

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

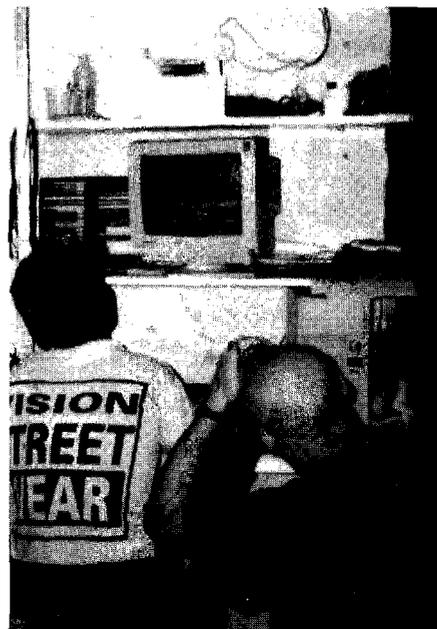


LA RADIO EN EL SIGLO XXI

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

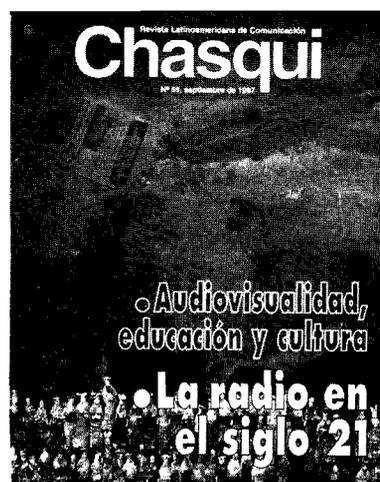
OSWALDO VITERI

"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.





Archivo Chasqui

Pluralismo, radio e internet

¿Cuántas veces hemos oído que Internet y las demás nuevas tecnologías de comunicación nos van a llevar a un mundo homogeneizado en donde todos compartimos la misma cultura del "cibespacio" y hablamos el mismo idioma? Nuevas iniciativas en América Latina combinan la tecnología de punta y la radio para poner fin a este mito y contribuir a una comunicación más democrática.

Ya sea que se tome como una consecuencia de la búsqueda de nuevos mercados y de mano de obra barata por parte del capital, de las tecnologías de la comunicación que la hacen posible o de la búsqueda del ser humano por conocer nuestro mundo, la globalización parece inevitable. No obstante, en lugar de clamar al cielo y renunciar a los esfuerzos para crear medios de comunicación más pluralistas, se puede trabajar para asegurar que el mundo en el que viviremos permita que las múlti-

ples culturas y perspectivas de la sociedad civil tengan una presencia activa en los debates que modelan nuestras vidas y que están ocurriendo, cada vez más, en la **aldea mundial** y no en los ayuntamientos.

Desde que la primera radioemisora se fundó hace casi 80 años, el medio se ha caracterizado por la naturaleza local de su programación. Mientras son pocas las emisoras de televisión que producen siquiera el 20 % de su propia programación, la mayoría de la programación radiofónica tiende a producirse localmente y en vivo. La radio, más que cualquier otro medio de comunicación masiva, habla en el idioma y con el acento de su comunidad. Su programación refleja los

intereses locales y ha hecho contribuciones importantes al rescate y desarrollo de las culturas que la rodean.

Podemos identificar tres tendencias que afectan esta naturaleza local de la radio: la globalización, la concentración de la propiedad y el control de la radio en pocas manos, y nuevas iniciativas que buscan proteger y expandir el papel de la radio como medio democrático y pluralista, como medio ciudadano.

De la **globalización** basta subrayar la presencia histórica de las agencias internacionales de noticias (léase norteamericanas y europeas) y, más recientemente, la entrada del imperio global de la televisión, la **CNN**, en el mercado de noticias radiofónicas. Lejos

BRUCE GIRARD, canadiense. Comunicador social, director de la Agencia Informativa Púlsar.

de darnos una visión global del mundo, esta globalización de la noticia radiofónica no limita a una visión del Norte, que interpreta la realidad de América Latina y del mundo desde su perspectiva.

Se siente también una **centralización de la propiedad y el control** de los medios de comunicación. Los imperios multimédios nacionales de *O Globo* en Brasil y el grupo del diario *El Clarín* de Argentina, son buenos ejemplos al respecto. En el caso argentino, el grupo mencionado es dueño de *Radio Mitre* y *Radio 100*, las dos radios que producen la programación de Cadena 100, un servicio satelital para las radios del interior. No se sabe con precisión cuántas radios toman la programación de esta cadena, pero es sin duda la cadena más poderosa del país.

El mismo fenómeno de centralización existe en Perú donde tres radios limeñas, que difunden vía satélite a repetidoras en todo el país, tienen más audiencia fuera de Lima que las 50 radios más importantes de las provincias peruanas.

Más allá de las fronteras nacionales existe la Red de Radios del Cono Sur, formada por *Radio Mitre* y *Radio 100* de Argentina, la *Rede Brasil Sul* (propiedad de *O Globo*), *Radio Nanduty* de Paraguay, *Cooperativa* de Chile y *Radio Gaucho* de Brasil.

No hay necesidad de decir mucho acerca de estas dos tendencias, son noticias de todos los días. Para los medios de comunicación, no hay tema más interesante que ellos mismos.

Nuevas tecnologías, nuevas iniciativas

La tercera tendencia es una respuesta de las radios comunitarias e independientes, las que se pueden llamar las **radios ciudadanas**. Las mismas tecnologías de la comunicación que hacen posible la globalización y la centralización de la programación, también hacen posible que estas radios ciudadanas trabajen con la sociedad civil en su intento por influir en la aldea mundial.

El año pasado se iniciaron varios proyectos en el campo de la radio comunitaria e independiente que nos muestran cómo puede llevarse a cabo esto. Concretamente, las emisoras independientes locales están empleando Internet para constituir redes con ofertas diferentes de las de las agencias de noticias

tradicionales y de los imperios multimédios nacionales. Hay proyectos en África y América del Norte, pero veamos uno de América Latina.

En 1986, las radios comunitarias reunidas en Vancouver, Canadá, para la Segunda Asamblea Mundial de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC), resolvieron estudiar la posibilidad de montar una agencia radiofónica de noticias. Al estudiar la propuesta, el Consejo de Administración de AMARC se dio cuenta de que los costos de la comunicación internacional eran tan altos que se necesitaría millones de dólares para montar la agencia, y se archivó el proyecto.

Lo que no se archivó, sin embargo, fueron las ganas que las radios tenían para comunicarse entre ellas y tener un servicio distinto al de las agencias tradicionales. Resoluciones parecidas a la de Vancouver fueron adoptadas en las siguientes asambleas de AMARC hasta que, en Senegal en 1995, se dio cuenta de que con las nuevas tecnologías de comunicación, e Internet en especial, existía tal posibilidad.

En marzo de 1996, la Agencia Informativa *Púlsar* empezó a ofrecer un resumen diario de noticias por Internet a 48 radios comunitarias e independientes de América Latina. Hoy en día la agencia cuenta con cinco servicios:

El **Boletín Informativo Púlsar** recoge las más importantes noticias del ámbito latinoamericano. Cada día ofrece un promedio de 14 noticias redactadas desde la perspectiva de la sociedad civil latinoamericana. Igual a los demás servicios de *Púlsar*, este boletín está redactado para la radio, aunque la panorámica de la realidad latinoamericana que ofrece sirve para otros medios, ONG, investigadores e instituciones gubernamentales.

Los **Microboletines Informativos** se envían durante el día para poner en alerta a las radios sobre los últimos acontecimientos de la región.

Ciberbruja es un material bajo el formato de *Púlsar* que lleva a sus suscriptores la actualidad de la mujer latinoamericana. Este servicio es de carácter semanal.

Ñuqanchik es un servicio diario, totalmente en quechua, idioma autóctono de la región andina. Consiste en 3 en-

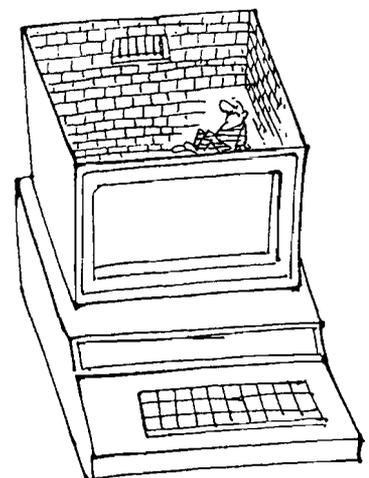
víos diarios de microprogramas que destacan temas relacionados con la cultura, la salud, los derechos humanos, los derechos de la mujer, y el desarrollo en general. Igual a los otros servicios de *Púlsar*, *Ñuqanchik* es enviado por Internet, pero con la diferencia de que sus archivos son producciones radiales digitalizadas y enviadas como archivos de audio.

Finalmente, se ofrece el servicio de **Clips de Audio** por Internet. Son selecciones cortas de audio (entre 15 y 30 segundos cada uno) que se envían por Internet para complementar los diferentes servicios arriba mencionados. Un 25% de los suscriptores de *Púlsar* reciben los audios, que requieren una computadora con una tarjeta de sonido.

Ñuqanchik, nosotros

Quizás el más novedoso de estos servicios es *Ñuqanchik*. Fruto de un convenio de cooperación entre *Púlsar*, el Centro Peruano de Estudios Sociales (CEPES) y la Red Científica Peruana (RCP), *Ñuqanchik*, palabra quechua que significa "nosotros", empezó en agosto a enviar sus tres microprogramas diarios.

El quechua es el idioma nativo más importante de América Latina y la radio

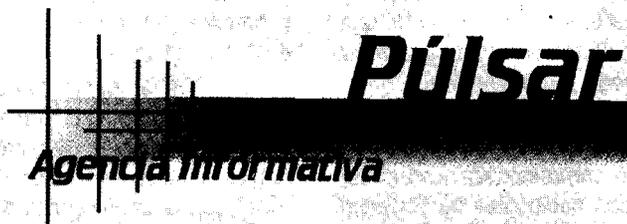


es, desde luego, el medio de comunicación más importante para las comunidades quechuahablantes. Solo en el Perú se estima que hay 180 radioemisoras con programación regular en quechua.

Sabemos que muchas de estas radios no cuentan con los equipos necesarios para recibir audios por Internet, pero con la colaboración de la Red Científica Peruana y sus cabinas públicas, no es necesario que los tengan. Las cabinas públicas son lugares donde los usuarios de Internet en Perú pueden ir para tener acceso a Internet. Cada cabina tiene una conexión directa a Internet y todos los equipos necesarios. En vez de comprar e instalar una computadora multimedia, una radio puede optar por ir a la cabina pública con un casete, grabar los programas, y luego pasarlos por la radio. Más interesante todavía, las radios pueden enviar sus propias noticias, comentarios y programas por la misma vía, convirtiendo el servicio informativo a una red en la cual todos pueden ser los corresponsales de todos.

Si Ñuqanchik tuviera un apoyo millonario de la cooperación internacional, sería novedoso por los retos que se propone. Pero lo que es realmente nuevo con el proyecto es que los costos de distribución son insignificantes y el presu-

Podemos identificar tres tendencias que afectan la naturaleza local de la radio: la globalización, la concentración de la propiedad y el control de la radio en pocas manos.



Púlsar es una agencia de noticias para las radios comunitarias e independientes de América Latina y el Caribe. Además de sus servicios informativos, Púlsar ofrece capacitación y asesoría en el tema de nuevas tecnologías y radio.

Púlsar cuenta con más de 750 suscriptores en 46 países. Aunque la prioridad de la Agencia es la radio independiente y comunitaria, sus suscriptores también son revistas impresas, periodistas independientes, profesores, estudiantes y facultades de comunicación social y ONG.

La Agencia Informativa Púlsar se fundó el 4 de marzo de 1996. Fue una iniciativa de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC) y el Centro de Educación Popular (CEDEP), de Ecuador.

puesto se limita a los costos de producción. No se trata solamente del único servicio diario, radial e internacional en quechua, sino también es un servicio con bajos costos y, por eso, autofinanciado.

Empezamos este artículo preguntándonos si las nuevas tecnologías nos "van a llevar a un mundo homogeneizado en donde todos compartimos la misma cultura del 'cibespacio' y hablamos el mismo idioma". La experiencia de Ñuqanchik nos muestra que el mundo homogeneizado no tiene que ser la única opción. Todavía hay posibilidades para el pluralismo y la diferencia.

El futuro

Una de las posibilidades ofrecidas por Internet es la difusión en tiempo real de las señales de emisoras de radio. Ya es posible escuchar radios peruanas, colombianas, brasileñas y argentinas por los parlantes de una computadora multimedia conectada a Internet por teléfono. En los próximos meses, Púlsar y la Red Científica Peruana van a ofrecer a 10 radios peruanas la posibilidad de poner toda su programación en Internet, accesible a los 80 millones de usuarios a nivel mundial.

¿Por qué le interesaría a una radio de Piura o de Trujillo estar en Internet? No es solamente para que los Peruanos

en la capital o en el exterior puedan tener noticias de sus comunidades. Cada una de estas diez radios va a poder enviar su señal y recibir la señal de las otras diez, además de otra programación radiofónica en Internet. Van a poder entrar en comunicación bilateral o multilateral con las otras radios, transmitiendo debates y entrevistas sobre temas nacionales con las perspectivas de otras provincias del país, y otros países del mundo. Esta nueva tecnología ofrece la posibilidad de una cadena, o mejor dicho, un número infinito de cadenas espontáneas y a bajo costo.

En 1995 escribimos lo siguiente en las páginas de *Chasqui* (véase la edición 52, de noviembre de 1995): "Todavía está lejano el mundo en que todos los pueblos tengan un acceso equitativo a la información y al manejo de los recursos tecnológicos. Las nuevas tecnologías son ambiguas: pueden contribuir notablemente a ello o —si no las dominamos— provocar un abismo creciente entre los **info-ricos** y los **info-pobres**". Cuatro meses más tarde, Púlsar envió su primer boletín. En ese momento no fue posible enviar los clips de audio, y mucho menos imaginar un servicio quechua totalmente en audio. Pero, al final del siglo 20, la tecnología se desarrolla con una rapidez antes inimaginable. Y por eso, las radios tienen que imaginar. ●