No. 13, Año 4, Enero - Marzo
- _____(2002) Comunicación, educación y desarrollo. Apuntes para una historia de la comunicación educativa. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. Sevilla
- Téllez Garzón, M. P. (2003) “La Televisión Comunitaria en Colombia. O de cómo a perseverancia trae ventura...” Ponencia presentada en a IV Conferencia Internacional de Comunicación Social: Perspectivas de la Comunicación para el cambio social y el III Encuentro Our Media, Universidad del Norte. Baranquilla, (19 al 21 de mayo de 2003). (en La iniciativa de comunicación <http://www.comminit.com>, consultado en abril, 2006).
- _____(2005) “Participación ciudadana en la Televisión” ponencia presentada en Compromiso por una Televisión de Calidad para la infancia en Colombia. IV Muestra y Seminario Internacional. Bogotá en La iniciativa de comunicación (<http://www.comminit.com>, consultado en junio, 2006)
- Toro Padrón, M. y Tamara Roselló (2003) “Entre el dicho y el hecho: el tratamiento comunicativo del tema ambiental en Cuba.” Tesis de Licenciatura en Comunicación social, Facultad de Comunicación, UH, La Habana
- UNESCO: “Hacia una nueva educación superior.” Colección Respuestas Caracas. (Sin fecha), versión digital.
- UNESCO-CMRTV “La Radio y Televisión Pública: ¿Por qué? ¿Cómo?” UNESCO, Paris. (Sin fecha). <http://www.geocities.com/agumucio/ArtTelevisionComunitaria.html> (consultado en mayo, 2006)
- Valdés, N. P. (2002): Cuba y la tecnología de la información en Revista Temas #31 oct-dic pp 57-71, La Habana.
- Valenciaga, C. (2006) “Una misión permanente: difundir la verdad sobre Cuba” (discurso pronunciado en el Claustro de profesores de la UCI en el Palacio de las Convenciones el 18 de abril de 2006). Oficina de Publicaciones del Consejo de Estado, La Habana.

- Vargas Llosa, M. (2001) “Honoris Causa en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos”, en (consultado en junio de 2006)
- Vela Valdé, J. 2006 “Educación superior: inversión para el futuro” en Revista Cubana de Educación Médica Superior, Vol XX No. 1; 2000: 3-16 <http://scieloprueba.sld.cu> (consultado 20 de junio de 2006)
- Vidal, J. (Ed.) (1979): Alternativas populares a las comunicaciones de masas. CIS. Madrid
- Vidal Ledo, M. Ileana Morales Suárez (2006) “Universalización de la enseñanza” publicado en http://www.bvs.sld.cu/revistas/ems/vol19_3_05/ems10305.htm, (consultado en mayo, 2006).
- Waisbord, S. (2005) “Industria global, culturas y políticas locales: La internacionalización de la televisión latinoamericana” Escuela de Comunicación y Arte, Sao Paulo.
- White, A.(2000) “El periodista, el público y la verdad” pp 35-36, en “El Correo de la UNESCO” de febrero.
- Wolf, M. 1987 “La investigación de la comunicación de masas”.- Paidós, Barcelona.