

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 superditarse 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



- 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



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

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

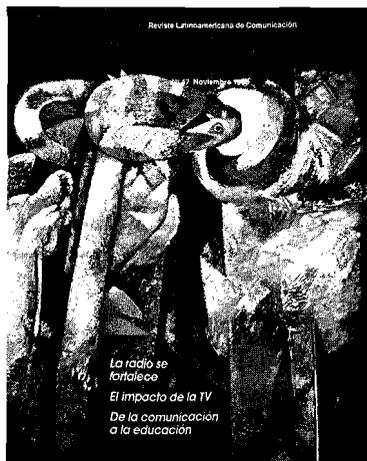


FOTO DE PORTADA INTERIOR

Oscar Bonilla
PRISMA

Agencia de Imágenes de
América Latina

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

La TV y la falta de estereotipos

ALVARO PAN
DANIEL EROSA

Habitualmente escuchamos decir que la televisión maneja estereotipos. ¿Es posible que esos estereotipos resulten intrínsecamente negativos?

La palabra estereotipo debe ser despojada de todo valor negativo; es una categoría que permite clasificar. En todos los órdenes, la realidad se transmite mediante modelos, por lo que esa reproducción de estereotipos es inseparable de la cultura. Lo interesante sería que la televisión brindara una pluralidad de modelos, en contraposición al monopolio de seriales norteamericanas que hoy existe. La competencia de estereotipos enriquece; en las condiciones actuales carecemos de opciones.

¿Cómo se da la elección de los estereotipos?

En forma nada inocente, puesto que esos estereotipos vienen cargados de una intención. Nosotros "vemos" masivamente un solo interés. Para un diario colorado, los "buenos" son los colorados, y uno se pregunta: ¿no hay ningún blanco o frenteamplista que también sea "bueno"? Lo mismo ocurre con la TV: todos los programas son norteamericanos, por lo que los héroes serán los que se adapten al esquema de héroes que a ellos les convenga. ¡Pero cuidado!, porque si una cultura quisiera transmitir que los ladrones son lo mejor del mundo, tampoco sería inocente.

Ese único interés referido a una realidad concreta, ¿de qué forma influye en nuestra realidad?

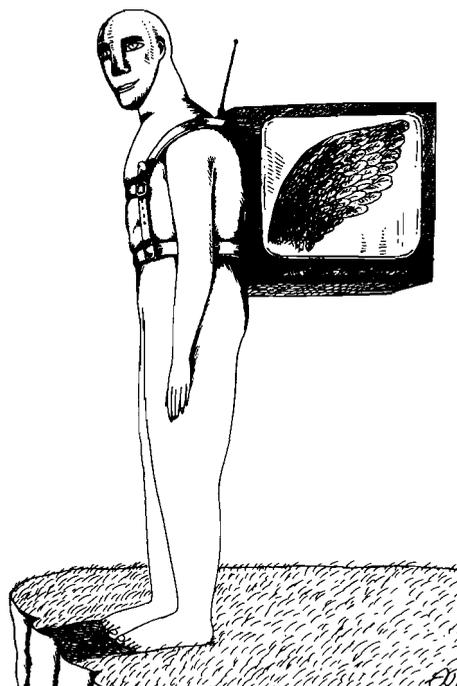
Lo que se presenta en los progra-

mas es lo mismo que presenta la publicidad: si querés ser feliz, fumá tal cigarrillo, tené el auto tal y una rubia por compañía. Pero yo no creo que un muchacho al ver esos modelos, se confunda ni se ilusione.

Sin embargo los convierte en objetivo...

Que aspire a ellos, sin duda; que tiene peso ideológico, no lo discuto. Ese estereotipo va a transformarse en algo admirable. Pero es como en los cuentos de hadas, que al escuchar "había una vez", ya zafaste y comensás a disfrutarlo como cuento y no como realidad.

Usted explicaba anteriormente que no hay posibilidad de opción,



quiere decir que la TV se convertiría en un instrumento de dominación...

Sí, pero no intrínsecamente. Insisto, no porque no hay estereotipos, sino porque hay falta de ellos. Por ejemplo, una serial que destacara la solidaridad y los valores del cooperativismo, se vería subversiva, ya que esos valores son cuidadosamente ignorados por el discurso televisivo.

La TV incide muchísimo en la vida, tanto como la escuela. Por ejemplo, cuando un niño dice "voy a chapar el lápiz" y la maestra lo corrige: "No, se dice voy a tomar el lápiz, ¿qué es más irreal, la maestra o el teleteatro? La maestra, porque la gente no habla así. Y porque además, éticamente se está desvalorizando la vida del individuo. Quiero decir con esto que no hay nada intrínsecamente alienante. Muchas veces un teleteatro puede tener cosas más movilizantes que la escuela.

Y las seriales tipo Mac Gyver o Lobo del Aire, cargadas de omnipotencia y omnisciencia; ¿cómo influyen en los niños?

Esas seriales descaradamente vanagloriadoras del poder total de los Estados Unidos, no hacen sino reforzar una idea, ratificarla. Es algo mucho más general, una glorificación del intelecto en contra de lo emotivo; del cálculo en contra del sentimiento. Es la actitud, para mí mucho más siniestra, que vemos en algunos padres que mandan a sus hijos a guarderías, que lo inician en la computación y en los idiomas, buscando convertirlo en un Mac Gyver. ●