

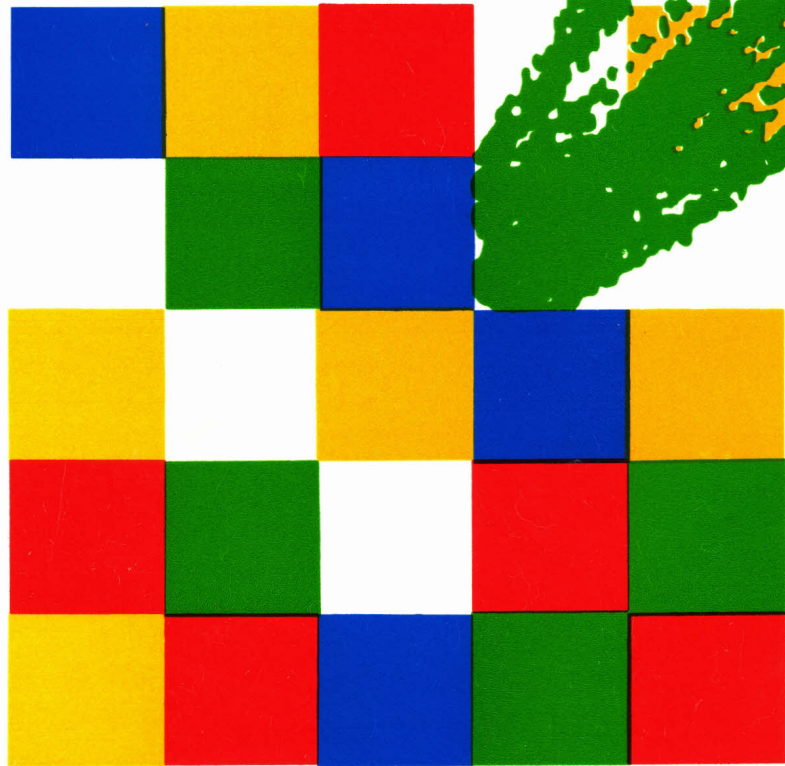
INTERACCION

REVISTA DE COMUNICACION EDUCATIVA

CEDAL

ESPACIO AUDIOVISUAL Y EDUCACION

8



SANTAFE DE BOGOTA, D.C. - COLOMBIA - OCTUBRE - NOVIEMBRE - DICIEMBRE DE 1995
PERMISO TARIFA POSTAL REDUCIDA No. 589 DE ADPOSTAL

INTERACCION

Publicación trimestral del Centro
de Comunicación Educativa
Audiovisual
-CEDAL-

Resolución Mingobierno N° 1584

Dirección:

Gladys Daza Hernández

Comité de Redacción:

Luis Fernando García
Patricia Bustamante
Joaquín Montes
Margaretha Moises
Antonio González

Colaboradores:

Diva Velásquez
Manuel Guerra
John Jairo Restrepo
Manuel Guillermo González
Teresa Santos Rojas
Rosa Emilia Salamanca
Guillermo León Escobar H.
Pablo Trivelli
Javier Esteiman Madrid
Nelson Baquero

Fotografía:

José Arnaiz

Administración:

Margaretha Moises

Diseño e Impresión:



arte publicaciones
255 9488 - 312 6047
Calle 66A N° 17-47/55
Santafé de Bogotá, D.C.

Suscripción:

CEDAL

Cra. 13 N° 90-36 Of. 602
Teléfonos: 226 9626 - 226 9647
Fax: 226 9535
Santafé de Bogotá, D.C.-Colombia
Se puede reproducir total o
parcialmente el material contenido
en la revista **INTERACCION**
indicando la fuente, o sea, el
nombre de la publicación de donde
es tomado y el autor.

CEDAL EN CONGRESO DE UCIP

Ética de la paz en un mundo de violencia

“La ética de la paz en un mundo de violencia es, lamentablemente, un asunto de la más reciente y urgente actualidad. Periodistas, periódicos y medios audiovisuales se confrontan constantemente con la violencia y participan, en mayor o menor medida, de su ciclo, hasta el punto de verse convertidos en víctimas directos. Violencia del narcotráfico en Los Andes, atentados en Francia, genocidio en Africa, guerra en la ex-Yugoslavia, persecución policial en China... No pararíamos de enumerar las situaciones de agresión, violencia e injusticia que son mostradas a través de los medios.

No obstante, la actualidad de la violencia estuvo representada para nosotros, en el Congreso de la UCIP, por el encuentro con una periodista de Burundi, quien presentó su testimonio y no pudo revelar su nombre, y por el periodista croata cuyos ojos están todavía llenos de horror y del dolor, pero también por el cardenal Martini, Arzobispo de Milán, quien nos invitó a visitar la Biblia y a ser sembradores de la paz (Juan 4, 37).

Las representaciones de los delegados de distintas culturas y países demostraron que el tema ético traspasa las fronteras. Durante el Congreso pudimos profundizar la reflexión sobre el problema de la violencia -sus caras, causas y consecuencias en la sociedad-, pero no podríamos limitarnos a esa realidad. Lo imprescindible es justamente destacar el papel del periodista como constructor de una ética basada en la paz, en la esperanza y en los valores del Evangelio.

Esta ética de la paz presenta algunos pilares fundamentales: primero, es muy concreta, no simbólica o abstracta; segundo, por ser concreta debe ser construida, moldeada por los agentes sociales y, tercero, necesita ser compartida.

Sin duda, el Congreso ha alcanzado su objetivo: compartiendo nuestras experiencias, angustias y esperanzas, logramos esbozar una nueva ética, un nuevo modo de mirar y divulgar el mundo”.

UCIP Información, Septiembre 1995

CONDOLENCIAS

Presentamos nuestras condolencias a los familiares de don **Gustavo Vivas Pérez**, quien falleció el pasado 16 de agosto en Bogotá. El señor Vivas fue **Revisor Fiscal** de Cedal durante los 15 años de funcionamiento de la institución (1980-1995). Por lo tanto, **Interacción** agradece sus servicios profesionales de una alta calidad y eficiencia y dentro de un espíritu desinteresado.

El señor Jesús le recompense con la felicidad eterna.

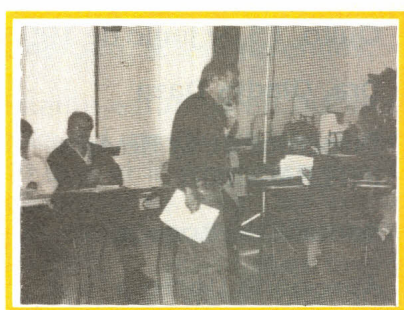
MIEMBROS HONORARIOS

La Asamblea General de Cedal hizo público reconocimiento a dos de sus miembros fundadores:

Amanda Betancourt A. y **José Arnaiz**, proclamándolos como **miembros honorarios** de Cedal. Nos alegramos de esta merecida distinción.

SUMARIO

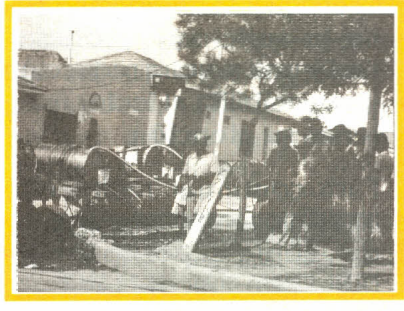
	Pág.
INTERACTUAN CON NOSOTROS	2
EDITORIAL	
Comunicar para educar	3
ESPACIO AUDIOVISUAL	
- El seminario taller de "Video-Arte Educativo"	4
- Las concepciones de la estética y del arte en la representación visual Por: <i>Diva Velásquez</i>	5
- La dimensión estética en los medios de comunicación. Un vídeo por la vida. Por: <i>Manuel Guerra</i>	6
- El video-arte educativo. Por: <i>John Jairo Restrepo</i>	11
- Arte electrónico y educación. Por: <i>Gladys Daza Hernández</i>	13
- Las imágenes. El tedio del país de nunca jamás. Por: <i>Ricardo de Rueda</i>	15
- Las comunicaciones y su influencia en el proceso educativo Por: <i>Fernando Ospina M., Werner D. Cárdenas, Nelson Baquero A.</i>	17
- La televisión universitaria dentro del horizonte del servicio público Por: <i>Dr. Javier Esteinou Madrid</i>	19
FORO: LAS ONGS ANTE EL TERCER MILENIO	23
- CEDAL una experiencia vital. Por: <i>Margaretha Moises</i>	24
- Realizaciones de CEDAL en sus 15 años.	25
- CEDAL al servicio del país. Por: <i>Luis Fernando García</i>	26
- Tendencias de las agencias de cooperación internacional en América Latina. Por: <i>Manuel Guillermo González</i>	27
- Características lingüísticas del discurso de las ONGS.	35
- La palabra descontenta. Por: <i>Teresa Santos Rojas</i>	36
- La autofinanciación de las ONGS. Por: <i>Rosa Emilia Salamanca</i>	39
- Perspectiva político-económica latinoamericana. Por: <i>Guillermo León Escobar H.</i>	43
INFORMACIONES GENERALES	
- Videoteca del sur	50
- Proteger la fertilidad de la tierra	51



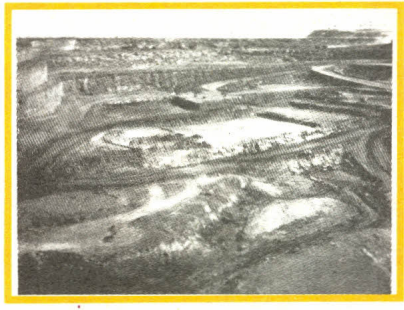
Pág. 11



Pág. 24



Pág. 42



Pág. 51

LA TELEVISIÓN UNIVERSITARIA DENTRO DEL HORIZONTE DEL SERVICIO PÚBLICO

Por: Dr. Javier Esteinou Madrid*

LOS ANTECEDENTES**

A partir del surgimiento de la televisión en México en la década de los años cincuentas, ésta adopta el modelo comercial de desarrollo de la televisión norteamericana y enmarca mayoritariamente su funcionamiento bajo el régimen de concesión privada que conserva hasta nuestros días. Es dentro de este esquema comercial que la televisión mexicana se desarrolla y donde alcanza hasta ahora su mayor dinámica de expansión e influencia sobre la cultura nacional.

Contraria y paralelamente a esta realidad privada, aparece de manera muy tardía, a finales de los años sesenta la televisión pública en nuestro territorio. Su lenta incorporación al panorama cultural de la nación, provoca que ésta emerja y madure con una personalidad social poco definida, con menor experiencia audiovisual, reducido apoyo económico, bajo nivel de credibilidad en el auditorio, proyecto cultural confu-

so, mayores presiones burocráticas, menor cobertura geográfica de influencia, grandes contradicciones en sus líneas de dirección, etc.

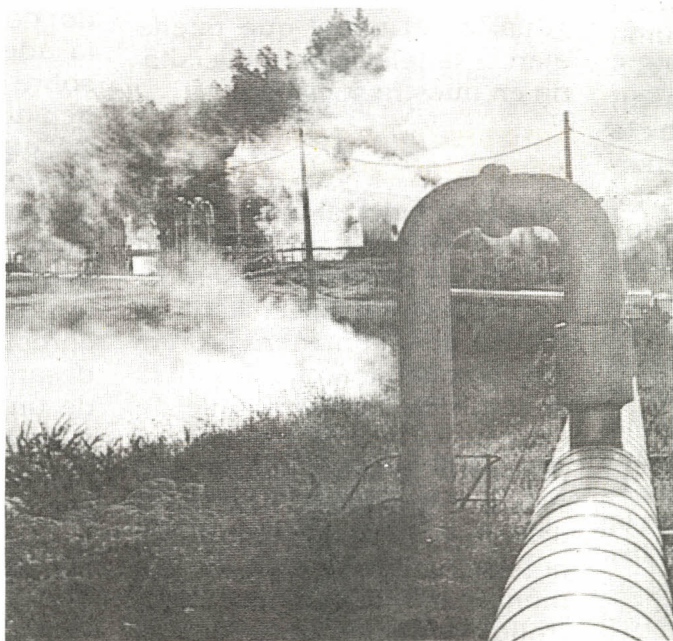
Complementariamente a las realidades anteriores aparece la televisión universitaria en la década de los cincuentas para dar desde las instituciones de educación superior otra respuesta cultural a la población. Así ésta emerge, como un ensayo audiovisual con pocos recursos económicos, tecnológicos y humanos que pretende ofrecer otras

respuestas culturales al auditorio y que rápidamente se desarrolla aportando grandes contribuciones mentales para el crecimiento espiritual de nuestra sociedad.

No obstante estas limitaciones con que nace el modelo público, también podemos decir que en los últimos años esta modalidad conquistó algunos avances en el terreno económico, político, cultural, legal, organizativo, tecnológico, creativo, etc. Sin embargo, pese a estos progresos alcanzados también

podemos afirmar, que salvo algunas excepciones, la información televisiva que produjo y ha difundido este proyecto de televisión a lo largo de las últimas décadas y que todavía continua realizando en el presente; no se ha dedicado sustantivamente a crear conciencia sobre las principales necesidades que posee la población mayoritaria del país y que debemos resolver para sobrevivir.

Es decir, pese a la existencia de estas dos



* Investigador del Departamento de Educación y Comunicación de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México, D.F.

** Para la elaboración de este texto he tomado algunas ideas de dos de mis siguientes trabajos: **Hacia la primavera del espíritu nacional. Propuesta cultural para una nueva televisión mexicana**, Fundación Manuel Buendía y Programa Cultural de las Fronteras, México, D.F., 1989; y **La televisión mexicana ante el nuevo modelo de desarrollo neoliberal**, Fundación Manuel Buendía y Programa Cultural de las Fronteras, México, D.F., julio de 1991.

importantísimas infraestructuras culturales en el país, la pública y la privada, observamos en términos generales que ambos modelos no han contribuido sustantivamente al desarrollo de la conciencia de la población frente a sus grandes conflictos de crecimiento. Por ello, se puede pensar que la televisión, tanto pública como privada, ha continuado desvinculada del análisis sistemático de los grandes obstáculos que impiden nuestro desarrollo nacional y de la difusión constante de las posibles alternativas para cada rama de nuestro crecimiento interno.

En este sentido, podemos decir que en general la televisión sigue funcionando como cerebro colectivo divorciado de las necesidades del cuerpo social, porque mientras vivimos cotidianamente una profunda crisis socioeconómica, la televisión nos orienta a pensar, prioritariamente, en el triple eje cultural del consumo, los deportes y las ideologías del espectáculo; y sólo ocasionalmente nos conduce a reflexionar y sentir los problemas centrales de nuestra sociedad. Esto es, la problemática nacional no pasa sustantivamente por la televisión, lo cual ha provocado la existencia de un modelo de funcionamiento esquizofrénico entre lo que difunde e inculca la programación televisiva y las necesidades o realidades que se viven cotidianamente en la sociedad mexicana.

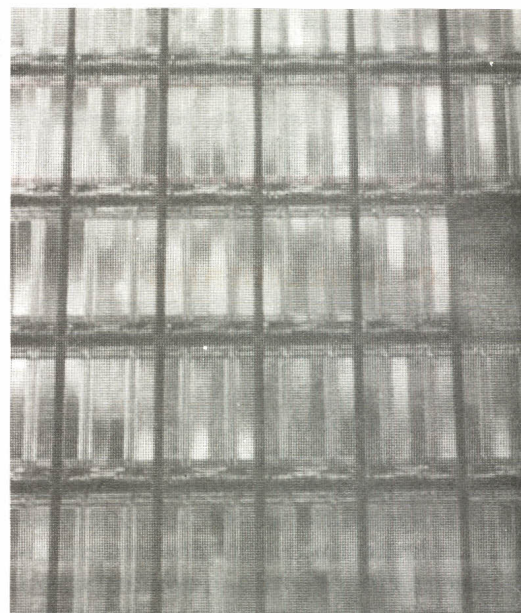
De esta forma, podemos decir que como en un acto de magia

que se lleva a acabo ante los ojos de todos y el estupor de unos cuantos, desde hace dos décadas a la fecha, la televisión continúa realizando la hazaña verdaderamente fantástica de ocultarle su país a los mexicanos¹.

Es por ello, que dentro de un marco de profundo agotamiento de nuestro proyecto de desarrollo interno y de enorme cambio de nuestra sociedad ante la incorporación a los procesos de globalización mundial; debemos preguntarnos ¿Cuál es el sentido que posee la existencia de la televisión de Estado en México?. ¿Para qué queremos la televisión pública en nuestra sociedad, cuando el esquema que domina en este nuevo modelo de desarrollo neoliberal es el de la privatización de todos los ordenes?. ¿Cuál es el papel que puede ejercer la televisión universitaria en nuestra sociedad?.

TELEVISION UNIVERSITARIA Y DESARROLLO NACIONAL

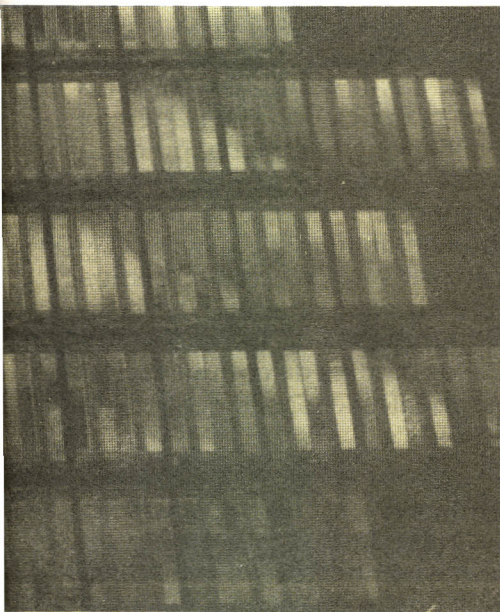
Para responder al interrogante sobre cuál debe ser la función social que tiene que desempeñar la televisión universitaria en México de una manera profunda y no quedar atrapados en la concepción hollywoodense de ésta, antes tenemos que tener presente la vinculación que existe entre comunicación y desarrollo. Reflexionando sobre la relación que se da entre comunicación, televisión y desarrollo, podemos decir que el crecimiento entendido como el mejoramiento general de los niveles de vida de la población



a través de la satisfacción de sus necesidades básicas, es producto de un conjunto de factores y procesos sociales complejos, dentro de los cuales, el detonador de todos esos elementos es la adquisición de conciencia sobre las realidades que se tienen que promover. Esto significa, que para que se produzca un desarrollo material de la sociedad antes se requiere generar un previo crecimiento mental de la misma. De lo contrario, no existen condiciones apropiadas para la gestación del desarrollo: el desenvolvimiento de un país, parte de la evolución de su intelecto y no de la multiplicación de simples acciones materiales.

Por ello, pensamos que la revolución más radical de una sociedad se da a partir del momento en que los individuos que la conforman modifican su concepción del hombre, del

¹ Caballero, Virgilio; *Cultura y medios de comunicación*, ponencia presentada en el Foro sobre Cultura Contemporánea, documento sin datos, México D.F., 1989.



mundo y de la vida y la llevan a la práctica. La evolución de una nación empieza con su cambio cerebral y no con la simple mutación material.

LA MEDIACION DE LA TELEVISION

En la actualidad hay que tener en cuenta que en nuestro país, frente a la tradicional acción del sistema escolar y religioso, la televisión se ha convertido en la principal red educativa capaz de cambiar, con mayor rapidez y agilidad, los valores, las actitudes, los hábitos y las conductas de los receptores. En una idea, dirige la cultura cotidiana en cada sexenio de gobierno. Es decir, la televisión se ha transformado en el principal mediador cultural, a través del cual el Estado articula ideológicamente a nuestra sociedad, convirtiéndose en la principal organizadora colectiva de la historia moderna de México.

Sin embargo, esta mediación central que ejerce la televisión

entre gobierno y sociedad, no significa, en ningún momento, que la capacidad de persuasión que realiza sea omnipotentemente eficaz para convertir en socialmente dominante cualquier mensaje transmitido por ésta y mecánicamente doblegar las conciencias y las acciones de todos los ciudadanos que son tocados por ésta. La capacidad de convencimiento de la televisión tiene límites de competencia muy precisos.

Empero, no obstante la existencia de diversos límites reales en la tarea de mediación social que realiza la televisión entre pueblo y gobierno, su capacidad de persuasión y de movilización de la población en el país ha sido tan eficiente en diversos momentos, que ha generado fuertes fenómenos sociales de signos contrarios.

Es por ello, que a diferencia de la estrategia mercadológica o hollywoodense que concibe a los receptores como meros consumidores reales o potenciales diferenciados por estratos de ingresos y que ha sido enormemente asimilada por los modelos mexicanos de televisión; nosotros pensamos que la función de la televisión universitaria debe ser el comprender a sus auditorios como complejos sectores humanos enmarcados por múltiples problemáticas educativas, laborales, económicas, habitacionales, étnicas, nutricionales, lingüísticas, políticas, etc., que deben resolver para subsistir. Es decir, deben ser abordadas como sectores que se encuentran en distintas fases de su desarrollo económico, político, social y cultural, y no como meros receptores pa-

sivos de información y decisiones centrales.

Por consiguiente, dentro de esta perspectiva, los medios audiovisuales deben funcionar frente a sus públicos como tecnologías culturales capaces de producir cargas informativas y atmósferas emotivas que puedan generar conciencia para enfrentar las contradicciones que impiden su progreso. En otras palabras, las televisoras universitarias deben actuar como instrumentos culturales de desarrollo nacional y regional, a través de la distribución de sensibilidades y conocimientos especializados por zonas de conflictos, y no como empresas aisladas productoras de abundante información parasitaria desvinculada de las urgentes necesidades municipales y estatales donde actúan. Situación que ha sido enormemente demandada por los diversos grupos sociales y políticos de la sociedad mexicana.

Esto implica que las televisoras universitarias como mediadoras culturales entre la universidad y la sociedad, a través de la elaboración y la difusión de diversas subjetividades y sensibilidades sobre nuestros obstáculos de desarrollo, deben gestar un ágil y permanente proceso de transformación de las estructuras mentales de la población frente a los grandes problemas nacionales y regionales que les impiden crecer. Ello exige que las televisoras universitarias, en conjunto con otros aparatos culturales, a través de su programación, formen otra neocorteza cerebral de conocimientos y sentimientos en el país que nos permita armonizar coheren-

temente nuestras acciones colectivas como sociedad, con las urgentes necesidades nacionales de crecimiento que hay que solucionar para prosperar. Creemos que hoy día el mayor problema del país no es el pago de la deuda externa, ni el alto desempleo, ni la aguda inflación, ni la avanzada contaminación, ni la agobiante carestía, ni la ausencia de vivienda; sino nuestra transformación mental y emotiva como sociedad frente a nuestros conflictos de crecimiento para poderlos resolver.

Por ello, nos preguntamos, ¿si durante décadas la televisión ha sido capaz de provocar nuestro cambio mental y efectivo para optar por otro whisky, brandy, cigarros, perfumes, automóviles, valores, creencias, etc.; por qué no va a poder hacer cambiar nuestra mentalidad frente

a los grandes problemas de desarrollo que enfrentamos como país? Por lo mismo, es necesario analizar de qué manera las televisoras universitarias pueden colaborar para producir en sus auditorios una cultura de avance nacional y no de retroceso regional.

REFLEXIONES FINALES

Sintetizando, podemos decir que de no diseñarse las políticas de comunicación de las televisoras universitarias desde los principales conflictos que obstaculizan el desarrollo del país, se volverá a vivir la profunda contradicción existente entre la cultura nacional y el proyecto de desarrollo global que se ha arrastrado en las últimas décadas. Cada uno se disparará por senderos distintos: la cabeza social avanzará por un

lado y el cuerpo por otro, aumentando rápidamente, con ello, la descomposición de nuestra sociedad. No podemos olvidar que la superación de la crisis nacional que nos enmarca, requiere la producción de un nuevo eje cultural, y éste en nuestro país, creemos que en este sexenio podría girar alrededor de la renovación de los medios de comunicación nacionales, especialmente de la televisión.

Consideramos necesario remarcar que ante el proceso de desmembramiento agudo que vive nuestro país, la televisión no puede seguir funcionando con los esquemas de relativa estabilidad social de hace 40 años. Hoy tenemos que pensar cómo la televisión universitaria nos puede ayudar a dar un salto mental cualitativo de 50 años hacia adelante que nos permita madurar como sociedad y nos ahorre los enfrentamientos, los sufrimientos y las luchas que se vislumbran para las próximas décadas de la historia de México.

Sabemos que ante el funcionamiento autoritario, la estructura vertical, la dinámica improvisada, el perfil eminentemente mercantil, su gestión mayoritariamente acrítica, su vinculación inorgánica con las necesidades prioritarias de nuestra sociedad, su alto centralismo que caracterizan la operación de la televisión en México, esta reflexión supone la realización de una gran empresa; pero también sabemos que es el desafío elemental del rescate y conservación de la vida por la cual tiene sentido luchar apasionadamente.

(Edición hecha por Interacción)

