

Chasqui

Revista Latinoamericana
de Comunicación

No. 49 - octubre de 1994

Director

Asdrúbal de la Torre

Editor (E)

Jorge Mantilla Jarrín

Coeditor

Kintto Lucas

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.

Fausto Segovia,

Ministro de Educación.

Ab. León Roldós A., Rector de la

Universidad de Guayaquil.

Luis Castro, UNP.

Fausto Jaramillo, UNESCO.

Raúl Izurieta, AER.

Fernando Naranjo Villacís, FENAPE.

Asistente de Edición

Martha Rodríguez

Portada

Washington Iza

Impreso

Editorial QUIPUS - CIESPAL

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

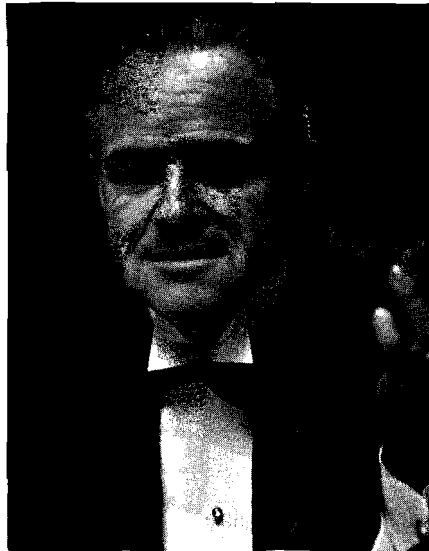
Telf. 506 149 544-624. Telex: 22474

CIESPL ED.

Fax (593-2) 502-487 - E-mail/correo
electrónico: editor@chasqui.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*.



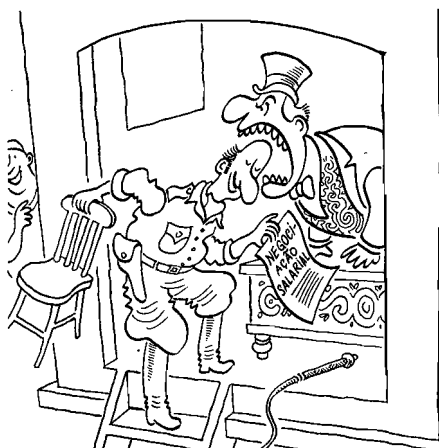
DEL LIBRO A LA PANTALLA

La adaptación de cualquier novela al cine o la televisión, siempre despierta polémica. No son pocos los que señalan que la mayoría de las veces la trama se ve desfigurada. Este módulo acerca algunas reflexiones sobre el proceso que lleva del libro a la pantalla.

- 4 Cine y literatura,
Jorge Enrique Adoum
- 6 García Márquez en el cine,
Jorge Cisneros
- 8 Cine en la biblioteca,
Iñaki Esteban Bilbao
- 9 "Siempre que leemos una
novela estamos viendo una
película",
Anibal Alexandre
- 10 Entre Marx y una mujer
desnuda,
Omar Ospina García
- 13 Comunicación y democracia,
Asdrúbal de la Torre
- 17 Escenario de democracia,
Javier Ponce C.
- 21 Imaginando el futuro,
ALER
- 26 Capacitación radiofónica en
los nuevos tiempos,
María del Carmen Cevallos
- 28 Clausuran Panamericana de
Uruguay,
Jorge Velásquez
- 29 Juventud en FM,
Lourdes Barrezueta
- 32 Primeras, populares,
educativas,
Liliana Berta
- 35 ¿Qué hacer para instalar una
radio popular?,
Carmen Pueyo
- 38 El Club de amigos,
Hernán Gutiérrez
- 40 "No queremos una sola voz",
Lourdes Barrezueta
- 44 Hacer radio es producir
realidad,
María Cristina Mata

DIAS DE RADIO

A pesar de la censura y los problemas económicos que deben enfrentar, las radios populares de América Latina, siguen ganando espacios. De su desarrollo depende en gran parte, una mayor profundización de la democracia.



ENTREVISTAS

Dos comunicadores que han hecho de su vida un compromiso con la sociedad: Santiago es uno de los mayores caricaturistas de Brasil, Arturo Pérez Reverte es uno de los corresponsales de guerra de más prestigio.

- 48** Santiago y la caricatura en Brasil: mostrar que el rey está desnudo
Paulo de Tarso Riccardi
- 52** Arturo Pérez Reverte: la vida de un corresponsal de guerra,
Carmen de la Serna

COMUNICACION Y GENERO

En los últimos años se comenzó a dar más importancia a la relación entre género y comunicación, sin embargo, todavía queda un largo camino por recorrer.

- 55** Periodismo diferente,
Yoloxochitl Casas Chousal
- 59** El olvido de la mujer sujeto,
Rosa María Alfaro
- 65** Género, comunicación y desarrollo,
Fabiola Campillo
- 67** Resolución de Ecuador.
- 69** Mirta Rodríguez y "Bohemia",
Lucía Lemos
- 72** El ejemplo de la revista Domingo: Sherezade,
Kintto Lucas
- 73** Análisis de materiales educativos,
César Herrera

DEBATE

- 77** Chiapas: los protagonistas y sus estrategias de comunicación,
Guillermo Orozco Gómez
- 81** Haití: Recuerdos de Truman Capote,
Marcia Cevalos
- 84** Golpes contra la prensa haitiana,
Nellio Palanquet



- 86** AVISOS
- 92** UNICEF
- 96** ACTIVIDADES DE CIESPAL
- 99** RESEÑAS

NUESTRA PORTADA

Yaraví. Oleo sobre tela, 60 x 80 de Washington Iza.

El autor es ecuatoriano y su obra ha sido exhibida en diversas exposiciones nacionales e internacionales.

Taller Línea Luz
Telf. 265 - 608 623 - 619
Quito - Ecuador

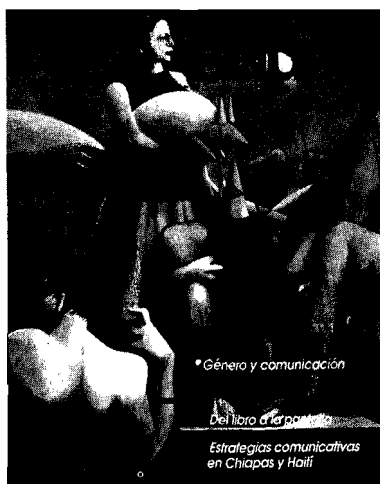
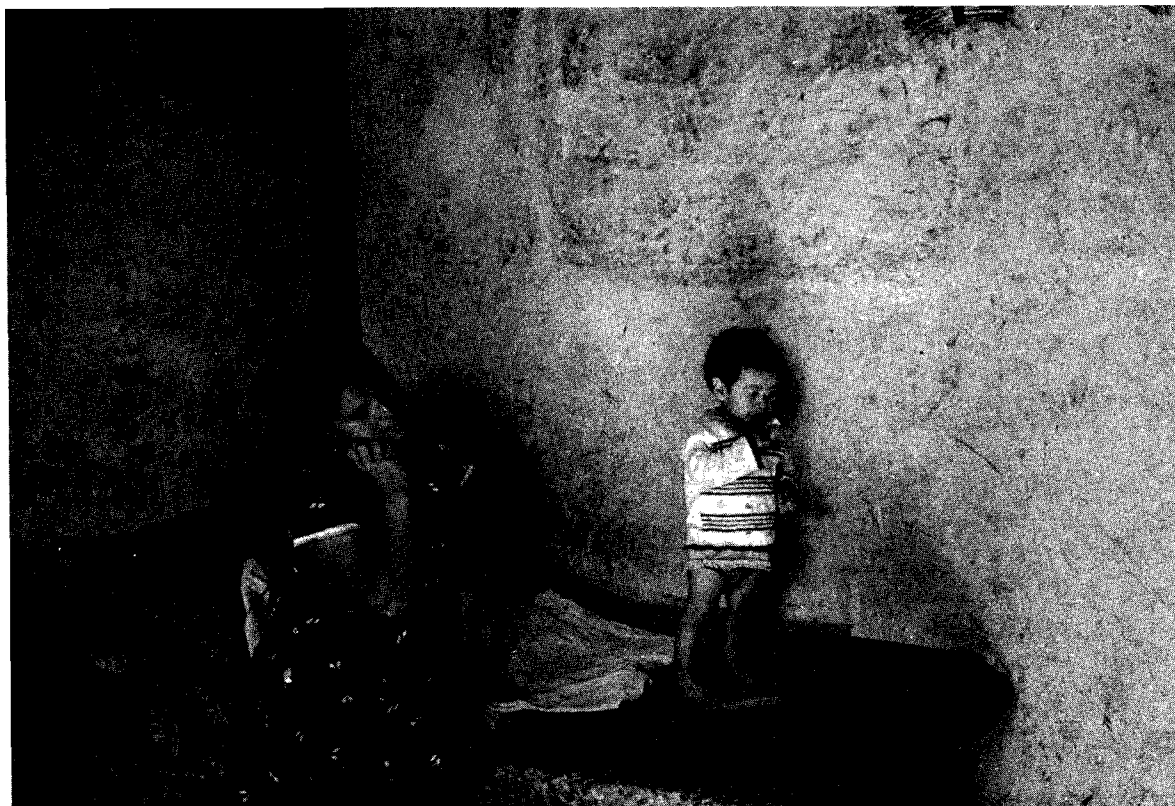


FOTO DE PORTADA INTERIOR

EDGAR NARANJO
MARIUSHKA BONILLA

fotografiARTE

Alemania 876 y Mariana de Jesús
Telf. 553- 829



Alicia Anumada, México

Primeras, populares, educativas

Mientras miles de antenas se siguen levantando en América Latina, algunas radios populares son las primeras en audiencia en sus zonas. Corrieron muchas veces la suerte de sus pueblos: persecución, amenazas, clausura. Pero a pesar de todos se fortalecieron. El Padre Antonio Lluberés (Director de Radio Santa María de República Dominicana), Roberto Durette (Director de Radio Pío XII de Bolivia) y Rolando Ojeda (Director de Radio Cutivalú de Perú) comparten su experiencia y las claves de su éxito.

Para los entrevistados lo primero que había que dejar en claro era el significado del éxito, pues no es lo mismo para una radio comercial que para una popular. Para ellos no se puede separar el sentido de servicio al pueblo y el contribuir a la construcción de una sociedad más justa del éxito económico o de sintonía.

El éxito pues dependerá del cristal con el que se mire, pero cierto es

que nuestras radios entrevistadas han conseguido conjugar los primeros lugares en el rating con su proyecto educativo popular.

Conociendo la realidad

Los que dirigen la radio y trabajan en ella deben tener un conocimiento de la problemática tanto local como regional donde se está, conocer las causas de los problemas para de esa manera promover alternativas (Roberto Durette).

Nuestra radio se inició con un conocimiento de la problemática y la

LILIANA BERTA, peruana. Periodista, integrante del equipo Comunicadores Asociados.

realidad de la región que le permitió saber qué es lo que vive, siente y quiere una región. Por lo tanto, su lenguaje responde a esa preocupación, lo que garantiza que lo que se diga sea realmente lo que interesa a la población (Rolando Ojeda).

Hay una sintonía con los problemas de la zona, pero no solo una sintonía a nivel de denuncia sino también de respuesta. Nuestros proyectos educativos han dado la oportunidad del mejoramiento de la calidad de vida (Antonio Llubes).

Presentes en la vida del pueblo

La radio popular tiene que estar presente en la vida del pueblo, en sus fiestas, en sus luchas. No solo que te oigan la voz sino también que te conozcan. Nosotros hemos invertido mucha energía en estar presentes en la vida del pueblo (Antonio Llubes).

Lo importante en un trabajo de comunicación es la relación con la población. Por eso nuestra radio desde un comienzo dio preferente atención a las salidas al campo, a los pueblos vecinos, donde nos en-

contrábamos con los interlocutores directos; campesinos, familias, mujeres, y fueron ellos los que nos dieron pistas para saber por dónde orientar la programación. Así evaluamos lo que nosotros habíamos planteado como propuesta comunicacional e incorporamos sus propuestas, lo que ha enriquecido sustancialmente nuestra oferta radial. Este contacto requiere seguimiento y una de las formas es a través de los 80 corresponsales populares, quienes envían diariamente reportes y noticias de sus poblaciones. Además, recibimos a través de ellos, sugerencias que los oyentes hacen acerca de la programación (Rolando Ojeda).

Medios participativos

En este momento somos un canal alternativo para que el pueblo se exprese y participe creando opinión pública sobre los temas de desarrollo de la región. La gente común y corriente y las dirigencias saben que lo que se dice en nuestra radio tiene efecto directo en las distintas instancias de poder, creemos por eso que, la radio se ha convertido en un es-



Con la grabadora en la mano

Edgar Narango, Ecuador

RADIO PIO XII - BOLIVIA

UBICACION: Distrito Siglo XX a 100 Km. de Oruro.

Dpto de Potosí.

FRECUENCIA: Amplitud Modulada y Onda Corta.

POTENCIA: 10 Kw.

ALCANCE: Todo el país.

IDIOMA EN QUE EMITEN: Quechua, Aymara y Español.

TIEMPO DE FUNDACION: 35 años

AUDIENCIA: Mineros y campesinos de Potosí y Oruro.

RADIO CUTIVALU-PERU

UBICACION: Dpto. de Piura, Región Grau, en la costa norte del país.

FRECUENCIA: Amplitud Modulada.

POTENCIA: 5 Kw.

ALCANCE: Todo el Dpto. de Piura (aprox. un millón de hab.).

IDIOMA EN QUE EMITEN: Español.

TIEMPO DE FUNDACION: 8 años

AUDIENCIA: Sectores urbanos marginales y campesinos del Dpto.

RADIO SANTA MARIA - REPUBLICA DOMINICANA

UBICACION: Las Vegas, al norte del país.

FRECUENCIA: Amplitud Modulada y F.M.

POTENCIA: 10 Kw.

ALCANCE: Todo el país.

IDIOMA EN QUE EMITEN: Español.

TIEMPO DE FUNDACION: 38 años

AUDIENCIA: Sectores urbanos marginales y campesinos.

pacio de concertación y debate donde se puede garantizar una participación más efectiva de la ciudadanía en la solución de los grandes problemas regionales y nacionales (Rolando Ojeda).

Hay muchas maneras de participación a lo largo de la programación. Algunas de ellas muy curiosas, desde la más sencilla que es mandando una nota para que nosotros transmitamos el mensaje, la famosa nota de que se ha perdido un caballo con una mancha en la frente; o visitando la emisora de manera más planificada u ordenada a través de entrevistas, denuncias o sociodramas. También hay que considerar la participación a través de los corresponsales populares (Antonio Llubes).

Lo más importante es entender que nuestro trabajo tiene que dar la oportunidad a la gente de que se exprese, solo así se puede contribuir a crear conciencia de la problemática de la zona. (Roberto Durette).

Equipo de Profesionales

La capacitación del personal es importante en el éxito de una radio, claro que no es suficiente porque se puede haber estudiado en la universidad pero no tener calor humano. Pero, la capacitación sí es importante porque la radio requiere manejo de técnicas y hay que conocerlas. Nosotros nos hemos esmerado porque el personal sea calificado. (Antonio Llubes).

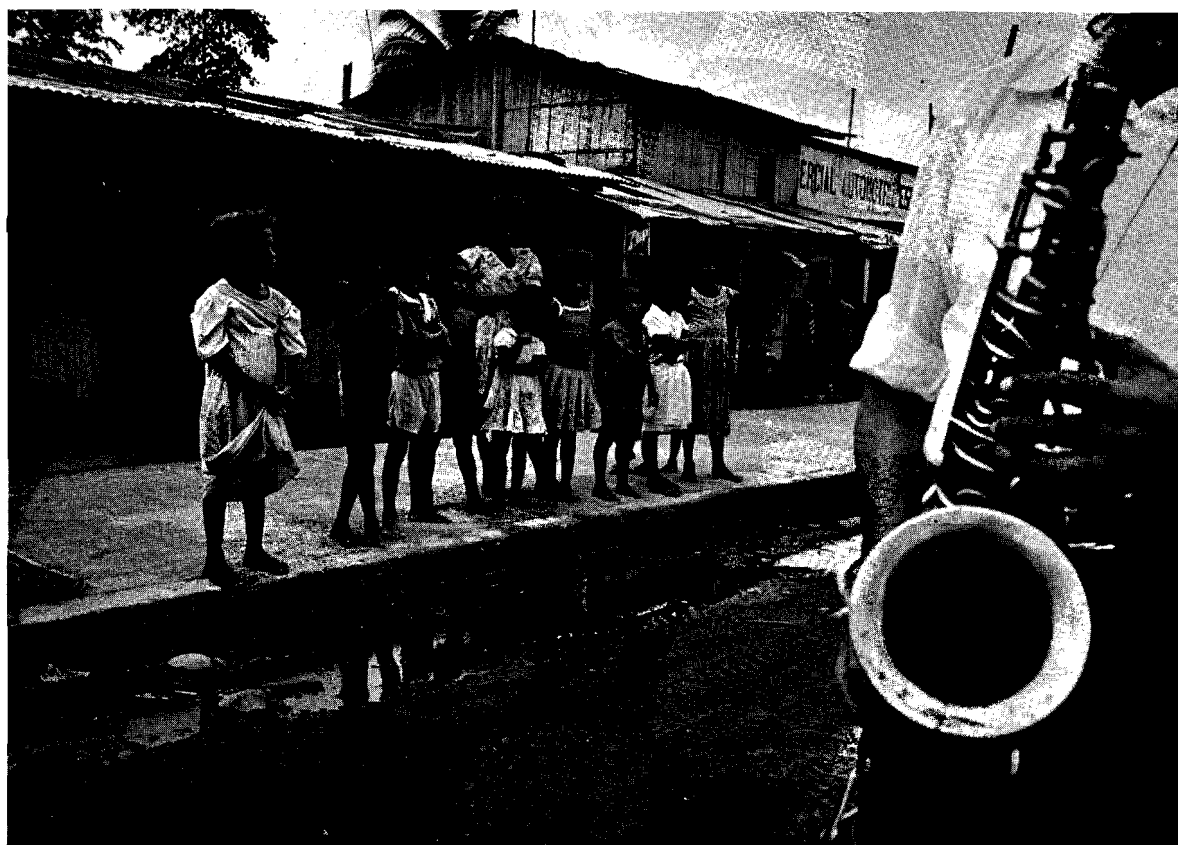
El factor humano es determinante en la calidad e impacto de nuestras radios. Nosotros contamos desde un inicio con gente egresada de la universidad académicamente bien formada. Pero constatamos que a pesar de esa formación estos profesionales tenían dificultad en el momento de implementar una práctica que no siempre es la que la universidad imagina. Entonces hicimos todo un proceso de formación, de conocimiento de la realidad, eso garantizó que nuestra propuesta sea de impacto. (Rolando Ojeda).

El reto de mantenerse

Ser flor de un día es muy fácil, el reto es mantenerse años tras año a pesar de las dificultades. *Radio Pío XII* ha tenido una historia difícil; desde el año 59 hasta la fecha ha vivido la suerte de los mineros bolivianos; dictaduras militares, exilio, masacres.

Radio Santa María, 38 años de caminar junto a un pueblo que la hizo suya, alegrándose y sufriendo con ellos. A Radio Cutivalú, la más joven de las tres le tocó servir al pueblo peruano en momentos en que la violencia armada y la aplicación de un programa económico neoliberal amenazan más que nunca al pueblo, en esas circunstancias ser la primera es un gran mérito.

Para estas radios, como para tantas otras emisoras populares, ganarse un lugar en la sociedad civil, y en el corazón de sus oyentes depende de la conjugación de muchos factores, pero el afán de servicio al pueblo, es la razón de su éxito. ●



Edgar Naranjo, Ecuador

Mirando la banda pasar