

Carta a nuestros lectores

Una ley que desde diciembre rige en Venezuela y otra parecida que en breve podría aprobarse en México imponen limitaciones al ejercicio profesional de los medios de comunicación. Un similar intento fracasó recientemente en Ecuador ante la reacción airada de la opinión pública mientras en España y los Estados Unidos se imponen horarios y multas para los que difundan telebasura. Este tema recurrente, diverso y controversial está desarrollado en nuestro artículo de fondo.

Un muy querido amigo del CIESPAL y prestigioso investigador de la comunicación, Peter Schenkel, nos brinda en la sección de opinión un fresco análisis sobre la libertad de prensa bajo la alternativa de mito y realidad.

Desde Bérgamo, el profesor Francisco Ficarra nos ofrece una explicación del fenómeno Berlusconi en Italia, para comprender cómo se utiliza el poder gigantesco de unos medios de comunicación propios para gobernar democráticamente a un país.

Muy poco se ha escrito sobre la cooperación internacional respecto a la utilización de los medios de comunicación en los países en desarrollo, tema sobre el cual María José Pérez del Pozo nos hace una exhaustiva explicación, en tanto que Carlos Del Valle Rojas nos descubre una interesante experiencia en procesos educativos en favor de los indios mapuches, en Chile.

Miguel Ángel Jimeno, desde España, se pregunta si los medios impresos se han convertido, acaso, en vehículos para vender la más extensa gama de productos, poniendo en segundo plano su misión de informar. El artículo que es el resultado de una investigación reciente realizada en España, se abre con la determinación precisa del tema efectuada por Ignacio Ramonet de Le Monde Diplomatique y de las consideraciones que al respecto efectúa el último Estudio General de Medios (EGM) español.

Otros temas que aborda Chasqui en esta entrega son la exaltación de la violencia en la televisión, el papel del ombudsman o mediador, el camino seguido para la transformación de las relaciones públicas en lo que se ha dado en llamar comunicación estratégica y, para redondear nuestra serie, hablamos hoy sobre la radio digital.

CHASQUI

Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui

Nº 89 Marzo 2005

Director

Edgar P. Jaramillo S.

Editor

Luis Eladio Proaño

E-mail: luiselap@ciespal.net

Consejo Editorial

Violeta Bazante Lolo Echeverría
Héctor Espín Juan M. Rodríguez
Francisco Vivanco

Consejo de Administración del CIESPAL

Presidente, Víctor Hugo Olalla,
Universidad Central del Ecuador
Patricio Zuquilanda D.,
Ministerio de Relaciones Exteriores
Roberto Passailaigue,
Ministerio de Educación y Cultura
Héctor Chávez Villao,
Universidad de Guayaquil
Carlos María Ocampos,
Organización de Estados Americanos
Gustavo López Ospina,
Consejero Regional de la UNESCO
Héctor Espín, UNP
Rodrigo Pineda, AER

Asistente de edición

Jorge Aguirre

Corrección y estilo

Manuel Mesa

Portada y diagramación

Mateo Paredes

Diego Vásquez

Impresión

Editorial QUIPUS – CIESPAL

Chasqui es una publicación del CIESPAL.

Miembro de la

Red Iberoamericana de Revistas de Comunicación

<http://www.felafacs.org/rederevistas>

y de la Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe en Ciencias Sociales y Humanidades

<http://redalyc.uaemex.mx>

Tel.: (593-2) 2506149 – 2544624

Fax (593-2) 2502487

e-mail: chasqui@ciespal.net

web: www.ciespal.net

www.comunica.org/chasqui

weblog: www.revistachasqui.blogspot.com

Apartado Postal 17-01-584

Quito – Ecuador

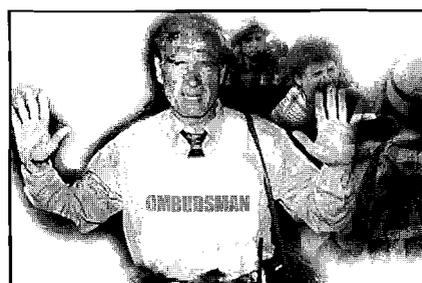
Registro M.I.T., S.P.I.027

ISSN 13901079

Las colaboraciones y artículos firmados son responsabilidad exclusiva de sus autores y no expresan la opinión del CIESPAL.

Todos los derechos reservados.

Prohibida la reproducción total o parcial del contenido, sin autorización previa de Chasqui.



Contenido

Portada

- 4** **¿Retaliación política contra los medios?**
Andrés Cañizález, Felipe Gaytán y Juliana Fregoso

Opinión

- 16** **Democracia y prensa, mito y realidad**
Peter Schenkel

Ensayos

- 20** **El imperio mediático de Silvio Berlusconi en Italia**
Francisco Ficarra
- 26** **La cooperación internacional para actividades de comunicación**
María José Pérez del Pozo
- 32** **Pedagogía de la comunicación: Los medios en las escuelas**
Carlos Del Valle Rojas
- 40** **De las relaciones públicas a la comunicación estratégica**
Octavio Islas

PRENSA

- 48** **¿Diarios de noticiaso de promociones?**
Miguel Ángel Jimeno
- 58** **El ombudsman: ¿Un profesional del cambio?**
Laura Salamanca Ávila

TELEVISIÓN

- 64** **Violencia familiar por televisión, producir para incomunicar**
María Leonor Arias

INFORMÁTICA

- 70** **La radio digital**
Carlos Cortés

LENGUAJE

- 78** **Errores comunes en el lenguaje periodístico: Redundancias**
Juan M. Rodríguez

- 80** **Periscopio Tecnológico**

- 86** **Bibliografía sobre Comunicación**

- 92** **Actividades del CIESPAL**

Pedagogía de la comunicación

Los medios en las escuelas



IAN LIDELL. REPRINTED WITH PERMISSION, *Popular Mechanics*.

“La radio podría ser el sistema de comunicación pública más maravilloso que se puede imaginar [...] si fuera capaz no solo de transmitir, sino también de recibir, permitiendo así que el oyente, además de escuchar, hable”
(Bertolt BRECHT, 1932)



La comunidad indígena mapuche es la de mayor importancia en Chile

Carlos Del Valle Rojas ■

El presente trabajo corresponde a un proyecto realizado en la Universidad de La Frontera. (Chile).

Entenderemos por pedagogía de la comunicación intercultural a la incorporación pedagógica, crítica y culturalmente pertinente de tecnologías de la información y la comunicación (prensa, radio, televisión, internet y multimedios) en comunidades culturales particulares. En este sentido, la pedagogía de la comunicación intercultural tiene como objeto de estudio el análisis teórico y praxeológico de las prácticas de introducción de medios en las escuelas. Por otra parte, el compromiso de esta interdisciplina es potenciar los aspectos culturales de las comunidades, para lograr abrir espacios de contrapoder en el actual escenario de hegemonía de las racionalidades

económicas y frente al extendido modelo neoliberal de la información y la comunicación; y este modelo neoliberal genera una doble reducción de las prácticas comunicativas de nuestras sociedades, primero, al transformar a las comunidades receptoras en consumidoras de información y comunicación y, luego, al reducir a los consumidores a audiencias medibles a través de dispositivos de poder y control, como es el caso del *people meter* y la medición del *rating* que, en el caso paradigmático de Chile, se realiza en línea minuto a minuto. Es de esta forma como la pedagogía de la comunicación intercultural constituye un proyecto no solo teórico, sino, especialmente, ideológico. La noción de una pedagogía de la comunicación ya aparece enunciada por Savisens (1988), aunque en un sentido más general, pues aquí se pretende construir desde una perspectiva intercultural, coherente con el contexto latinoamericano.

En el caso de culturas indígenas, como la mapuche, que se observa aquí, el objetivo es rescatar el potencial que hay en las expresiones orales, por sobre la hegemonía de la escritura. Esta hegemonía se reproduce y refuerza permanentemente en los medios de comunicación masiva. Lo anterior, también puede ser considerado en escenarios similares a nivel latinoamericano.

■ Carlos Del Valle Rojas, chileno, periodista, licenciado en Comunicación Social, magíster en Ciencias de la Comunicación y candidato a doctor en Comunicación, por el Departamento de Periodismo I de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla, España.
Correo-e: delvalle@ufro.cl

Es necesario continuar este artículo con algunas preguntas que permitan iniciar una discusión para establecer una pedagogía de la comunicación intercultural:

a) ¿Qué está ocurriendo con la vinculación entre los medios de comunicación masiva y los distintos proyectos educativos, particularmente en contextos interculturales?

b) ¿Qué resultados podemos advertir, a nivel relacional y cognitivo, con la incorporación específica de medios de comunicación masiva en los contextos educativos interculturales?

c) ¿Cómo interactúan los distintos saberes en la producción de medios de comunicación masiva, en contextos interculturales?

d) ¿Cómo inciden los elementos de una cultura particular en la producción *massmediática*, particularmente en el caso de la radiodifusión?

e) ¿Cómo inciden los elementos *massmediáticos* y *massmediatizadores*, especialmente la radiodifusión, en una cultura particular?

f) ¿Cómo podemos caracterizar el consumo de medios de comunicación masiva en una comunidad cultural y educativa particular?

En tal sentido, podemos observar algunas hipótesis de trabajo que es necesario abordar en los estudios, las cuales, en efecto, orientan nuestras actuales investigaciones e intervenciones, en el caso particular de los medios de comunicación, en las comunidades culturales y educativas mapuches:

- La incorporación de los medios de comunicación masiva en los contextos educativos interculturales es como objetos y productos, es decir, como dispositivos tecnológicos de control de las subjetividades, de la misma forma como ocurre en los medios comerciales. De esta forma, las comunidades de estudiantes no participan en los procesos de producción, sino más bien aparecen como consumidores bajo estructuras rígidas orientadas por la productividad y no por una visión sociocrítica.

- Las transformaciones que suceden durante el proceso de incorporación de tecnologías de la información y la comunicación en los espacios culturales están relacionadas con los intereses socioculturales y económicos que están en juego, como también la visión de mundo que subyace. Lo anterior es fundamental si pensamos en la importancia de las formas de valorización económica y cultural presentes, así como las formas de organización del trabajo. Esta discusión es relevante a partir de la economía política de la información, la comunicación y la cultura.





Nuevas generaciones optimistas

• La incorporación de un medio u otro es posible situarla al nivel de las características de la comunidad educativa y el contexto cultural. Por ejemplo, la incorporación del medio radial parece ajustarse mejor a las características culturales y lingüísticas mapuches, como la condición oral de la lengua y algunas posiciones radicales sobre la inconveniencia de cualquier registro de la lengua. La radio emerge, entonces, como elemento reivindicativo, donde lo oral se enfrenta a lo escrito; y lo oral constituye, pues, un mecanismo de resistencia. Sin embargo, la tendencia de la producción en radio es fundamentalmente escrita, por lo cual la lengua y la cultura están sometidas al guión y la escritura. De la misma forma, el uso de la televisión no permite una ruptura de la hegemonía de la escritura, la cual, en estos casos se proyecta a través de la imagen.

• La presencia de la escritura y la hegemonía del idioma inglés en internet son rasgos caracterizadores de la incorporación de tecnologías de la información y la comunicación en comunidades culturales y educativas.

Pedagogía, educación y comunicación massmediática: definiciones

La introducción de formas *massmediáticas* en los contextos educativos interculturales es una excelente

instancia para reflexionar sobre procesos socioculturales relevantes:

- formas de producción;

¿qué costos están asociados a la producción de medios de comunicación masiva en las escuelas?, ¿habrá una lógica de acumulación?, ¿se guiará por una racionalidad económica?;

- formas de organización del trabajo;

¿habrá una lógica de participación o de control?, ¿estará sometida la creatividad a la planificación y la gestión, como ocurre en los medios comerciales?;

- formas de valorización;

¿cuáles son las formas de financiamiento de las radios educativas?, ¿cuáles son los niveles de constitución de redes de cooperación colectiva?

Se nos ha planteado desde una mirada objetivista y positivista que los hechos (o factualidades) constituyen el insumo fundamental del proceso productivo del sistema comunicativo. Sin embargo, aún desde esta lógica, se ha realizado una reducción de las instancias comunicativas, especialmente de la recepción.

Distribución de la población indígena chilena según pertenencia étnica

Grupo étnico	n	%
alacalufe	2.622	0,4%
atacameño	21.015	3,0%
aymara	48.501	7,0%
colla	3.198	0,5%
mapuche	604.349	87,3%
quechua	6.175	0,9%
rapanui	4.647	0,7%
yámana	1.685	0,2%
población indígena total	692.192	100%



Proyecto teórico e ideológico de comunicación intercultural

Sin embargo, hay debates interesantes que abordar, como:

- la condición paradójica entre los hechos o factualidades observadas cotidianamente y las condiciones de producción medial que, normalmente, se plantean sobre la base de una ruptura de la cotidianeidad,

- la contradicción argumental de los medios, que los lleva a caer en el objeto de su crítica, como ocurre por ejemplo con la crítica hacia la intolerancia de algunos grupos sociales, utilizando, precisamente, la intolerancia como argumentación; y,

- la ruptura del proceso productivo de las empresas informativas, pues la tendencia es que la información ingrese cada vez más elaborada a los medios, a través de los Gabinetes de Prensa o las Direcciones de Comunicación.

Estas reflexiones son claves para discutir la pertinencia de la introducción de estas formas de producción en contextos educativos, particularmente en culturas particulares, en los cuales la idea es, precisamente, recuperar o resemantizar las relaciones cotidianas y los elementos culturales, de tal manera de levantar desde allí propuestas de contrapoder frente a la hegemonía existente.

*La idea es levantar
propuestas de
contrapoder frente
a la hegemonía
existente*

Pedagogía, educación y comunicación intercultural: interrelaciones

En el ámbito de una pedagogía de la comunicación intercultural es importante distinguir entre:

- a) la introducción de los medios como **objetos y productos comunicativos y culturales**; y,
- b) su introducción como **agentes y procesos comunicativos y culturales**.

En el caso de los medios entendidos como agentes y procesos, el propósito es el uso pedagógico de los medios en las escuelas; y en el caso de los medios entendidos como **objetos y productos**, el propósito es desarrollar consumidores críticos de medios; sin embargo, lo que se ha logrado en esta dirección, especialmente con la intervención de los consorcios periodísticos y universidades privadas, es la formación, entre los estudiantes, de consumidores potenciales de la prensa, frente a un posible escenario de disminución de los lectores. En el caso de la radio y la televisión, en tanto, lo que se observa es la reproducción de los modelos comerciales.

Entre los medios, la radio se presenta como el medio más fuerte en los contextos interculturales, como en el caso de las comunidades indígenas mapuche. Lo anterior se debe fundamentalmente a:

- a) Una mayor motivación e interacción hacia su uso, probablemente por los aspectos tecnológicos
- b) Una economía productiva, tanto en su elaboración textual como monetaria
- c) Una actuación más dinámica de los alumnos como productores
- d) Un mejor espacio de expresión
- e) Un mejor aprovechamiento de las actividades colectivas
- f) Un complemento útil de la enseñanza
- g) Una mejor relación entre la oralidad, propia de la cultura mapuche, y la producción radial.

La radio se presenta como el medio más fuerte en los contextos interculturales, como en el caso de las comunidades indígenas mapuches



Ayuda al indígena para que se integre



Antiguas frustraciones que se pierden

Las radios escolares en contextos interculturales: de la escuela a la comunidad

El estudio se basa en los Proyectos de Mejoramiento Educativo (PME), desarrollados en los establecimientos de enseñanza básica y media de la IX Región (Chile). Dentro de estos programas existe el área comunicacional, que contempla la incorporación de los denominados *medios de comunicación* (prensa, radio, televisión y, cada vez con más fuerza, Internet y los multimedia), y son habitualmente entendidos por los docentes consultados como una manera de:

- a) Dinamizar los procesos educativos
- b) Superar algunos problemas educativos
- c) Potenciar otros objetivos (como mejoramiento de la capacidad para producir textos, etc.)
- d) Elevar la autoestima y desarrollar la personalidad de los alumnos.

En el caso de las escuelas básicas rurales bilingües en comunidades mapuche de Chile, los objetivos declarados por alumnos, docentes y directivos, son los siguientes:

a) Reforzar la identificación cultural mapuche, pero la pregunta clave es: ¿qué entendemos por identificación? y ¿quién define dicha identificación y en base a qué criterios?

b) Mejorar las habilidades de lenguaje, explorando mejor la expresividad que hay en lo oral

c) Mejorar los vínculos con la comunidad

d) Crear, en general, espacios de comunicación.

Las experiencias indican que la presencia de la radio se ajusta mejor a las características culturales de las comunidades mapuches, particularmente por el potenciamiento de lo oral. En efecto, en algunas experiencias la radio se emplea como una forma de relevar la oralidad por sobre la escritura. Para ello se promueve la creatividad por sobre la planificación y elaboración de guiones en la producción radial. Esta prescindencia de la escritura, como estrategia de contrapoder, debe ser estudiada con mayor detención, más allá de la mera oposición oralidad/escritura, sino más bien en las posibilidades culturales que ofrece una y otra forma de realización del lenguaje.

La experiencia chilena muestra que a partir de las radios escolares, planteadas en las escuelas, se produce un proceso de revitalización de las radios comunitarias. Las radios comunitarias, según el discurso público hegemónico, han sido históricamente consideradas como *radios piratas*, radios carentes de legitimidad social; dicho discurso es reforzado permanentemente por los medios de comunicación

***Es necesario
avanzar hacia
una pedagogía
de la comunicación
intercultural***



Mejorando autoestima y fortaleciendo la identidad

comerciales, quienes han presionado para que estas radios pasen de la sanción explícita a través de los dispositivos legales (1991) a las restricciones. En efecto, la Ley de 1994, heredera del modelo de la Dictadura Militar (1982), autoriza las concesiones, antes penalizadas, restringiendo las radios en tres aspectos claves:

- a) la cobertura, no más de un watt de potencia;
- b) el financiamiento, que impide las transacciones como en las radios comerciales; y,
- c) el tiempo, pues la concesión es solo por tres años, a diferencia de las concesiones comerciales, que son por 25 años.

Estas restricciones las sufren diariamente las más de 250 radios de mínima cobertura en Chile, las cuales han sido definidas por el sistema a partir de dispositivos de control técnico y jurídico, pero no a través de la participación y el desarrollo.

Consideraciones finales

a) Desde la perspectiva epistemológica, teórica y conceptual, es necesario avanzar hacia una **pedagogía de la comunicación intercultural**, la cual consiste en

la incorporación culturalmente pertinente de las tecnologías de la información y la comunicación en comunidades culturales particulares.

b) La necesidad de enfatizar ciertos objetivos, como el mejoramiento de la producción, no solo de textos escritos, sino la mejora de la autoestima y, especialmente, el fortalecimiento de ciertos aspectos de la identificación, pero desde la perspectiva de un desarrollo endógeno.

c) La creación de condiciones que permitan el logro de los objetivos anteriores, toda vez que los modelos mediales actualmente existentes constituyen una tendencia difícil de sustraer de las percepciones de las comunidades educativas que permanecen expuestas, con más o menos frecuencia, a dichos modelos. Es decir, ¿cómo crear nuevas lógicas, por ejemplo desde la oralidad, la identificación y nuevas formas de producción discursiva, a partir de los modelos hegemónicos comerciales que nos gobiernan?

d) En relación a las radios comunitarias, como paso necesario desde las experiencias escolares, es fundamental: (a) motivar la participación social, (b) fortalecer la cultura democrática, y (c) fortalecer la educación intercultural. ☪