

Chasqui

Revista Latinoamericana
de Comunicación

No. 59 - SEPTIEMBRE 1997

Director (E)

Jorge Mantilla Jarrín

Editor

Fernando Checa Montúfar

Consejo Editorial

Jorge Mantilla Jarrín

Fernando Checa Montúfar

Lucía Lemos

Nelson Dávila Villagómez

**Consejo de Administración de
CIESPAL**

Presidente, Víctor Hugo Olalla,
Universidad Central del Ecuador.

Mario Jaramillo,

Ministro de Educación y Cultura

Abelardo Posso,

Min. Relaciones Exteriores.

Héctor Espín, UNP.

Consuelo Feraud, UNESCO.

Carlos María Ocampos, OEA

Tulio Muñoz, AER.

León Roldós, Universidad Estatal de
Guayaquil.

Edgar Jaramillo S., FENAPE.

Asistente de Edición

Martha Rodríguez

Corrección de Estilo

Manuel Mesa

Magdalena Zambrano

Portada y contraportada

Oswaldo Viteri

Impreso

Editorial QUIPUS - CIESPAL

Chasqui es una publicación de CIESPAL.

Apartado 17-01-584. Quito, Ecuador

Telf. 506 149 544-624.

Fax (593-2) 502-487

E-mail: chasqui@ciespal.org.ec

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

Los artículos firmados no expresan necesariamente la opinión de CIESPAL o de la redacción de Chasqui. Se permite su reproducción, siempre y cuando se cite la fuente y se envíen dos ejemplares a Chasqui

NOTA A LOS LECTORES

En el siglo XXI se profundizarán los procesos de globalización, desregulación, privatización, reducción del Estado y liberación del mercado que ya estamos viviendo. Estos cambios estarán marcados por la revolución tecnológica que, desde la información, abarcará los diversos campos y configurará (lo está haciendo) un nuevo contexto tecnocultural en el cual los *media* habrán de remozarse, pues de una era massmediática (donde los medios tradicionales constituyen el eje fundamental), se está pasando a una era más personalizada, más individualizada, en términos de la información, (donde los medios tradicionales tienen una hegemonía relativa en favor del nuevo gran medio digitalizado). Será (es) un nuevo contexto que plantea enormes desafíos, especialmente para un medio como la radio que, aparentemente, no ha tenido notables modificaciones tecnológicas. Este proceso de globalización es inevitable, la radio y los comunicadores democráticos que se abstraen o quieren abstraerse de él cometen una gran equivocación y logran, con ello, refundirse en el furgón de cola del tren de la historia. Por esto, con **La radio en el siglo 21** mantenemos y actualizamos un espacio de reflexión, discusión e intercambio que procura proporcionar elementos de juicio para luchar porque ese proceso sea más democrático, más plural, más humano; pero, también, más local sin perder de vista lo global. Serán y son desafíos de todo orden que, debidamente enfrentados, evitarán a los pobres -según nos lo recuerda Hernán Gutiérrez- "ser como las solteras que van a misa a mirar cómo se casan las otras". A los textos de reconocidos expertos en las diversas materias que tratan, se suman las ideas de cómo la radio democrática debe asumir el próximo siglo y sus cambios dramáticos, expresadas por representantes de los organismos internacionales vinculados a ella: Púlsar, ALER, AMARC y Unda-AL.

Para José Rojas, actualmente la audiovisualidad se secciona en dos grandes bloques, el de la presencia viva: teatro, recitales y demás artes escénicas; y el de la presencia electrónica ("o mejor ausencia", enfatiza): fundamentalmente TV, cine, video. No obstante que vivimos en un mundo audiovisual rico y multifacético, recreado y expresado de distintas maneras, el ser humano contemporáneo está configurando su audiovisualidad a base de la "presencia electrónica" en detrimento de la "presencia viva". Este hecho es prioritario enfrentarlo al menos a 3 niveles, según lo propone Susana Velleggia: políticas públicas de radiodifusión, educación sobre el medio y educación a través del medio. En el primer caso es necesario articular esas políticas con las educativas y las culturales, y descentralizar los sistemas de comunicación para fortalecer los espacios locales. En el segundo, es imprescindible ingresar la TV a la escuela para que sea resignificada desde allí y formar perceptores críticos, capaces de "discernir -define Gregorio Iriarte- el valor y contravalor de una situación para orientar la conducta"; al respecto hay muchas experiencias en América Latina, la mayoría carente de apoyo estatal (resultado de la ausencia de políticas de comunicación). En el tercer caso, pese a los esfuerzos que hace la TV latinoamericana (un ejemplo es la TVN de Chile, véase el artículo correspondiente) estos son ínfimos en relación a los de los grandes conglomerados multimedia que se están apropiando de este "nicho del mercado" pues ven en la televisión educativa un campo muy lucrativo. Con **Audiovisualidad, educación y cultura** continuamos el enfoque renovado y actualizado que, sobre el vasto tema de educación y comunicación, iniciamos en la *Chasqui* 58.


Fernando Checa Montúfar
Editor



LA RADIO EN EL SIGLO XXI

El creciente proceso de globalización plantea enormes desafíos a la radio democrática, si se los asume adecuadamente podremos contribuir a que ese proceso sea más democrático, más plural, más humano.

- 4 El futuro imperfecto de la radio
Rafael Roncagliolo
- 8 La radio: reto democrático del siglo XXI
Ricardo Rocha
- 12 La radio y las nuevas tecnologías: avances y riesgos
Fermín Bocos
- 16 Digitalización de la radio
Dieter Beheng
- 20 La DAB y la radio comunitaria
Ada Hulshoff
- 24 ¿La radio digital será la norma mundial?
Steve Buckley, Lawrence Hallett

- 26 Pluralismo, radio e Internet
Bruce Girard
- 29 La radio popular: entre lo local y lo global
Hernán Gutiérrez
- 33 Siglo XXI: los desafíos de la radio comunitaria
Raúl Rodríguez
- 36 Comunión para la democracia
Carlos Eduardo Cortés
- 39 Estética y educación para la audiovisualidad
José Rojas Bez



AUDIOVISUALIDAD, EDUCACION Y CULTURA

Pese a que vivimos en un mundo audiovisual rico y multifacético, el ser humano contemporáneo está conformando su audiovisualidad solo a base de la "presencia electrónica", especialmente de la TV. Es mucho lo que se tiene que hacer en términos de educación para enfrentar este hecho.

- 43 ¿Qué pretende la educación de la TV?
Susana Velleggia
- 47 La televisión dentro del salón de clases
Sergio Inestrosa
- 52 TV y educación: ¿enfrentamiento o integración...?
Gregorio Iriarte o.m.i.
- 55 Deletreando el cine
Carmen Coronado
- 57 La cultura en Televisión Nacional de Chile
Valerio Fuenzalida F.



APUNTES



- 62 Los medios en el medio
José Ignacio López Vigil
- 66 Derecho a la información:
agenda para el debate
José Marques de Melo
- 70 América Latina: investigación
de la comunicación y libre
comercio
Javier Esteinou Madrid
- 74 El comic es algo serio
Ricardo Horvath

ENTREVISTA

- 75 Miquel de Moragas i Spá:
"Debemos transformar el
conocimiento en bienestar
social"
Ricardo Haya

NUEVAS TECNOLOGIAS

- 79 Conocimiento global para el
desarrollo
Sally Burch

- 82 Una guerra digital a la
española
Tito Drago

IDIOMA Y ESTILO

- 85 La gramática después de
Zacatecas
Rodrigo Villacís Molina
- 88 ACTIVIDADES DE CIESPAL
- 89 NOTICIAS
- 91 RESEÑAS



PORTADA Y CONTRAPORTADA

OSWALDO VITERI

"No es nada no temas, es solamente
América". Ensamblaje 160 x 130.

"Y surgirán de la sombra y de la tierra"
Ensamblaje 160 x 130.

Centro de Arte Viteri 561 548

El autor de la pintura que publicamos en la
portada de *Chasqui* 58 es Eduardo
Kingman, y no Nicolás Kingman. Pedimos
disculpas por este involuntario error.



La radio popular: ENTRE LO LOCAL Y LO GLOBAL

“Piensa globalmente, actúa localmente”, es una frase acuñada por los ecologistas que une dos estrategias aparentemente opuestas y contradictorias. En cuanto a la radio popular existe la tentación de hacer el paralelo. Sin embargo, el autor plantea que ella pensará globalmente y actuará también globalmente, que la radio no abandonará lo local porque es lo que le da vida y razón de ser, pero incorporará en su trabajo una perspectiva nacional y continental; y argumenta en favor de la complementaridad de lo uno con lo otro, como ámbitos en que actuarán las radios populares en el próximo milenio.

Para las radios populares, la utopía ha sido siempre transformar la sociedad hacia formas de convivencia pacíficas, de justicia social, de respeto a los derechos de las personas y de participación de las mayorías en las decisiones fundamentales de la sociedad.

¿Siguen vigentes los sueños?

La pregunta sobre la vigencia de la utopía, en este nuevo milenio, abre dos

enormes vertientes de respuestas porque, por un lado, hay sueños que se mantienen intactos con igual o mayor vigencia que hace 30 años, y, por otro, hay nuevas condiciones que marcan nuevos desafíos y nuevos sueños.

Según Javier Gorostiaga, rector de la Universidad Centroamericana de Nicaragua, en este fin de milenio hay mil millones de personas con un dólar diario de ingreso y 3 mil millones con algo más de 2 dólares diarios, y, por otro lado, 358 millonarios tienen en sus arcas 762 mil

millones de dólares (*Forbes Magazine*). Para igualar esta fortuna, la mitad de la humanidad tendría que depositar todos sus ingresos, durante un año. El 20% de la humanidad controlará casi el 90% de las riquezas del mundo.

El nuevo milenio se iniciará con un planeta cuyo mercado mundial estará

HERNAN GUTIERREZ, costarricense. Periodista, coordinador de gestión del proyecto América Latina en Red de ALER. Este artículo es una síntesis de diversos documentos de la Secretaría Ejecutiva de ALER, particularmente de los escritos por Humberto Vandenbulcke y Marita Mata.



Catalina Aneca

"globalizado" y donde los valores fundamentales que se habrán consolidado serán la privatización, la competencia y la libre empresa. La disparidad entre el Norte y el Sur tocará fondo. La concentración de la riqueza y el conocimiento estará más desbalanceado que nunca antes en la historia de la humanidad. Al mismo tiempo, el Sur tendrá su Norte: ciudadanos de América Latina pertenecientes a ese 20% tendrán sobreabundancia. Y el Norte tendrá su Sur: los inmigrantes y desempleados de Europa y Estados Unidos tendrán condiciones de vida cada vez más semejantes a las poblaciones pobres de América Latina.

Para el nuevo milenio se nos había invitado a todos a sentarnos en el banquete del consumo, pero después se nos avisó que no fue así. En realidad los cálculos habían sido diferentes y ahora el banquete es solo para el 20%. El 80% restante de la humanidad puede pasearse por los lujosos "shopping center" y mirar las vidrieras como las solteras que ya perdieron la esperanza, van a misa a mirar cómo se casan las otras.

El desprecio a la condición humana de un sistema que excluye a la mayoría de las personas, es el principal regalo de la globalización y el neoliberalismo reinantes, al comenzar el nuevo milenio. El anhelo de una sociedad en armonía, tolerante, equitativa, solidaria, justa, democrática y participativa sigue tan vigente como antes. En este sentido, las radios populares se reafirman en sus viejas utopías porque hoy son más vigentes que nunca.

Cambia, todo cambia

Los grandes cambios del fin del milenio, dieron un vuelco a todo. No vivimos una época de cambios sino un cambio de época. El escenario socio-político, económico y cultural en que actuaron las radios populares se modificó casi completamente. Cambios en la cultura política, es decir en la forma de enfrentar y las tensiones sociales; cambios en los protagonistas, hay nuevos actores que saltaron a escena; y finalmente hay avances tecnológicos que, por un lado, colocan a los medios de comunicación en un lugar todavía más privilegiado y, por otro, se abre la necesidad casi vital para los medios de acceder al conocimiento tecnológico. Examinemos uno a uno estos nuevos escenarios.

1. La pelea tiene nuevas reglas.

Hay una nueva cultura política, en germinación, que parece estar marcando la transición hacia la llamada democracia. Los conflictos sociales ya no pueden resolverse con la violencia, la confrontación militar, las dictaduras o el autoritarismo. La reciente elección del exdictador Hugo Banzer, como presidente de Bolivia, y la alianza entre víctimas y victimarios de un régimen autoritario en los años setenta, es un signo de que la negociación y la concertación se están imponiendo. Los recientes acuerdos de paz en Guatemala, es otro ejemplo de esta nueva lista. Esta nueva forma de encarar la política está marcada por la negociación de las agendas políticas y sociales. Los grandes problemas relacionados con el desarrollo no pueden ser resueltos sin la concertación y consenso entre las distintas fuerzas de la sociedad.

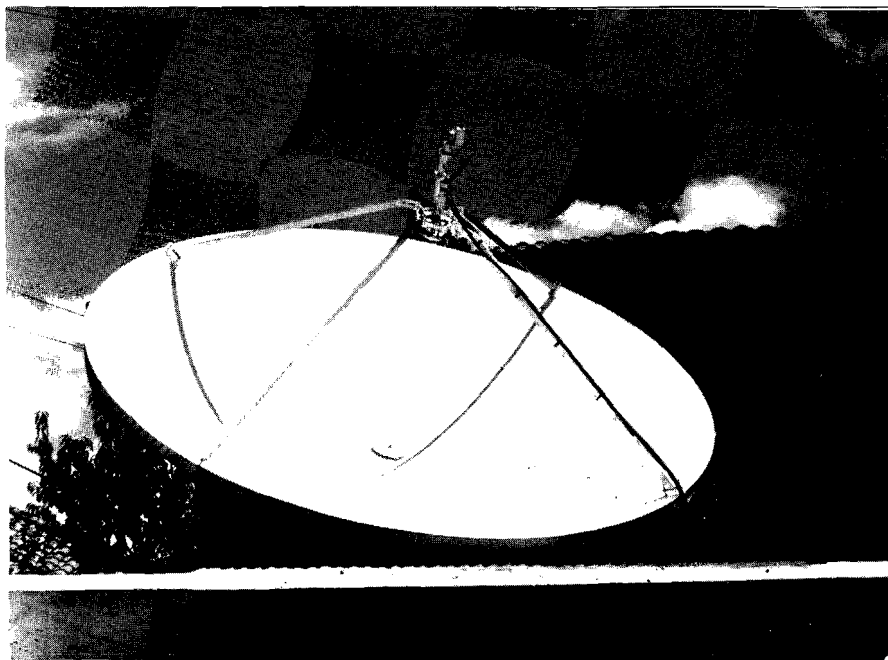
A las radios populares les corresponde ahora, en una especie de ejercicio de la pluralidad, abrir espacios para la discusión y la concertación sobre los asuntos de interés para los sectores populares y para la sociedad en general. En un nuevo clima de mayor tolerancia, de búsqueda de consensos y de negociaciones, las radios populares deberán

aprovechar para poner nuevos temas en la agenda pública y debatir los grandes temas de su región y de su país, desde la perspectiva de los intereses de ese 80% de la población que no fue invitada al banquete.

2. La novela tiene nuevos protagonistas.

Los movimientos sindicales y campesinos que fueron los protagonistas más importantes en las luchas sociales de los años 60 y 70, se han debilitado. A su vez, nuevos actores están saltando a escena, a partir de nuevos ejes.

Un eje importante es la lucha por la calidad de vida, alrededor de la cual han surgido organizaciones defensoras del ambiente, asociaciones comunales y barriales que luchan por servicios básicos; movimientos de mujeres, comités de amas de casa, asociaciones juveniles y culturales, jubilados y personas de la tercera edad que defienden sus derechos. Los efectos de la creciente pobreza y los desafíos por sobrevivir movilizan a asociaciones de desarrollo local, artesanos, vendedores informales, cooperativas y micro-empresas. Y también florecen los grupos nucleados alrededor de la defensa de los derechos de los ciudadanos: defensa de los niños de la calle, grupos contra la violencia doméstica, de defensa del consumidor, contra la discrimina-



América Latina en Red.

ción, la defensa de los derechos indígenas...

El descrédito generalizado de los partidos políticos y el desencanto por el incumplimiento de su función de representar los intereses de la población ante el Estado, ha originado que en la mayoría de los países latinoamericanos, los grupos sociales se empiecen a articular. Las organizaciones, sindicatos, coordinaciones de movimientos sociales, ONG, como sociedad civil están asumiendo importantes roles en la conquista de derechos y espacios de poder.


Estas formas de ejercer la democracia en el ámbito de la sociedad civil, inspiran al mismo tiempo una lucha por la democratización del Estado, su transparencia y rendición de cuentas, a la vez que una mayor participación descentralizada de los municipios y gobiernos locales en las decisiones y ejecución de proyectos de desarrollo.

El desarrollo local toma fuerza en la mayoría de los países latinoamericanos, bajo la premisa de que lo que puede hacerse localmente y regionalmente no debe hacerse centralmente, ni en el Estado, ni en los partidos políticos.

La sociedad civil está emergiendo a nivel global con una cantidad de nuevos valores, actitudes e intereses en respuesta a las amenazas comunes en todos los países. Una globalización desde abajo, desde adentro y abierta, está cobrando fuerza.

3. La tecnología, ¿un paso hacia lo perverso? Hay una aparente contradicción en el triángulo en el que están entrelazadas la globalización, la tecnología y las comunicaciones. La globalización del mercado mundial requiere de alta eficiencia en las telecomunicaciones para establecer redes y "super-carreteras" por donde circule la información y la publicidad. En este milenio, como nunca antes, hay una asombrosa circulación de datos, voz, texto o imagen, de país a país, a la velocidad de la luz, sin aduanas, sin censuras y sin control de los estados.

En la era global podemos disfrutar de la confianza de encontrar lo mismo en todas partes. No hay fronteras. En el planeta global tampoco hay falta de información, más bien sobra. Si antes el problema era la falta de programación radiofónica, ahora abunda. En Miami se



La Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica es una institución que agrupa 100 emisoras y centros de producción en 17 países de América Latina y el Caribe. Se fundó el 22 de septiembre de 1972 (está cumpliendo 25 años de existencia). Su misión es fortalecer el movimiento de la radio popular y la democratización de las comunicaciones para contribuir a la construcción de sociedades democráticas y participativas, donde los pobres sean protagonistas de su propio desarrollo.

Sus principales líneas de acción: la capacitación, la producción radiofónica, la investigación y la intercomunicación.

puede comprar programación de radio, de cualquier tipo y estilo. Las ofertas de retransmisión de la señal satelital de la VOA o de los evangélicos están a la vuelta de la esquina. Con una antena parabólica y una línea telefónica, todo puede estar en nuestras manos: toda la información que circula en los satélites y todo lo imaginable está en Internet, escrito, en audio o en video.

La sobreoferta de información y programación radiofónica en esta "aldea global" resulta muy tentadora para cualquier emisora local que busca reducir costos. Por el fácil acceso a esas ofertas se corre el riesgo de caer en la trampa de utilizar, en exceso y sin control, lo que llega de afuera y que las radios diluyan su propuesta y pierdan su identidad como radio popular.

Pero al mismo tiempo, y aquí está la aparente contradicción, esta tecnología que nos amenaza, nos abre una oportunidad de mejorar la calidad de los servicios prestados a nuestras audiencias y también de ingresar en este mundo global con una palabra y una propuesta distinta.

En los extremos estarían, una radio que opta por aislarse y hacer lo del avestruz, con una propuesta local y cerrada, como quien se mira al ombligo; o una radio que se desdibuja y que pierde

su perfil en un sancocho de enlatados que vienen de todo el mundo.

¿Global o local?

La radio del futuro se asentará y fortalecerá en su vocación de radio local. En el nuevo milenio tendremos radios que...

Por su naturaleza masiva y su capacidad de vincular, la radio estará llamada a contribuir a la articulación de la sociedad civil, promoviendo la expresión de los ciudadanos y sus organizaciones y facilitando su interacción en pos de propuestas de cambio y desarrollo local.

Por su poder y representatividad, las radios asumirán más plenamente su papel mediador entre los ciudadanos y el Estado. Provocarán el acercamiento, la discusión y la búsqueda de soluciones entre la sociedad civil, y los poderes locales o regionales constituidos.

Por su vocación democrática las radios se abrirán, con más fuerza, a la participación de sus audiencias, directamente a través del micrófono, en la elaboración de programas, e instancias de evaluación y decisión de la emisora.

Por su capacidad de ser útil, la radio responderá a las necesidades y demandas de sus audiencias, les acompaña,

les informa y contribuye a mejorar su calidad de vida.

Por su identificación y respeto con la historia de su pueblo, los radios rescatarán y defenderán las raíces, tradiciones y en general la cultura de su población. Una iniciativa que, sin fragmentar o sectorizar, hará visibles las diferencias e identidades étnicas, regionales, de género, de edad, contribuyendo de tal modo a la construcción plural y respetuosa de las nacionalidades.

Sin embargo, aunque está claro que las radios se deberán a sus audiencias locales y es allí donde encuentran mayoritariamente su razón de ser, su propuesta trascenderá las fronteras de su zona de cobertura. Por razones políticas y por razones prácticas.

Los planteamientos de la radio popular van más allá de lo geográfico. En definitiva se busca una democracia más plena, un modelo de sociedad que no excluya y desprecie a las personas, donde se desarrollen a plenitud los valores cristianos de la justicia y la solidaridad. Estos planteamientos no se agotan con la potencia de la onda media o la FM.

Son principios que inspiran o deben inspirar a todo un país o todo el continente. La radio popular quiere globalizar este modelo de vida en construcción y por tanto debe actuar, también, globalmente. Esto quiere decir, en primer lugar, articularse en redes, regional y nacionalmente, con otras emisoras que tengan propuestas similares para actuar en conjunto. La situación de globalidad del mercado mundial y el neoliberalismo interroga nuestros proyectos y exige replanteamientos profundos que solo pueden ser asumidos en un esfuerzo conjunto y coordinado, no solo para responder a las agresiones de un sistema injusto y excluyente, sino para buscar propuestas a este modelo deshumanizante.

Las mismas tareas en lo local, relacionadas con la articulación de la sociedad civil, por ejemplo, valen para el ámbito nacional: los radios populares deben facilitar la intercomunicación dentro de cada país y contribuir a forjar identidad nacional, alrededor de los temas estratégicos. En conjunto deben tratar de fortalecer corrientes de opinión pública, nacional, en favor de los intereses de los sectores populares e incidir con más fuerza en los centros de poder.

También las razones prácticas refuerzan esta tendencia. Los servicios que una radio, que está conectada en red a otras emisoras, puede dar a sus oyentes son de mayor impacto. El simple hecho de transmitir y recibir avisos o saludos de su audiencia en todo el territorio nacional es altamente valorado. La posibilidad de venta de paquetes publicitarios nacionalmente, o la gestión conjunta de repuestos y equipos son solo dos ejemplos de ventajas prácticas de un trabajo articulado en red. Participar en una red no es ponerse a la moda o la oportunidad de estrenar tecnologías. Se trata de hacer, de otro modo, un proyecto de comunicación radial. En este sentido, las redes:

- Ayudan a buscar distintas formas de contribuir a la construcción del desarrollo y la democracia.
- Promueven la cultura del diálogo, el debate, la pluralidad y el consenso entre los distintos protagonistas de la sociedad.
- Fomentan la articulación de los movimientos sociales.
- Alertan sobre la profesionalidad y la calidad de las producciones.
- Priorizan el tratamiento de nuevos temas relacionados con la calidad de vida, la identidad, los derechos ciudadanos y los desafíos de la sobrevivencia.
- Ayudan a situar temas locales en contextos globales.
- Estimulan la innovación con nuevas formas de producir en la radio.
- Ofrecen nuevas oportunidades para buscar enfrentar el problema de la sostenibilidad económica.

- Complementan la gestión de la radio local para revalorizar la importancia de la planificación, evaluación de las ofertas radiofónicas y del seguimiento a las audiencias.

Trabajar en red no sustituye la función local de la radio popular. La red integra su trabajo local en ámbitos y perspectivas más globales. Sin duda, el nuevo milenio nos verá dando un paso más allá: la articulación de la radio local con el movimiento de radios populares en todo el continente.

El fenómeno de la globalización cada vez asemeja más a nuestros países, no solo por el tipo de medidas que se implementan -casi idénticas en toda América Latina-, sino por sus consecuencias. El aumento de la pobreza, el desempleo, la delincuencia, la exclusión, afectan igual a un venezolano en Caracas o a un argentino en Buenos Aires. La marginalidad cada vez mayor de los indígenas del Chimborazo, en Ecuador, es igual a la de los aymaras en el altiplano boliviano.

Pero también las iniciativas populares son semejantes allá o acá. Las defensorías del pueblo, el desarrollo de pequeñas empresas, el manejo de "fondos sociales", el fortalecimiento de algunos gobiernos locales. Hoy, más que antes, los pueblos latinoamericanos tienen más que decirse, más sobre qué advertirse y más sobre qué aconsejarse. La posibilidad de acceder a nuevas tecnologías, es una oportunidad para la intercomunicación que antes no se tenía.

América Latina en Red, el proyecto que ALER está inaugurando este año, quiere ser un ejemplo de cómo acceder a la tecnología de punta para construir una red continental que intercomunique a las emisoras populares y a la vez posibilite la globalización de su propuesta al conjunto de las sociedades latinoamericanas.

La radio local capaz de poner a su audiencia en contacto con la experiencia de otros pueblos de América Latina, será una radio fortalecida. Y viceversa, la radio local capaz de hacer que sus oyentes puedan escucharse en todos los rincones del continente, será una radio doblemente fortalecida.

La radio popular que descubre cómo jugar con un pie en lo local y con otro en lo global, será la radio que crezca y cumpla con su nueva misión en este nuevo milenio. ●

