

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

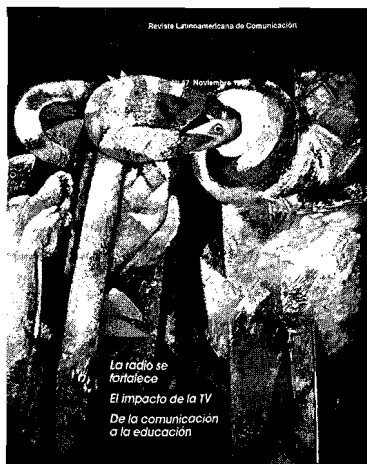


FOTO DE PORTADA INTERIOR

Oscar Bonilla
PRISMA

Agencia de Imágenes de
América Latina

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

TELEVISION REGIONAL en la Europa de las Identidades



Oleo Carlos Monsalve, Colombia

Noticieros en gaélico escocés; magazines de sobremesa en los que presentador e invitados departen amistosamente en bretón; el malvado JR haciendo negocios en catalán; la previsión meteorológica para el fin de semana en la Comunidad Autónoma de Madrid. Veinte años atrás todo esto pudiera haber sido visto como un intolerable despilfarro de un bien tan escaso ypreciado como la televisión. En estos momentos, cerca de 300 emisoras europeas ofrecen servicios de este tipo. Comparten una característica peculiar: sirven a pequeños territorios no-estatales y/o comunidades étnico-culturales diferenciadas. Son lo que se ha convenido en llamar "televisiones regionales".

Los años 90 se van perfilando como una especie de primavera en la que al vetusto tronco europeo le retoñan identidades perdidas, lenguas ancestrales y sensibilidades supuestamente atrofiadas. En las cancillerías de las antiguas potencias se

habla cada vez más de Europa, y en Europa (en la CEE, que es la única Europa con patente) se habla cada vez más de regiones: de su desarrollo, de su articulación, de su riqueza o subdesarrollo, de cooperación interregional: en el Parlamento Europeo funciona una atractiva comisión de política regional, mientras que muchos millones de ECUs' del presupuesto comunitario están siendo invertidos en proyectos de desarrollo regional. El tratado de la Unión Europea de 1992 prevé, por primera vez, la inclusión de las regiones en el organigrama institucional de la CEE a través del Comité de las Regiones, que vendrá a ser la réplica institucional de la Asamblea de las Re-

BERNAT LOPEZ, español. Doctorado en Ciencias de la Comunicación y Profesor de la Universidad Autónoma de Barcelona. Este artículo fue elaborado en el marco de un proyecto de tesis doctoral, dirigida por el profesor Miguel de Moragas. Para su realización el autor contó con la ayuda de la Comissió Interdepartamental per a la Recerca i la Innovació Tecnològica (CIRIT).

giones de Europa (ARE), lobby que cuenta con 225 miembros de todo el continente. La "Europa de las regiones y las nacionalidades" está decididamente de moda.

Y es que los viejos "macro-sujetos", públicos y privados, los espacios nacionales homogéneos, la voz monócorde que habla por el "país", ceden ante la desmultiplicación, la hibridación y el surgimiento de nuevos espacios y actores culturales, políticos y económicos que, en su complejidad y ambigüedad, reclaman también una voz propia: "de ahí que sea en el campo de la comunicación donde la cuestión nacional encuentra su punto de fusión. Y ello tanto en el cuadro de las relaciones de clase como en el de las relaciones entre pueblos y etnias que convierten a **La Nación** en un foco de contradicciones y conflictos inéditos". Las palabras de Jesús Martín-Barbero, referidas a la realidad latinoamericana, valen igualmente para la hirviente Europa de las regiones y las nacionalidades, que también se dota de medios de comunicación, tanto como de instituciones políticas o de mejoras competitivas en infraestructura. En este contexto la televisión regional surge como una necesidad y, a veces, como una obsesión.

Una categoría escurridiza

Recientemente, un comunicólogo británico me transmitía su opinión sobre la televisión regional: simplemente, no existe. CIRCOM Regional (Cooperativa Europea de Televisiones Regionales), un sindicato con cerca de 300 emisoras regionales afiliadas, es en verdad un bati-burrillo de las más dispares realidades, más que un gremio de actores homogéneos: agrupa empresas públicas, privadas, mixtas; poderosas corporaciones y humildes iniciativas voluntaristas; emisoras completamente independientes y centros territoriales de grandes cadenas estatales que se limitan a producir un noticiero y un magazine diarios para su área de cobertura; maquinarias de producción audiovisual exportable y meros reemisores de sitcoms británicos doblados. Es cierto que no se necesita un esfuerzo de abstracción para aislar el criterio primario que reúne a una fauna tan diversa: el hecho de que su ámbito de emisión es infra-estatal. Quizá la escasa solidez de un criterio puramente territorial haya dado pie al profesor inglés

En Francia, el surgimiento de la Cadena pública France Régions 3 en 1978 precede a la reforma por la que, en 1986, se confería mayor entidad político-administrativa a las regiones; en España ocurrió algo semejante.

para ahorrarse la abstracción "televisión regional". Evidentemente, la geografía, por sí sola, es incapaz de sustentar una categoría que se revela tan consistente, aun en su molesta inaccesibilidad para el analista. Creo que la clave está en el verbo utilizado al comienzo de este artículo: las televisiones regionales "sirven", es decir, responden en la mayoría de los casos a una voluntad de servicio público, que se traduce en una vocación de promoción lingüística, cultural, económica y de imagen de la región o nacionalidad en cuestión. Es cierto que a veces no se pasa más allá de la "vocación", y las emisoras que nacieron del terruño acaban digeridas por alguno que otro poderoso **network** estatal. Pero el hecho de pertenecer a una cadena, incluso comercial, no implica necesariamente para la emisora miembro un abandono de los "servicios" regionales.

Descentralización, mercado y servicio público

La descentralización de los sistemas radiotelevisivos en los países de la Europa occidental ha sido uno de los efectos más espectaculares de las transformaciones experimentadas por el audiovisual europeo durante los años 70 y 80, uno de los resultados de la explosión de los monopolios públicos estatales de radiodifusión. Con la denominada "desregulación" del sector audiovisual, en realidad un febril proceso regulador, los diferentes gobiernos han propiciado una apertura controlada del sector a nuevos actores mercantiles, sociales y administrativos. Ello ha generado una multiplicación de los canales televisivos y un retroceso-reconversión de la lógica del servicio público no lucrativo ante el envite de la mercantilización y la comercialización de la televisión. A mediados de los 80 la televisión de servicio público, a quien se identificaba generalmente con los "viejos mastodontes" estatales nacidos en los años 50, parecía amenazada de muerte por el avance aparentemente inexorable del modelo de televisión "a la norteamericana". La proliferación de emisiones regionales y locales, a menudo financiadas total o parcialmente por la publicidad, parecía venir a dar el golpe de gracia a la televisión de servicio público; en este sentido, la experiencia italiana vino a sembrar la duda y el desaliento entre los defensores de este modelo: la

poderosa RAI se veía seriamente concurrida por el enjambre de pequeñas emisoras comerciales de ámbito territorial reducido que, fuera del alcance de cualquier acción reguladora debido a la ausencia de marco legal alguno, habían logrado organizarse en varias redes de ámbito estatal que iban captando audiencias cada vez mayores gracias a una programación "popular".

¿Menos Estado, más mercado?

Con la crisis mundial de los años 70, el Estado del bienestar va a resentir en sus rígidas y burocratizadas estructuras las crecientes tendencias transnacionales de la economía mundial, propiciadoras del surgimiento de poderosos actores no estatales que actúan decisivamente en el interior de cada soberanía territorial. "La desreglamentación significa el retroceso de la ley, toda vez que la ley es la que oprime. Menos Estado, menos legislación, más mercado". Estos son los principios básicos que, en los países industrializados, guiarán la acción política derivada de las nuevas lógicas, y los vectores de fuerza que van a incidir profundamente en la televisión. La "solución tecnológico-informática" a la crisis parece pasar por una puesta del Estado y de sus aparatos al servicio incondicional del mercado. La TV, pues, no se mantendrá ajena a esta tendencia, máxime cuando ha llegado a convertirse en el aparato de producción y difusión simbólica más poderoso de las sociedades occidentales. En este sentido, la televisión va a continuar teniendo que ver con el Estado, pero acompañándolo en su proceso de transformación.

Las recetas aplicadas por los tecnócratas "curadores" del Estado se trasladarán a la gestión de la TV desburocratización, racionalización en función de criterios de costo-beneficio, descentralización, pragmatismo, apoyo a la expansión de los mercados para los productos de consumo masivo mediante la publicidad, privatización parcial de la actividad televisiva... La lógica del mercado se impone en la gestión de las ondas, un "bien escaso" y, por lo tanto, susceptible de racionalización económica. La ruptura de los monopolios va a ser la conclusión lógica de esta tendencia: en Italia (1974-76), Francia (1982), Alemania (1984-86), España (1980-83), Bélgica (1989), Portugal (1992). Diversos

desarrollos legislativos, o simplemente la misma fuerza de los hechos (como en Italia y, parcialmente, en España), propiciarán el surgimiento de nuevas cadenas que acabarán con la exclusiva de las emisiones que ostentaban los entes públicos centrales.

Dichos desarrollos legislativos están a menudo relacionados con procesos de descentralización político-administrativa que tienen lugar en diferentes países de rancia tradición centralista, como es el caso de Francia y España. En Francia, el surgimiento de la cadena pública *France Régions 3* en 1978 precede a la reforma por la que, en 1986, se confería mayor entidad político-administrativa a las regiones; en España las televisiones autónomas surgen a raíz de la entrada en vigor de la Constitución de 1978, que prevé la implementación de un régimen territorial cercano al federalismo (creación de 17 Comunidades Autónomas con amplias competencias propias, entre las que está, en diferente grado según el redactado de cada Estatuto de Autonomía, la competencia en materia de radio y televisión).

Comercialización y descentralización de la televisión, como se ve, son fenómenos que coinciden cronológicamente y aparecen a menudo íntimamente relacionados. El caso italiano se revela paradigmático en este sentido. Un análisis primario de lo acontecido en este país parece dejar entrever una auténtica complementariedad entre ambos fenómenos, en el sentido de que ambos constituyen el proceso de "desregulación" de los años 70 y 80 que precipitó el final del monopolio público televisivo. Sin embargo, posteriores desarrollos en otros países han demostrado que la descentralización de la televisión, lejos de quedar al margen del sector público, ha resultado mayormente capitalizada por instituciones públicas: por los propios sistemas radiotelevisivos públicos (creación de *France Régions 3* y de la *RAI 3* a finales de los 70, puesta en marcha de los terceros canales alemanes, desconexiones regionales de *BBC* y de *Televisión Española*) o por instituciones regionales o municipales (Comunidades Autónomas en España, comunidades belgas, ayuntamientos en varios países europeos). En Gran Bretaña la cadena ITV, que agrupa a 15 compañías privadas de implantación regional, responde básicamente



Una copa espera

Oleo Carlos Monsalve, Colombia



Ugo Carras Monsalve, Colombia

Entre tragos y cigarrros

camente a criterios comerciales, aunque se puede afirmar que la tutela a que está sometida por parte de la Independent Television Commission⁶ confiere a su actividad un marcado carácter de servicio público⁷. Esto vale también para el canal de difusión estatal Channel 4 y la emisora en lengua galesa integrada en su seno (S4C), que emite para el país de Gales. En Bélgica, las televisiones públicas correspondientes a cada una de las dos áreas lingüístico-culturales del país (la RTBF para Valonia y la BRT para Flandes) pusieron en marcha durante los años 80 sendos segundos canales, afianzando su posición en el disputado panorama radiotelevisivo belga.

La lógica comercial de la televisión privada, basada en la búsqueda de públicos masivos para ofrecer a los anunciantes, hace no viable la idea de una televisión privada de alcance territorial reducido que pueda competir con éxito con los grandes **networks** nacionales o extranjeros. La repetidamente citada experiencia italiana lo pone de manifiesto: tras unos primeros años del boom de las televisiones locales-regionales independientes, las exigencias de rentabilidad condujeron a la integración de la mayoría de ellas dentro de tres grandes redes comerciales (*Canales 5, Italia 1 y Rete 4*) que emitan programas comunes para todo el país.

Algo que puede parecer paradójico a los que han llegado a identificar descentralización con privatización-comercialización es el surgimiento, en España, de los canales autónomos públicos que no tan solo han calcado formalmente el modelo organizativo y legal de Televisión Española, la emisora centralizada estatal con la que compiten, sino que han adoptado parte de la lógica de actuación que informaba a los nacientes monopolios radiotelevisivos en los estados europeos durante los años 50: su objetivo declarado es la "reconstrucción" nacional-cultural, en este caso de pueblos amenazados de asimilación y subordinación. Me refiero a *TVI* en Cataluña, *Euskal Telebista* en el País Vasco, *TVG* en Galicia y *Canal 9* en la Comunidad Valenciana.

Cabe concluir, pues, que descentralización televisiva no ha sido sinónimo de privatización y muerte de la televisión de servicio público. La televisión regional en Europa nació privada en Gran Bretaña e Italia, pero ha descubierto su sustento y su vocación en el servicio público. No obstante, sí que ha muerto una manera de concebir lo "público", acompañando a la transformación de toda una concepción del Estado predominante hasta hace pocos años. "El Estado ya ha empezado a cambiar y (...) las lógicas que lo recorren evidencian más una complicidad en el despojamiento de algunas de sus funciones que un apego incondicional a una especie de esencia que sus adversarios suelen atribuirle (...) Frente a la acusación de despilfarro, frente a la acusación de inhumanidad, el estado recabará del **management** los instrumentos para racionalizar su acción, pero también para empezar a vender servicios (...) Ante la controversia que suscitan los objetivos y los métodos de uno y otro, el sector privado y el sector público intercambian sus finalidades y sus métodos: 'el sector privado ha de inspirarse en las finalidades del sector público; el sector público ha de utilizar los métodos del sector privado'⁸. En la descentralización de los servicios públicos de radio y televisión y en las formas de gestión de dichos servicios, cercanas cuando no idénticas, a las de la empresa privada, hay que ver una manifestación clara de dicha tendencia, detectable en muchos otros campos de la intervención estatal. Pero el hecho de que los canales de los **lander** alemanes y de las Comuni-

dades Autónomas Españolas apelen a la publicidad para financiarse en parte, o que el canal galés S4C encargue su programación a otras cadenas comerciales o a productores independientes no desmiente que estos canales deriven su existencia de la voluntad política de las comunidades para las que emiten y, por lo tanto, de los recursos públicos que se les asigna para cubrir sus presupuestos.

¿Hacia dónde?

Inequívocamente, al hacer una predicción sobre la evolución de la televisión regional en Europa, hay que pronunciar la palabra "incertidumbre", que es lo que planea por todo el sector televisivo europeo, tras diez años de júbilo expansivo. El flujo de nuevos actores y nuevos canales no parece haberse agotado. Es más, el satélite, las redes de cable y la comprensión digital hacen augurar una auténtica tromba de ellos. En España, por ejemplo, aún no ha finalizado el proceso de recomposición del sistema de canales hertzianos (se espera la aparición de los nuevos canales autónomos que están en proyecto), cuando el con-

sorcio español de satélites Hispasat está subastando cinco canales de televisión más, de cobertura estatal, que entrarán en funcionamiento el año próximo. Y ello sin olvidar la oferta de los cinco satélites del sistema transeuropeo Astra, o la de Eutelsat. En España, la televisión por cable está justo en sus inicios, de manera que es de prever una expansión de la oferta televisiva de este canal de difusión.

Frente a la multiplicación de la oferta televisiva, que comporta la fragmentación de las audiencias, el incremento de los costos y la reducción de los ingresos publicitarios, las televisiones regionales no tienen mejor opción que potenciar al máximo aquellas características que las hacen diferentes a los poderosos canales estatales y transnacionales: las que se derivan de la proximidad respecto a la comunidad para las que emiten. Mayor accesibilidad y oferta participativa, cercanía a la sensibilidad de la comunidad, potenciación de la lengua propia cuando ésta existe, mayor atención a los problemas políticos y económicos de la región... Se trata, en definitiva, de

apoyarse en las características de servicio público, sin por ello tener que renunciar a planteamientos comerciales realistas para recluirse en un autismo folclorista. La televisión regional debe nutrirse de las identidades colectivas que las sustentan. Por otra parte, la apertura se revela como imprescindible, y de ello son plenamente conscientes, por ejemplo, las televisiones autónomas españolas, agrupadas desde 1988 en la Federación de Organismos Radiotelevisivos Autonómicos (FORTA), entidad a través de la cual compran y venden derechos en común, defienden jurídicamente sus intereses, comercializan conjuntamente espacios de publicidad y acuerdan coproducciones. La defensa de los intereses comunes es también el objetivo de la CIRCOM Regional. Tan solo mediante un estrechamiento de la relación con la audiencia y una política abierta e innovadora podrán las televisiones regionales afrontar el futuro con garantías. ●

REFERENCIAS

1. El ECU (Unidad de Cuenta Europea) es la moneda única europea que está siendo impulsada desde la CEE; su valor está sostenido por un pool de divisas de los diversos países comunitarios.
2. Vid. Mattelart, A. y Mattelart, M. "El ocaso de los macro-sujetos", en Pensar sobre los medios, Fundesco, Madrid, 1987.
3. Martín Barbero, Jesús, "De los medios a las mediaciones", Gustavo Gili, Barcelona, 1987, p. 224.
4. Mattelart y Mattelart, op. cit. p. 182.
5. En palabras de Mattelart y Mattelart, op. cit.
6. Organismo público británico de tutela de la televisión independiente, controla, además de las cadenas de televisión ITV y Channel Four, la televisión por cable y por satélite.
7. Al menos así lo entiende CIRCOM Regional, la Asociación Europea de Emisoras Regionales Públicas, en el seno de la cual se integran plenamente las diversas compañías de ITV. El actual presidente de CIRCOM, David Lowen, es el director de la Yorkshire Televisión de Leeds, compañía miembro de ITV.
8. Mattelart y Mattelart, op. cit. p. 160. La cita contenida en el fragmento es de Laufer, R, "Crise de Légitimité dans les grandes organisations", en Revue française de gestion, marzo-abril 1977, p.117.



Oleo Carlos Monsalve, Colombia

Máscaras de la vida