

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 Alterno, 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.

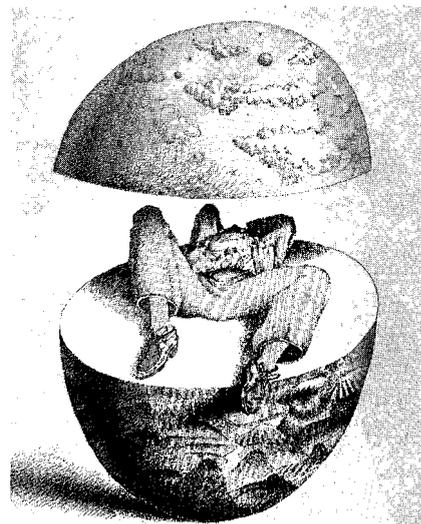
- 4 Organizando las voces de Babel, *Bruce Girard (AMARC)*
- 6 ¿Dónde están y a dónde van las radios populares?, *María Cristina Mata (ALER)*
- 8 Y usted, ¿aún no tiene su FM comunitaria?, entrevista a José Ignacio López Vigil y Luis Dávila (AMARC)
- 11 México: Del café y las radios independientes, *Pablo 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

TEODORO GALARZA
ECUADOR

Construyendo radio y pueblo



Anónimo, Ecuador

Compañía cotidiana

En el Ecuador, a diferencia de Argentina y Colombia, las radios populares crecen a ritmo lento.

En la década pasada hubo estancamiento, pero en los años 90 hay un resurgir de estos medios, con nuevas pautas de programación y nuevos estilos de trabajo. La Coordinadora de Radios Populares y Educativas del Ecuador, CORAPE, sigue de cerca esta evolución.

Las radios populares nacieron en América Latina como consecuencia de las políticas modernizadoras implementadas por Estados Unidos en los años 50. En el Norte, los programas de desarrollo eran difundidos por las "radioemisoras educativas". En América Latina, la influencia de grupos de base cristianos, hizo que la Iglesia Católica apoyara programas de acción con participación popular. (ERPE) Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador, es un ejemplo típico con los programas de alfabetización desde 1962.

TEODORO GALARZA, ecuatoriano. Es graduado en Pedagogía y tiene un Postgrado en Políticas Comparadas de los Países Andinos. Es Secretario Ejecutivo de la Coordinadora de Radios Populares Educativas del Ecuador, CORAPE.

Orígenes y crisis de la radio popular

Durante los años 70 y 80 las radios populares se convirtieron en proyectos alternativos donde el pueblo podía opinar. Pero la relación con el oyente no formó parte del paquete educativo. Poco se pensó en la diversidad bajo el supuesto de la igualdad. Esto se debe precisamente a que nacieron de programas de acción popular y no precisamente de proyectos de comunicación.

En los años 80 se da una revalorización del trabajo de base que retoma la radio popular. Pero la radio popular se queda encerrada.

Las radios católicas progresistas y la izquierda confundían lo popular con la mediocridad y la improvisación. Ambos sectores subestimaron el carácter masivo y prefirieron las audiencias "controladas". No valoraron las tecnologías de

radiocomunicación y el resultado fue un trabajo parroquiano y enclaustrado.

Comenzaron los cuestionamientos. El personal de las radios se preguntó: ¿seguimos con la organización o nos preocupamos por los grandes sectores no organizados?

Razón, sueños y sentimientos

Las emisoras populares creyeron que la gente sólo era razón y no sueño y sentimientos. Los gustos e intereses de la audiencia no fueron atendidos. Las radios comerciales cautivaron al oyente con el encanto de oír música las 24 horas del día, alternando con la sugestiva publicidad.

Las nuevas inquietudes y preocupaciones de las radios populares son: ganar audiencia, impactar y poner énfasis en programas de entretenimiento y diversión. Se trata de aprender de la

competencia pero no imitarla. Aprender de los errores y proyectarse con creatividad.

Las afiliadas a la CORAPE

En Ecuador, la organización a nivel de las radios alternativas se inició en 1988 por iniciativa de ALER (Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica), a través de la Coordinadora de Radios Populares Educativas del Ecuador. CORAPE es un movimiento de radios, centros y organizaciones campesinas. Su objetivo es fortalecer la comunicación alternativa y popular y ofrecer una alternativa a la masificación de información alienante. Es un espacio amplio de opinión pública pluralista y ecuménica.

Tiene 18 afiliadas. Las audiencias varían de acuerdo a cada radio. Las emisoras de onda media y corta se dirigen a los grupos marginados con una programación variada: entretenimiento, noticiarios y educación. Las emisoras en FM tienen una programación con más espacio de entretenimiento.

Las emisoras de onda media brindan servicios importantes de intercomunicación. Las emisoras de onda corta difunden noticias a nivel nacional. Algunas inclusive forman parte de redes, cadenas nacionales e internacionales.

Audiencias y programación

El 80% de los oyentes de las emisoras afiliadas están en el medio rural y el 20% restante en las ciudades.

Son sintonizadas por oyentes de distinto nivel educativo. Una encuesta de ERPE muestra: 29% nivel primario, 29% universitario y otra tercera parte por analfabetos y otros.

Un 40% de la programación es en quichua y un 60% en castellano.

En las ciudades había y hay competencia con las radios comerciales y con las políticas sociales del Estado. Sin embargo, faltó coordinación para ampliar esos programas por el temor a perder la autonomía.

La mayoría de estas emisoras trabajan hasta 18 horas diarias por frecuencia. Las audiciones comienzan muy temprano con música y programación dedicada al campo en idioma nativo.

Las programaciones de las radios populares ofrecen un 40% para entrete-

nimiento, 30% noticiarios, 25% contenidos educativos y 5% cultural y religioso. Las radios más poderosas pertenecen a la Iglesia Católica y sus audiencias se amplían a todas las provincias del país. *La Voz del Upano*, de Macas, tiene una amplia cobertura a través de las cinco frecuencias. *ERPE*, de Riobamba mantiene una audiencia permanente. Algo parecido sucede con *Radio Latacunga* y *Radio Sucumbíos*, en Lago Agrio.

Tecnologías y libertad de expresión

La mayoría son radios progresistas pero no poseen los medios del progreso. Las tecnologías no fueron incorporadas al ritmo que asomaron y en la medida que lo hicieron los medios urbanos.

Hoy ya no pueden trabajar únicamente con la "buena voluntad" porque los oyentes y la competencia exigen inversión en personal calificado, salarios e infraestructura.

Las radios populares en su mayoría tienen la autorización legal de la Dirección de Frecuencias; sin embargo, han tenido algunos problemas con autoridades y las Fuerzas Armadas que han tratado de censurar ciertas informaciones calificadas de obstructionistas o subversivas. Algunas han reclamado el derecho a la libertad de expresión proclamado por la Constitución.

Nuevas radios locales participativas

Estos medios tienen un proyecto de cambio social y comunicativo a favor de los sectores populares y promueven la comunicación social interactiva para democratizar la palabra y la sociedad.

Mediante convenios con el Estado y organismos internacionales, producen programas para amplios sectores. Difunden a las audiencias programas de salud, forestación, educación,

La mayoría son radios progresistas pero no poseen los medios del progreso. Las tecnologías no fueron incorporadas al ritmo que asomaron y en la medida que lo hicieron los medios urbanos.



Cumbas Conde, Cotacachi, Ecuador

Mi radio y yo

sanidad y medio ambiente. Son escogidas para este tipo de trabajo porque sus emisiones llegan a las poblaciones meta de los programas sociales.

Las emisoras comerciales no conocen la participación de los oyentes. Su contacto se limita a llamadas telefónicas y cartas para solicitar música. En cambio, en las radios populares los radioescuchas participan en la definición de las políticas de la emisora, en unas más que en otras. Esto crea un eslabón entre radio y oyentes.

Las emisoras que son manejadas por organizaciones campesinas e indígenas tienen mayor posibilidad de una participación autogestionaria. Sin embargo, propiedad no implica autogestión, los propietarios también se han despreocupado de su funcionamiento y las crisis internas casi acaban con las radios.

Capacitación y profesionalidad

Antes, el requisito básico para trabajar en la radio popular era tener "mística". Tampoco habían profesionales en el mercado o si habían eran reclutados por los medios comerciales. Sin embargo, algunos profesionales se incorporaron a las radios populares pero sus ingresos eran bajos y los obligaba a tener otros compromisos.

Las radios invirtieron en capacitación pero los salarios no se ajustaban a los méritos del capacitado. La "mística" se había convertido en mecanismo sutil de explotación, entonces los profesionales o capacitados prefirieron ir a mejorar la competencia en detrimento de los medios populares.

En estos medios hay necesidad de perfeccionamiento, pero los radialistas no pueden ingresar a la universidad ni renunciar al trabajo cotidiano. CORAPE entonces se propuso apoyar los procesos de capacitación: dispone de un equipo de capacitadores para apoyar a sus estaciones afiliadas, y también se ha recurrido a ALER, CIESPAL y AMARC para atender la demanda.

El autofinanciamiento es más que una moda.

La realidad vivida mostró que los medios populares presentaron deficien-

cias en la implementación de la comunicación. Las estaciones, por lo general, fueron administradas por el clero que con formación religiosa se improvisó para la radio. Además, el voluntarismo sustituyó al personal técnico, lo que restó el despegue de la comunicación alternativa.

En su mayor parte se financian con apoyos externos, con aportes de los ministerios y mínimamente con publicidad y servicios sociales o comunicados.

Varias radios no tienen publicidad aunque quisieran, porque no encuentran auspiciadores por la falta de poder adquisitivo de su público o la inexistencia de mercado en el interior. Algunas tienen cuñas selectivas en sus emisoras FM destinadas a financiar las estaciones de onda media y corta.

Un tema recurrente en estos tiempos ha sido el autofinanciamiento y la autogestión. El marketing y lo empresarial se están discutiendo.

La época neoliberal redefine el ordenamiento de la radio popular, las emisoras y oyentes tendrán que invertir en creatividad empresarial para un desarrollo autogestionario, incorporando administración, profesionalidad y tecnologías que se adecuen a un trabajo popular sostenido y pluralista. ●

ENCUENTRO SOBRE RADIOS COMUNITARIAS EN LA HABANA, CUBA NOVIEMBRE 23 AL 26 DE 1993

Las Radio Comunitarias serán el tema del Encuentro que se realizará en el Centro Internacional de Prensa de la Habana, del 23 al 26 de noviembre de 1993. Se analizará la situación del radioperiodismo popular y se buscará estrechar los vínculos entre los radialistas populares y culturales de los países participantes.

La agenda del Encuentro contempla el debate en conferencias y mesas redondas sobre la radio participativa, la comunidad como principal protagonista en la radio iberoamericana y aspectos de la radionoticia.

Convoca la Editorial Pablo de la Torriente de la Unión de Periodistas de Cuba y la emisora *Radio Habana Cuba* conjuntamente con la Comisión Cubana de la UNESCO. Se aspira contar con la presencia de investigadores y especialistas de la comunicación social en el medio radial. El encuentro promoverá el

establecimiento de intercambios y diálogos permanentes sobre radio popular y participativa.

Los comunicadores, investigadores y demás especialistas interesados deberán enviar su solicitud antes del 30 de agosto y las ponencias antes del 15 de septiembre de 1993.

Cubana de Aviación y CUBATUR facilitarán la asistencia al Encuentro a través de sus agencias de turismo radicadas en cada país. CUBATUR garantizará el hospedaje en hoteles céntricos de La Habana. Para mayor información contacte:

Comité Organizador
Encuentro Radios Comunitarias
Calle 11 No. 160 entre K y L
Vedado, La Habana, Cuba