

Chasqui

**Revista Latinoamericana
de Comunicación**

No. 47 - NOVIEMBRE 1993

Director

Asdrúbal de la Torre

Editor (E)

Jorge Mantilla Jarrín

Consejo Editorial

Jorge Mantilla Jarrín

Edgar Jaramillo

Luis Castro

Nelson Dávila

Consejo de Administración de CIESPAL

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

Presidente Alterno, Rubén Astudillo,

Min. Relaciones Exteriores.

Eduardo Peña Triviño,

Ministro de Educación.

Luis Castro, UNP.

Fernando Chamorro, UNESCO.

Flavio de Almeida Sales, OEA.

Raúl Izurieta, AER.

Julio Camba, Universidad Estatal de
Guayaquil.

Fernando Naranjo Villacís, FENAPE.

Jefe de Redacción

Kintto Lucas

Asistente de Edición

Martha Rodríguez

Portada

Fernando Torres

Impreso

Editorial QUIPUS - CIESPAL

Portada, Imprenta Mariscal

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

Tel. 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*.



EDUCOMUNICACION

La comunicación ofrece
amplias posibilidades a los
procesos educativos, más
allá de la oferta de los
instrumentos tecnológicos. La
tecnología debe supereditarse al
objetivo pedagógico. La
comunicación debe hacer
factible el proceso educativo
dentro de márgenes de
creatividad, expresión y
participación.

4 ¿Qué significa aprender?,
Francisco Gutiérrez P., Daniel
Prieto Castillo

11 La Santa inquisición,
Enrique E. Sánchez Ruiz

14 Mario Kaplún: Cultura de
imágenes, no de sentidos,
Guillermo Orozco Gómez,
Sergio Inestrosa González

18 Lo uno y lo diverso, José
Rojas Bez

21 El poder de la palabra, Kintto
Lucas

ENTREVISTAS

25 Antonio Buero Vallejo: De la
humanidad se puede pensar
todo incluido lo peor, Jesús
Milla Alonso, Consuelo Pérez
Benítez

29 Fernando "Pino" Solanas: El
viaje hacia un lenguaje propio,
Lauro Marauda

31 Armando Rollemberg:
Desafíos y perspectivas de la
comunicación, Edgar
Jaramillo S.

FORTALECIMIENTO DE LA RADIO



Las radios populares deben
competir con las
comerciales. No se pueden
quedar rezagadas a pequeños
espacios. Con creatividad,
innovaciones y participación
real de la población deben ir
ganando espacios importantes
dentro de las comunicaciones,
contribuyendo a la creación de
procesos democráticos y
pluralistas dentro del marco de
la libertad de opinión y decisión.

35 Un sueño hecho realidad,
Colectivo CX 44
Panamericana

- 41 ¿Podemos hablar?, *Sara Fletcher Luther*
- 45 Irlanda: Liberar las ondas, *Margaretta D'Arcy*
- 47 La radio universitaria se mueve, *Gloria Rodríguez Garay*
- 49 Diexismo, *Enrique Ramírez Cortez*
- 53 La radio comunitaria, *Robbin D. Crabtree*
- 57 ¿Radio popular o comunitaria?, *María Cristina Mata, ALER.*
- 60 Argentina: Una radio dentro del colegio, *Jorge González*

IMPACTO DE LA TELEVISION



El crecimiento de la televisión rebasa todas las expectativas. Se ha constituido en una escuela paralela con una amplia influencia en la sociedad.

- 61 Televisión regional en la Europa de las Identidades, *Bernat López*
- 66 España: "Telebasura" y TV de supermercado, *Pablo Azócar*
- 67 ¿Quién se queda con la TV por satélite en Asia?, *Joyana Sharma*
- 68 La televisión segmentada, *Luiz Guilherme Duarte*

- 72 "Yo soy Batman, tu sos Robin", *Alvaro Pan, Daniel Erosa*
- 76 Fernando Andacht: La TV y la falta de estereotipos, *Alvaro Pan, Daniel Erosa*
- 77 México: Propuestas televisivas y proyecto político, *Sergio Inestrosa*
- 80 Nicaragua: Una televisión melodramática, *Roberto López*
- 81 Colombia: Sexo y violencia en la pantalla, *María Isabel Gracia*
- 82 El enlatamiento televisivo del arte, *Reynaldo Pareja*

UNICEF

- 91 El poder sutil de la telenovela, *Patricia Iriarte*
- 93 El tercer canal, *George McBean*
- 94 Las comadronas y su oficio ritual, *Oscar Liendo*

ACTIVIDADES DE CIESPAL

- 96 Lucía Lemos: De a poquito en las nuevas tecnologías, *Martha Rodríguez*
- 99 RESEÑAS

NUESTRA PORTADA

Carnaval de los animales,
serigrafía de Fernando Torres,
1991, 75 cm x 55 cm.

El autor es ecuatoriano y su obra ha sido expuesta en diversas muestras nacionales e internacionales
Taller: Jorge Washington 656 y Amazonas. 2do. piso. Telf. 527 629
Quito - Ecuador

Fotografía: Ramiro Jarrín

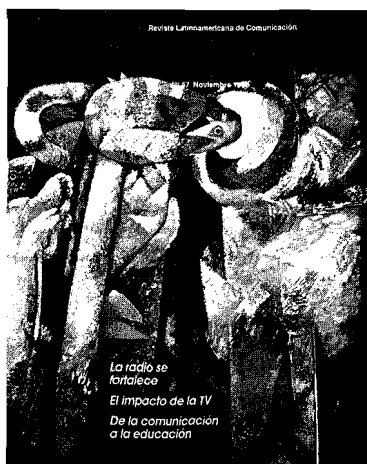


FOTO DE PORTADA INTERIOR

Oscar Bonilla
PRISMA

Agencia de Imágenes de
América Latina

Av. Bartolomé Mitre 1488, of. 202
Casilla C.10985. Telf. 963-273
Montevideo - Uruguay

España: "Telebasura" y TV de supermercado

PABLO AZOCAR

La creciente banalidad de los programas de televisión españoles es cada vez más cuestionada por amplios sectores de la población, que la califican con el mote de "Telebasura". Sindicatos, intelectuales, asociaciones de espectadores y padres arremetieron contra lo que algunos califican "italianización de la TV española". En Italia la guerra entre la radiotelevisión estatal (RAI), y el grupo privado Fininvest que dirige el empresario Silvio Berlusconi, es considerada la principal responsable de la baja calidad de los programas.

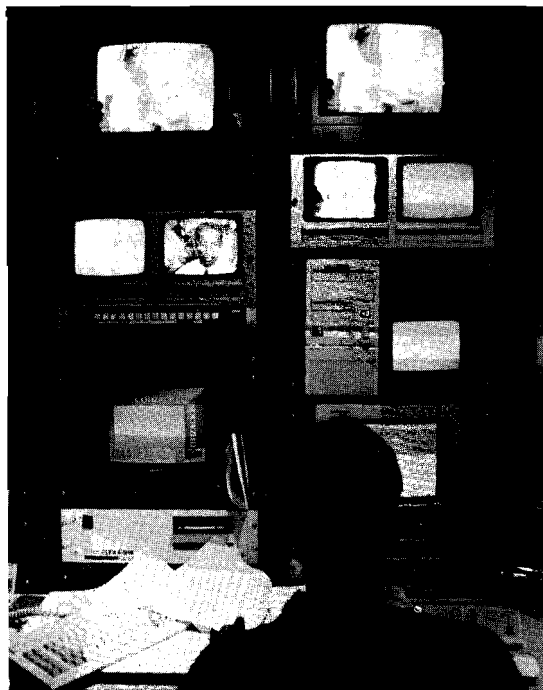
En su búsqueda por obtener más audiencia y también publicidad, la televisión española, incluyendo los dos canales estatales, se inundó de crudos "reality shows", programas ligeros y concursos de toda clase, y en la práctica no hay ni un solo ciclo cultural.

El director cinematográfico Antonio Saura, se incorporó a esta controversia afirmando que "La televisión española es la más mediocre del mundo. Podría ser una fantástica arma de educación y promoción y, sin embargo, así como está planteada, es un instrumento de cretinización del pueblo".

Los "reality shows" están en el centro de las críticas y su epitome lo constituye el programa *La máquina de la verdad* (emitido por la cadena privada *Tele-5*), donde personajes del denominado "Jet Set" relatan problemas de alcoba y fortunas, y son retrucados por un polémico jurado. Algunos programas relatan o escenifican crímenes y estupro, como *Misterios sin resolver*, donde el conductor le pregunta a una niña de 12 años: "¿Fue tu padre quien te violó?"

Durante la última semana de octubre de 1993, en la TV española se emitieron 52 concursos, 27 "reality shows" y 20 capítulos de telenovelas, lo que llevó al presidente de la Asociación de Telespectadores, Antonio Olivares, a denunciar el hastío predominante con este tipo de programación.

Un ejemplo de lo que ocurre en la TV española lo tenemos cuando el escritor Arturo Pérez Reverte, conductor del ciclo



Oscar Bonilla, Uruguay, 1993

Código Uno, cierra la emisión de su programa afirmando: "mucho disfrutar con las penas del prójimo, pero tenga cuidado porque cualquier día usted traspasa la pantalla y se ve obligado a justificar por qué acabó con su señora".

La situación llegó a tal punto que el número dos del gobernante Partido Socialista Obrero Español (PSOE), Alfonso Guerra, lanzó una advertencia afirmando que "la telebasura está produciendo un auténtico retroceso cultural". De inmediato sus detractores de la oposición le demandaron por qué no hizo nada mientras fue vicepresidente del gobierno, entre 1982 y 1991, y *Diario 16* ironizó titulado "Alfonso Guerra contra su propia TV".

La coalición Izquierda Unida (IU), tercera fuerza política del país, se sumó a la ola de críticas anunciando que convocará a una "huelga de receptores" si continúa la programación violenta. IU presentó una enmienda al presupuesto de 1994, y reclamó 500 millones de dólares de subvención para RTVE con el objeto de que "cumpla con su principio de servicio público fundamental, que se ha perdido debido a su desprestigio y falta de pluralidad". Felipe Alcaraz, diputado de IU, declaró en el Parlamento que "desde 1982, RTVE no recibe ni una peseta de subvención, cuando todas las cadenas europeas cuentan con ayudas del estado, como el caso de la BBC británica, que es subvencionada en el 98 por ciento del presupuesto".

Según el escritor José Luis Sampedro "Es tan escandalosa y reveladora esa carencia, que lleva a preguntarse si las personas instaladas en el poder tienen interés en que la gente no piense".

Valerio Olazarov, director del canal privado *Tele 5*, uno de los más criticados como exponente en España del "modelo Berlusconi", se defendió afirmando sarcásticamente que "Si a uno lo ponen a competir, en este caso por audiencia, es natural que quiera ganar, que yo sepa, nadie le gusta perder. Nosotros hacemos una televisión de supermercado, no una televisión de boutique". (IPS) ●