

Chasqui

Revista Latinoamericana de Comunicación

No. 45 - ABRIL 1993

Director

Asdrúbal de la Torre

Editor

Gino Lofredo

Consejo Editorial

Jorge Mantilla

Edgar Jaramillo

Thomas Nell

Nelson Dávila

Consejo de Administración de CIESPAL

Presidente, Tiberio Jurado, Rector de la
Universidad Central del Ecuador.

Presidente Alternó, Rubén Astudillo,
Min. Relaciones Exteriores

Eduardo Peña Triviño,

Ministro de Educación

Luis Castro, UNP

Fernando Chamorro, UNESCO.

Flavio de Almeida Sales, OEA.

Louis Hanna, AER.

Alba Chávez de Alvarado, Universidad
Estatad de Guayaquil

Fernando Naranjo, FENAPE

Asistente de Edición

Martha Rodríguez

Portada

Francesca Rota Loiseau

Impreso

Editorial QUIPUS - CIESPAL

Portada, Imprenta Mariscal

Servicios Especiales de AFP,

COMUNICA, IPS, OIP, IJI

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. Telex: 22474 CIESPAL ED.

Fax (593-2) 502-487 - E-mail/correo
electrónico: chasgino@ecuanex.ec

Los artículos firmados no expresan
necesariamente la opinión de CIESPAL o
de la redacción de *Chasqui*.



RADIOS LIBRES

Las radios comunitarias,
populares y libres de
América Latina crecen en
número mientras cambian su
programación y revisan sus
funciones y objetivos en busca de
una audiencia más amplia y
diversa.

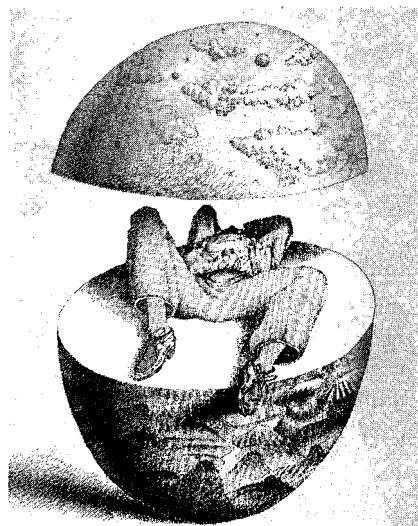
- 4 Organizando las voces de Babel, *Bruce Girard (AMARC)*
- 6 ¿Dónde están y a dónde van las radios populares?, *María Cristina Mata (ALER)*
- 8 Y usted, ¿aún no tiene su FM comunitaria?, entrevista a José Ignacio López Vigil y Luis Dávila (AMARC)
- 11 México: Del café y las radios independientes, *Pablo Iacub*
- 14 México: Radiodrama, taller instantáneo, *Anthony J. Sloan*
- 16 El Salvador: La radio y la guerra, *Antonio Pasquali*
- 18 Venezuela: Una doncella de 18 años, *José Tomás Angola*
- 20 Ecuador: Construyendo radio y pueblo, *Teodoro Galarza (CORAPE)*
- 23 Ecuador: La experiencia de Radio Latacunga, *David Silva*

- 25 Perú: ¿Cómo mantener viva la propuesta? *Jorge Acevedo Rojas*
- 29 Bolivia: Erase una vez un radialista... *Rafael Archondo*
- 30 Bolivia: El caso Palenque, *Javier Izko*
- 34 Brasil: Las radios libres, *Rondon de Castro*
- 36 Argentina: FM Sur: estudiantes en el barrio, *Kintto Lucas*
- 38 Canadá: Organizando mujeres, *Louise Boivin*

REDES ELECTRONICAS

El acceso al correo y las redes de información electrónica ya no es un privilegio del mundo industrializado. En América Latina se multiplican los nodos que vinculan a la región con las redes especializadas del planeta. El proceso destaca el potencial para el desarrollo y la democratización de las comunicaciones.

- 40 Democratizando el ciberespacio, *Howard Frederick*
- 46 Instintos primarios, *Oswaldo León y Sally Burch*



- 48 Tecnología empresarial y redes, *Sally Burch y Osvaldo León*
- 50 Informatización y desarrollo, *Daniel Pimienta*
- 55 Correo electrónico y desarrollo, *Enzo Puliatti*
- 58 Redes electrónicas y periodismo investigativo, *Fernando Reyes Matta*

ENTREVISTAS

- 61 Rius para principiantes, *Gino Lofredo*
- 65 Ziraldo: por la democracia y los niños de América, *Ricardo Soca*



CORRUPCION Y MEDIOS

Los medios son un componente clave de la denuncia y la investigación de la corrupción política y administrativa. Algunas experiencias se destacan por su efectividad y por las reacciones que suscitan de los gobiernos e intereses afectados.

- 68 Venezuela: La tentación cesarista, *Antonio Pasquali*
- 74 Venezuela: Corrupción y denuncia periodística, *Alicia Fernández*
- 79 Brasil: El arraigo de la corrupción y la superficialidad de los medios, *Eduardo Neiva*

- 85 Argentina: Corrupción, dependencia y medios, *Alicia Simeoni, Jorge L. Bernetti, Silvia E. Agosto*
- 90 El contrapoder de la prensa, *Alicia Fraerman*

POLEMICA Y COTIDIANIDAD

- 94 TV broadcasting para el desarrollo, *Valerio Fuenzalida*
- 101 Contextualizando la recepción, *Mario Kaplún*
- 105 El arca de la realidad, *Kintto Lucas*

AUROCITICAS Y CONTRAPUNTOS

- 115 Chasqui por dentro, *Gino Lofredo*

TENDENCIAS

- 119 Violencia en la novela de las ocho, *Martha Alves d'Azevedo*
- 120 Yo Acuso, *Monseñor Lucas Moreira Neves*
- 123 CEPAL: Invertir en información y telecomunicaciones

ACTIVIDADES DE CIESPAL

- 125 Entrevista a Gloria Dávila de Vela, Jefa del Departamento de Investigación.

UNICEF

- 127 Los niños en Ecuador
- 131 RESEÑAS



NUESTRA PORTADA

Serena Volátil, óleo sobre tela, 1993, 25 cm. x 30 cm, es de la artista ecuatoriana Francesca Rota Loiseau.

Casilla 8103, Quito, Ecuador.
Teléfono (5932) 505-920

Foto de Kira Tolkmitt

FOTO DE PORTADA INTERIOR

Luis R. Morilla
Av. Juan B. Alberdi 126/128
(1424) Buenos Aires, Argentina
Telf. 923-5470 / 922-9272
Fax 3315106 / 343-3169

¿Dónde están y a dónde van las radios populares?

Muchas veces se habló de su defunción. Hay quienes afirman que se mantienen porque viven subsidiadas. Sin embargo ahí están, resistiendo críticas, modas, crisis financieras y hasta la imparable ola neoliberal acompañada sugestivamente por la labor intelectual de quienes, abandonando viejos sueños, proclaman el fracaso de los proyectos de comunicación popular. Tal vez porque siempre fueron ajenos a ellos o nunca los comprendieron. las radios persisten pero cambian.

Hablo de las radios populares y educativas o populares a secas, como solemos denominarlas. Esas que algunos ven como reliquias de un pasado de activismo y esperanza que habría acabado -sin dar frutos- en América Latina. Experiencias que, en cambio, se cuestionan, transforman y reproducen. Porque si durante varias décadas, a partir de los años 50, fue la Iglesia Católica quien mayoritariamente gestionó esos medios junto a ciertas instituciones educativas de corte popular, hoy surgen nuevas radios gestionadas por jóvenes, mujeres, cooperativas, organizaciones no gubernamentales y hasta por gobiernos locales o instituciones públicas.

¿Por qué esa persistencia?

Porque persisten las necesidades y penurias materiales y espirituales de grandes masas de la población, con las ansias de superarlas y la esperanza de un mundo justo y solidario, con la humana convicción de que la palabra constituye a los sujetos y la constatación cultural y política de que estar ausente

de la escena mediática equivale hoy a no existir.

Son radios que lograron motivar y fortalecer la expresión de sectores normalmente marginados de los medios industriales de comunicación como portadores de un discurso legítimo; que contribuyeron a desarrollar nociones y actitudes políticas orientadas a la supresión de la injusticia y la discriminación; que acompañaron el surgimiento y la acción de múltiples organizaciones populares de carácter reivindicativo; que informaron desde ópticas enfrentadas al poder y en las que los desposeídos aprendieron a confiar porque fueron sus aliadas y, en muchos casos, sus orientadoras.

Claro que las radios no lograron todo eso por sí mismas. Fueron fruto de décadas de acción social y política animada por diferentes instituciones que alentaban, en nuestra América, proyectos de transformación.

La crisis de esos proyectos, la indefinición en que hoy se mece la política, el retroceso económico y organizativo de las grandes mayorías, sus esfuerzos puestos básicamente en la sobrevivencia, han modificado la escena.

¿Nuevos tiempos?

Hay quienes sin comprenderlos, siguen su camino radiofónico como si las

Hugo Cifuentes, Ecuador, 1982

La trompeta

MARIA CRISTINA MATA es miembro de la Secretaría Ejecutiva de la Asociación Latinoamericana de Escuelas Radiofónicas (ALER).

organizaciones de base fueran sólidos bastiones, como si la denuncia de la dominación global no hubiese ya cansado los oídos sin lograr ningún resultado, como si no existiese un mercado cultural amplio que ofrece también hoy, desde la lógica de la rentabilidad, espacios a la "participación" del público y servicios, como si la institucionalidad democrática recuperada con muchos esfuerzos en la mayor parte del continente no exigiese nuevas estrategias de acción social.

Los más en cambio, asumen las transformaciones sin abandonar el sueño original: ser medios donde el pueblo tenga voz propia, ejercitando sus posibilidades y capacidades de protagonismo social. Medios que fisuren el monopolio discurso que a diario proclama que todo va bien en países donde se equilibra la balanza de pagos y se reduce la inflación pero donde el Estado, en franca retirada, ha hecho crecer desmesuradamente la pobreza de los pobres.

La práctica de muchas emisoras afiliadas en ALER (Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica) permite apuntar algunos rasgos de lo que quieren ser hoy las radios populares.

Medios alternativos y democráticos donde los sectores e ideas no hegemónicos se expresen y fortalezcan

Superando limitaciones anteriores, las radios populares buscan una representación amplia y plural de los sectores populares. Por eso no se limitan a fomentar la participación de las organizaciones o grupos más esclarecidos, sino también de las que constituyen el mundo popular. Por eso las emisoras populares van acercándose a la problemática juvenil, a temáticas antes marginales (delincuencia, drogadicción) a sectores medios o terciarios que antes no se consideraban significativos para los procesos de cambio.

Medios de rearticulación del campo popular fragmentado y debilitado

Hoy las emisoras asumen más plenamente su papel mediador. Comprenden que la expresión de los diversos sectores debe servir para su mutuo reconocimiento, para que dialoguen entre sí en pos de estrategias globales de acción. En algunos casos las emisoras buscan vincular diferentes

espacios regionales. En otros fomentan el reconocimiento de las múltiples etnias o nacionalidades que coexisten en un mismo país. En muchos se proponen contribuir al necesario diálogo entre hombres y mujeres, jóvenes y adultos.

Medios que intervengan eficazmente en la generación de la opinión pública

Hay emisoras que tratan de convertirse en referentes para otros sectores sociales intermedios técnicos, profesionales, políticos. Así, intentan masificar propuestas diferenciadas, romper con la unanimidad de los discursos, introducir nuevos temas de análisis.

Intentan alentar el debate, legitimar nuevamente la discusión de las ideas. En la época en que con énfasis engañoso se proclama el "fin de las ideologías", las radios populares cuestionan permanentemente a las ideas neoliberales hoy en boga, confrontando lo que se propone desde el poder con lo que ocurre en la vida cotidiana.

Mejorar la calidad de vida de las grandes mayorías

Tratan de ser útiles a sus oyentes. Solas o junto a instituciones no gubernamentales y públicas, desarrollan cam-

pañas de salud, nutrición, educación, protección del medio ambiente. Reconocen que la acción social no pasa sólo por la lucha o la confrontación, sino por la demanda y la negociación. Brindan informaciones imprescindibles para actuar con mayor eficiencia ante los poderes públicos (trámites, normas, recursos disponibles, etc.) Se convierten en canales para la difusión de actividades colectivas que estimulan la organización y la acción popular.

Ser parte de la cultura de masas

Las radios populares trabajan para ganar "popularidad". Se reconocen parte de un campo cultural poblado de otras ofertas entre las cuales requieren construir su propio espacio. Por ello, muchas emisoras comienzan a aceptar que la comunicación no es una práctica estrechamente racional sino en la que se ponen en juego los sentimientos, gustos, pasiones, la vida misma. Al mismo tiempo, empieza a darse más importancia a la calidad. Se trata de profesionalizar la práctica y de gestionar las emisoras eficientemente.

Todo ello desencadena prácticas innovadoras. Se diseñan nuevas programaciones y estilos de programas. Se trata de ampliar las modalidades de financiamiento y de mejorar la calidad técnica de las estrategias de coproducción. Se valora la formación de los productores de programas antes considerados intrascendentes como los musicales de entretenimiento. Se da importancia a la investigación de consumo y recepción.

Estas búsquedas no están libres de riesgo. No es fácil conciliar profesionalidad con protagonismo popular. No es fácil resistir la lógica del mercado -la de la máxima rentabilidad- cuando al mismo tiempo se quiere valorar las expresiones culturales no comerciales. No es fácil asumir el debate, la confrontación de ideas como estrategia de comunicación democrática cuando no se han superado dogmatismos o cuando el sensacionalismo y la superficialidad informativa parecen estar ganando la batalla.

Pero por ahí caminan las radios populares latinoamericanas, empecinadas en ser cada día más plurales, más escuchadas, más efectivas en su decisión de acabar con el monopolio de la palabra. ♦