

Chasqui

Revista Latinoamericana
de Comunicación

No. 46 - JULIO 1993

Director

Asdrúbal de la Torre

Editor

Gino Lofredo

Consejo Editorial

Jorge Mantilla

Edgar Jaramillo

Thomas Nell

Nelson Dávila

Luis Castro

**Consejo de Administración de
CIESPAL**

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

Presidente Alterno, Rubén Astudillo,

Mín. Relaciones Exteriores

Eduardo Peña Triviño,

Ministro de Educación

Luis Castro, UNP

Fernando Chamorro, UNESCO.

Flavio de Almeida Sales, OEA.

Louis Hanna, AER.

Alba Chávez de Alvarado, Universidad
Estatad de Guayaquil

Fernando Naranjo Villacís, FENAPE

Asistente de Edición

Martha Rodríguez

Portada

Carole Lindberg

Impreso

Editorial QUIPUS - CIESPAL

Portada: Imprenta Mariscal

Servicios Especiales de AFP.

COMUNICA, IPS, OIP, IJI

Chasqui es una publicación de CIESPAL
que se edita con la colaboración de la
Fundación Friedrich Ebert de Alemania

Apartado 17-01-584. Quito, Ecuador

Telf. 506-149. Telex: 22474 CIESPAL ED

Fax (593-2) 502-487 - E-mail/correo

electrónico: editor@chasqui.ec

editor%chasqui@ecuanex.apc.org

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

Los artículos firmados no expresan
necesariamente la opinión de CIESPAL o
de la redacción de *Chasqui*.

VIDEO Y TV

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



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

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

TELENOVELAS

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

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

ENTREVISTAS

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





ECOCRISIS Y PERIODISMO

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

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

FOTO DE PORTADA INTERIOR

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

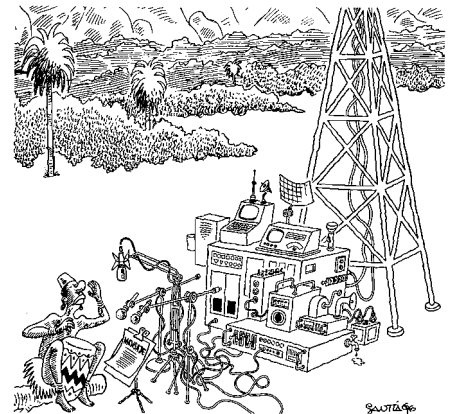
- 83** Comunicación y medio ambiente, *Maudie Kunst y Nieske Witlox*
- 87** La edad del asombro, *Manuel Calvo Hernando*
- 89** Las máscaras del SIDA, *Christine Horak y Haydée Sijo-Maldonado*
- 91** Breve ensayo sobre el ensayo, *Luis García Núñez*
- 92** Televisión y ecocrisis, *Ricardo Potts Cabrera*

DEL MEGAFONO A LOS HIPERMEDIOS

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

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

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



INDUSTRIAS, EMPRESAS Y TELEMÁTICA

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

ACTIVIDADES DE CIESPAL

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

UNICEF

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

135 RESEÑAS

NUESTRA PORTADA

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

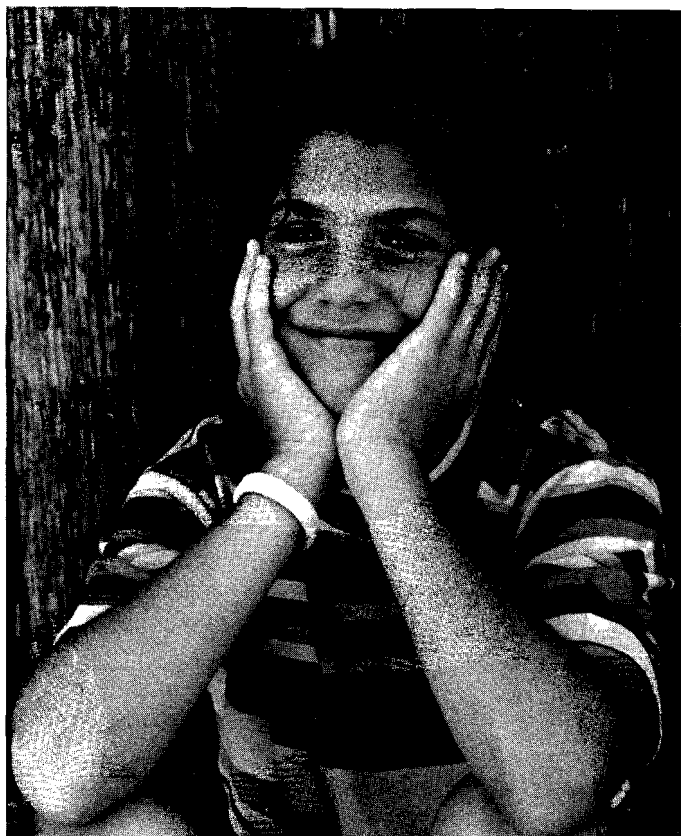
Casilla Postal 428-A
 Quito - Ecuador

Foto de Kira Tolkmitt



Daniel Prieto Castillo y la utopía pedagógica

Del 10 al 14 de mayo CIESPAL y Radio Nderland organizaron el Taller sobre mediación pedagógica, que tuvo como centro de las charlas al investigador en comunicación Daniel Prieto Castillo. En la siguiente entrevista Prieto Castillo analiza la comunicación educativa, el papel del educador en tiempos del neoliberalismo, la mediación pedagógica y el video educativo para niños.



Oscar Bonilla, Uruguay

KINTTO LUCAS: En los últimos tiempos has estado dedicado a trabajar en el tema de la mediación pedagógica.

DANIEL PRIETO CASTILLO: Entre lo que produce la cultura, las prácticas, los saberes y quienes están en situación de aprender, hay siempre mediaciones sociales. Al decir mediación pedagógica planteamos que en un sistema educativo formal o informal, debe jugar lo pedagógico hasta las últimas consecuencias. Entendemos lo pedagógico como la promoción del aprendizaje. Eso supone que se debe analizar qué significa apren-

der. Sobre la base de la respuesta a esa pregunta planteamos las posibilidades de aprendizaje y lo que puede hacer la comunicación educativa.

Es posible aprender con el educador, con el texto (en sentido amplio), con el grupo y con uno mismo. En todos los casos hay elementos que aportan desde la comunicación. Lo primero es tomar en serio lo educativo y lo comunicacional. Eso supone profundizar en todas las líneas que mencionamos antes.

Cuando planteo esas instancias de aprendizaje debo reflexionar sobre la relación del educador con su grupo, cómo se produce el texto, por qué se lo elabora, cómo se media en los contenidos y la forma.

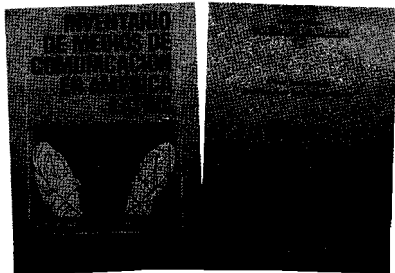
¿En estos tiempos de neoliberalismo qué papel tiene el educador?

Todo intento de profundizar en las relaciones comunicacionales va contra la corriente de un docente que debe dar 50 horas a la semana para sobrevivir, y escuelas que se están desintegrando por falta de recursos. Pero si se está en el espacio educativo hay que intentar sacar adelante estos aspectos y no dejarlos de lado. Hay cosas contradictorias. A pesar de la realidad, en algunos casos surgen proyectos para elevar la calidad de la educación.

El proyecto de mediación pedagógica nació con la experiencia en dos universidades guatemaltecas, en un

KINTTO LUCAS, uruguayo. Periodista, escritor y poeta. Premio Latinoamericano de Periodismo José Martí 1990.

**NUEVAS PUBLICACIONES
DE CIESPAL**



Inventario de Medios en América Latina
Comunicación en Latinoamérica, No. 3

Medios, Comunicación e Investigación
Materiales de Trabajo, No. 11

Pedidos a CIESPAL,
Apartado 17-01-584
Quito - Ecuador
Telfs. (593-2) 548-011
Fax (593-2) 502-487

proyecto de educación a distancia. Pero luego pasó a utilizarse en la educación formal, para sectores populares. Hay un intento de defender todo el espacio que tú mencionabas al decir educador y demostrar que no todo está perdido con los tiempos que corren.

¿Cómo es la experiencia en sí?

Una de las claves es el trabajo pedagógico del texto. No hace falta mucha imaginación para reconocer que muchos textos son amontonamiento de lecturas. No tienen ninguna consideración hacia el destinatario, están mal organizados, carecen de interlocuciones. No queremos un texto en función de la ciencia o de la opinión de los colegas. No vamos a tirar a la basura la ciencia, pero el principal interlocutor es el estudiante. Esto nos llevó a producir con el equipo de *Radio Nederland*, materiales de autoaprendizaje para trabajar en dis-

tintas temáticas. Avanzamos en dos líneas muy interesantes: *La enciclopedia familiar de la salud* (el cólera, la lactancia materna) y *La enciclopedia de la radio*, donde se trata temas como la noticia, el mensaje deportivo; temas específicos de radio y otros amplios como comunicación y niñez, comunicación y medioambiente.

¿Cómo ves la labor del periodista en cuanto a la educación?

La información es importante para orientarse en la realidad y para cierto tipo de aprendizaje. Creo que muchos periodistas son grandes educadores, pero hay pocas empresas periodísticas que se interesan en la educación, además que no están para eso. Hay experiencias interesantes que tratan de hacer un compromiso de la empresa en función de aportar elementos para la educación, pero lo educativo y lo empresarial son dos caminos diferentes, cada uno va por su lado.

¿Y la producción de video educativo?

Nuestro video educativo no es igual a otro programa de televisión. Permite una reflexión, forma parte de un contexto de aprendizaje y no tiene el ritmo neurótico de la TV.

Es un espacio en el que hay mucho camino recorrido y mucho por recorrer.

Lo importante para nosotros no es una producción para alimentar la TV comercial. No estamos en situación de hacerlo. Queremos una producción para apoyar el aprendizaje.

¿Cómo encararías una producción para niños por ejemplo? ¿Es el niño que habla? ¿El adulto imitando al niño?

Hay materiales donde han participado niños, otros son para niños hechos por adultos. Cuidamos del interlocutor hasta donde podemos, por intermedio de la validación. En América Latina se produjo y se producen (y se sigue haciendo) mensajes no validados con los interlocutores.

Esto supone una aventura. Quien no reconoce su interlocutor termina por imaginárselo. Donde hemos tenido mucho cuidado en esto ha sido en la *Enciclopedia de la Salud*. Validamos materiales en distintos países de Centroamérica. Se trata de generar un material que puede ser útil para los distintos países y esto sí que implica un trabajo muy grande.

¿Cómo hacer esa validación?

Una forma muy común es la tradicional, mercadológica. El destinatario es sometido a una exposición del producto durante 15 a 20 minutos. Opina sobre

CURSOS Y TALLERES EN CIESPAL

Producción de informativos radiofónicos

Del 5 de julio al 6 de agosto se realizó el *Curso Internacional sobre Producción de Informativos Radiofónicos*. Participaron periodistas y comunicadores de emisoras de Argentina, Bolivia, Colombia, Cuba, Venezuela, Chile, Perú y Ecuador. Se abordaron diversos módulos como: el productor del programa de radio, técnicas de la noticia, formatos informativos, la entrevista, el comentario, estructura, edición y producción del informativo, la radiorevista y el documental radiofónico.

Participaron como instructores del curso, Francisco Ordoñez (ecuatoriano, jefe del Departamento de Radio de CIESPAL), Jimmy García (colombiano, experto en comunicaciones) y Gladys Pérez (cubana, guionista y periodista).

Pequeños formatos radiofónicos sobre ecología

Del 18 de octubre al 26 de noviembre, CIESPAL y el Ministerio de Asuntos Exteriores del Reino de los Países Bajos, realizará el *Curso-taller Internacional sobre Producción de Pequeños Formatos Radiofónicos*. Uno de los objetivos del curso es capacitar a los profesores universitarios a fin de que incorporen a su temática contenidos que promuevan la defensa del medio ambiente y la forma de afrontar los problemas energéticos que aquejan a la región.

Por mayor información dirigirse al Departamento de Formación Profesional:
Av. Almagro y Andrade Marín, Télex 22474 CIESPAL ED, Apartado Postal 17-01-584,
Fax: (593-2) 502487, Quito - Ecuador

color, formas y se lo corrige, por lo tanto el protagonista no es el interlocutor sino el producto.

Nosotros tratamos de trabajar en validación a través de talleres. Eso supone un acercamiento mayor y más lento a la gente. Así, el protagonista no es el producto sino la gente. Todos los que trabajamos en educación nos metemos en la vida cotidiana ajena con alguna intensidad: conscientizar, cambiar actitudes, conductas. Es un problema que requiere un cuidado inmenso, ¿hasta dónde se mete uno y con qué propósito?

Lo que tratamos es aportar información y no mazazos a la conciencia para que la gente cambie. Hay que plantear materiales con una gran dosis de respeto hacia el prójimo.

¿Sigue siendo válido el análisis de mensajes televisivos?

Hay una corriente que dice: "Mire, no moleste tanto con los medios que todo mundo aprende de ellos". Entonces, hay que dejar que la cosa siga porque cada uno toma una parcelita de ellos. Yo no prohibiría nunca un programa, pero evidentemente la parcelita que se saca del *Rambo* es pura porquería y tengo el derecho a seguir diciéndolo, aunque sea una afirmación de hace veinte años. Nuestra labor es mantener abierta la crítica aunque reconozcamos que hay lecturas diferentes, que efectivamente la gente se apropia de algunas cosas.

Hay muchas personas que quieren trabajar con los medios, apropiándose o entendiéndolos críticamente. No cesan de pedir (a pesar que algunas modas de interpretación dicen que eso ya no tiene sentido) talleres de análisis de mensajes. Y hay muchas experiencias en donde se está intentando producir videocasetes para que el chico en la escuela pueda trabajar de una manera cotidiana observando materiales y en lo posible participen en la producción.

¿Cómo apropiarse del lenguaje televisivo? Enseñando a los educadores en el sentido que puedan leer con los estudiantes los mensajes. No sólo críticamente para denunciar una escena de violencia, sino, para saber qué significa un encuadre, los sonidos...

En estos momentos en América Latina triunfan programas infantiles

como Xuxa. Se dice que no son violentos...

Frente a tanta violencia, los programas de este tipo aparecen como angelicales. Sin embargo, son de una terrible violencia discursiva, tanta como la de los que muestran descuartizamientos salvajes en pantalla.

Lo central es la saturación permanente de sonido por parte de la animadora. Sólo se oye su voz, que llena todo. De vez en cuando interviene alguna niña o niño. No hay silencio, pausa, respiro. Cuando no está la voz están los gritos, la música. Todo lo que hacen los niños está dirigido por esa voz y lo que les queda para hacer no es gran cosa, algunos brincos, comer un helado...

Nadie niega la importancia de que el niño se divierta, pero hay otras posibilidades. Este tipo de programas (en el buen y viejo uso de las palabras) es un manipuleo insoportable. El niño está en función del espectáculo.

¿De alguna manera no se estaría cortando lo lúdico?

Todo está en función de una pretendida competencia que no arroja nada y por otro lado rechaza la posibilidad de otro tipo de juegos. Podrían decir "pero esos juegos no son televisivos".

Entonces que no digan que ese programa representa todo lo que el niño quiere.

Hay un paso muy grande entre lo que se podría hacer en programas infantiles y lo que se hace. Nadie dice que hay que prohibirlos, pero uno tiene el derecho a denunciarlos.

Hay quienes dicen que la comunicación alternativa no tiene espacio en estos tiempos ¿Qué opinas de eso?

- Contrariamente a lo que se piensa, hay una verdadera explosión de lo alternativo, porque hay una explosión de la sociedad civil. Con eso de que el Estado se retira de todo y la sociedad civil tiene que sobrevivir, se ha dado lugar a una gran cantidad de intentos de abrir espacios de expresión propios. Por otra parte, lo alternativo nunca ha estado puro, forma parte del contexto social. Es imposible que no exista lo alternativo, porque no hay ninguna sociedad que no tenga alternativas. En mi caso el espacio de lo alternativo es lo educativo y si no sabemos por donde canalizar las utopías sociales, al menos hay que canalizar las profesionales. Mi utopía profesional es pedagógica, una utopía en función del aprendizaje, y ahí entra lo comunicacional. Eso es alternativo porque ho hay tantos lugares en que se trabaje en esa dirección. ☛



ERRORES INVOLUNTARIOS

En el número 46 de *Chasqui*, en el artículo *Brasil, el arraigo de la corrupción y la superficialidad de los medios*, el apellido del artista que realizó las ilustraciones es Grieco y no Griego como consta en el crédito, y el autor del ensayo Eduardo Neiva no es profesor de la Pontificia Universidade Católica de Río de Janeiro, como figura en su curriculum. Neiva, en la actualidad, es profesor e investigador de la University of Alabama at Birmingham. Las disculpas del caso.

El lector Gilberto Mantilla nos señala que en el módulo de la edición 43 de *Chasqui* dedicado al periodismo científico los autores Manuel Calvo Hernando y Sergio Prenafeta Jenkin que reseñan la evolución de esta disciplina en América Latina omiten una información importante. Dice Gilberto Mantilla:

"Desde 1970, hasta la presente fecha, se mantiene en funcionamiento y vigencia el CIMPEC, Centro Interamericano de Periodismo Científico, que comenzó como proyecto de la OEA y sobrevive como acción del gobierno de Colombia.

"Su objetivo era claro: preparar, enviar y obtener la difusión de material científico y técnico en la prensa, mediante la remisión de artículos, comentarios, investigaciones, datos breves y crónica sobre ciencia.

"Su primer director, el doctor Josué Muñoz, ya fallecido, cumplió un admirable trabajo que llevó el interés por la ciencia a los más representativos diarios, así como a revistas, radiodifusoras y periódicos de menor circulación y mayor periodicidad."