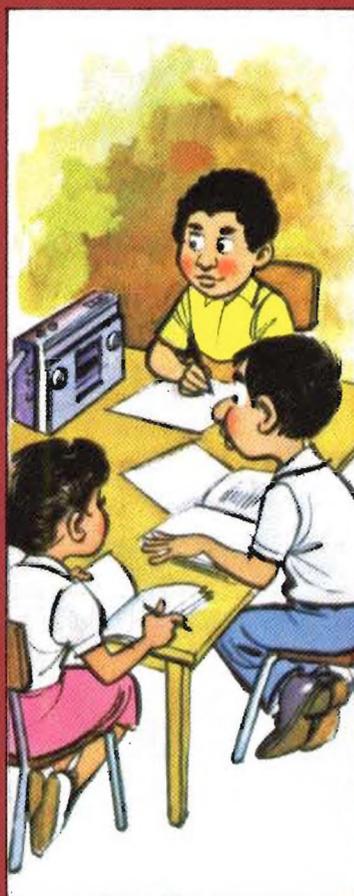




# CHASQUI

REVISTA LATINOAMERICANA DE COMUNICACION



MW	200	250	300	350	400	450	500	550	m
FM	108	106	103	100	97	94	91	88	mhz



la radio educativa





## **CARTA DE LOS EDITORES**

Estimados lectores:

Con el surgimiento de la televisión en el mundo, muchos investigadores, anunciantes y empresarios creyeron que la radio iba a dejar de tener la importancia que tuvo en los años 40. Pero en Latinoamérica, donde todavía existen millones de analfabetos y de gente que vive en áreas rurales, no se ha cumplido este pronóstico y cada día es mayor el efecto positivo que ella cumple, cuando está bien llevada y sirve a fines educativos.

En este número de CHASQUI dedicado a analizar la problemática latinoamericana de la radio educativa, contamos con una entrevista a los directivos de la Asociación Latinoamericana de Escuelas Radifónicas (ALER) y con una controversia donde se plantean candentes problemas de este medio de comunicación.

En las secciones ensayos y experiencias tenemos valiosos aportes donde se analizan desde diferentes puntos de vista aspectos novedosos de las radioemisoras educativas y populares.

Además, en la sección bibliografía presentamos una selección, especialmente preparada, de obras básicas para aquellos estudiantes que quieren conocer más del medio radio en su aspecto educativo.

Como siempre en nuestra sección noticias tenemos información actualizada sobre congresos, seminarios, concursos y temas de interés para estudiantes, investigadores y comunicadores de América Latina.

Finalmente, nuestras secciones sobre nuevas tecnologías, enseñanza e investigación continúan con análisis actuales para todos aquellos lectores que se ocupan de estas temáticas.

Esperando que este nuevo número de CHASQUI sea de su agrado y reiterándoles nuestro pedido de comentarios, sugerencias y aportes nos suscribimos, atentamente,

Ronald Grebe López

Jorgè Mantilla Jarrín

## **EN ESTE NUMERO**

### **2 EDITORIAL**

**La radioeducativa en América Latina**  
Luis E. Proaño

### **4 ENTREVISTA**

**Directivos de ALER**

### **12 ENSAYOS**

- 12 Areas de problemas en la radio educativa**  
José F. Pérez Sánchez
- 20 Tres formatos populares**  
Amable Rosario G. - Ana María Rodino -  
Pedro González-Llorente
- 30 Signos y Señales**  
Kees P. Epskamp
- 35 Monstruos y demonios del Cine**  
José Luis Sáez

### **40 CONTROVERSIA**

- 40 La educación y los medios**

### **52 ACTUALIDAD**

- 52 Emisoras Mineras de Bolivia**  
Gridvia Kuncar - Fernando Lozada
- 58 Parlantes: Nueva Experiencia Peruana**  
Helena Pinilla - Magali Noriega
- 61 Las radios comunitarias en Italia**  
Cristina Lasagni
- 65 La radiodifusión en Africa**  
Jean-Paul Lafrance - Vito S. Minaudo
- 68 Treinta años de periodismo**

### **70 NUEVAS TECNOLOGIAS**

### **76 INVESTIGACION**

### **80 ENSEÑANZA**

### **82 ACTIVIDADES CIESPAL**

### **84 NOTICIAS**

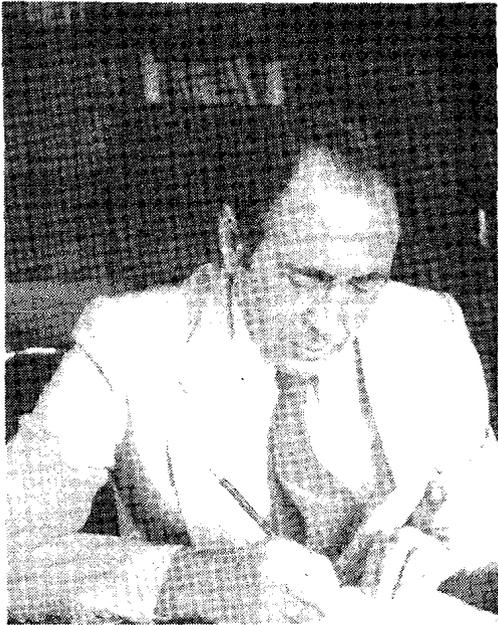
### **98 DOCUMENTOS**

### **101 BIBLIOGRAFIA**

### **107 HEMEROGRAFIA**

### **110 SECCION EN PORTUGUES**

### **111 SECCION EN INGLES**



*Dr. Luis E. Proaño*

*“Las escuelas radiofónicas serán mejores que los sistemas escolarizados tradicionales si el costo per cápita de sus alumnos es menor.”*

**U**nos cuantos números pueden, con su sobriedad, destacar la importancia de la Radio en Latinoamérica. A comienzos de la década del 60 en América Latina había 14 millones de receptores de radio; 15 años más tarde habían llegado a 58 millones. El grado de saturación de las radioemisoras se destaca mediante el siguiente cuadro comparativo: América Latina tiene una radioemisora por cada 17.000 receptores; en cambio, en Canadá existe una radioemisora por cada 75.500 receptores; en Estados Unidos una radioemisora por cada 82.200 receptores; en Alemania Occidental una radioemisora por cada 680.000 receptores.

Por desgracia esta extraordinaria capacidad de radioemisión no guarda un ritmo paralelo con la calidad de programación.

En efecto, la programación radial latinoamericana tiene una tendencia marcada a girar en torno a discos, noticias, y publicidad. Pero esto no es lo peor. De un 36 a un 45 por ciento son grabaciones de música con predominio de ritmos norteamericanos y música romántica; de un 20 a un 30 por ciento de información general y deportiva y de un 30 a un 40 por ciento de publicidad.

Hay emisoras que se dedican casi exclusivamente a transmisiones deportivas o musicales. En algunas ciudades como México, Bogotá, Caracas y Maracaibo se encuentran emisoras que difunden 12, 16 y hasta 22 horas de radionovelas por día.

Los programas culturales, educativos y de estímulo al desarrollo obtienen espacios mínimos. En Argentina, por ejemplo, mientras la programación de entretenimiento alcanza el 62 por ciento de los espacios, los programas educativos llegan sólo a 1.27 por ciento y los culturales a 1.04 por ciento.

**E**n la década del 80, si no substancialmente, al menos sensiblemente ha habido un aumento de radios dedicados a la educación. Diversas han sido las modalidades de su evolución en las que no obstante se pueden señalar

tres enfoques diferentes que trataron de dar respuesta al problema crucial de educar sin violentar la radio.

Bajo el primer enfoque caen todos aquellos primeros esquemas que adolecen de innegables resabios paternalistas. Educar significó esencialmente orientar, dirigir, repetir, memorizar, hacer tareas precisas y corregirlas bajo el dictado de un maestro presente en el hogar por la sintonía de la radio. Los sistemas de Sutatenza y Eccla no fueron, en sus comienzos, otra cosa que un gran alto parlante del aula escolar tradicional.

El segundo enfoque nace del redescubrimiento del medio radial en sí: su peculiar lenguaje y formato; su dimensión unisensorial y efímera. Este enfoque se empeñó en dosificar el contenido educativo y la expresión radiofónica.

En el último enfoque la educación se concibe como una intercomunicación, en la que la participación gradual conduce necesariamente a la organización popular. Bajo este enfoque “educar” cobra un sentido nuevo de riqueza existencial: significa enfrentarse con el medio ambiente, auscultarlo, definirlo y, a través de la reflexión comunitaria, transformarlo. Desde el punto de vista de la utilización del medio, en este enfoque hay un vivo esfuerzo por captar el interés del auditorio; por movilizar la imaginación del receptor; por establecer una comunicación cálida y personal. Por eso se echa mano del radiodrama, el noticiero popular y la radiorevista.

La radiorevista y el noticiero popular se utilizan para sumergir a la audiencia en la realidad circundante; el radiodrama, en cambio, libera la imaginación para la creatividad.

**E**l éxito de esta programación dependerá, como muy bien anota Daniel Prieto Castillo, de la adecuada utilización de los esquemas de polarización; del encuadre de los personajes en la atmósfera cotidiana; de la verosimilitud y la provocación de inferencias fáciles; del desalojo de estereotipos y lugares comunes desgastados; de la utiliza-

## LA RADIO EDUCATIVA EN AMERICA LATINA

ción de las pasiones; de la estructura del relato (violación—restauración; rebeldía—represión).

Tres son las funciones que tradicionalmente ha desempeñado la radioeducativa: una función auxiliar como ayuda a la labor didáctica de la escuela para enriquecer y ampliar la materia explicada; una función complementaria de la labor formativa y educativa del profesor difundiendo cursos preelaborados y desarrollando su plan de estudios; por último una función supletoria de un sistema educativo que no se da abasto para satisfacer las necesidades y exigencias de educación de una población dispersa y marginada.

La pregunta que ronda como un fantasma a todos estos sistemas de radioeducativa es la siguiente: ¿La educación radial a distancia es superior o inferior a la educación formal de la escuela?

Las escuelas radiofónicas serán mejores que los sistemas escolarizados tradicionales si el costo per cápita de sus alumnos es menor; si su rendimiento es similar o superior a los alumnos de los centros tradicionales en las mismas asignaturas y sometidos a las mismas pruebas; si la deserción es baja (25 por ciento); si al finalizar el ciclo escolar pueden presentar un porcentaje de alumnos aptos para asumir responsabilidades en la sociedad en función de los conocimientos, habilidades y destrezas adquiridas.

Constantine, Heron, Lumley, White, McAnany, y el ILCE en su "Prospectiva de la educación al año 2.000", demuestran que en cuanto a la absorción de conocimientos no hay diferencia entre los dos tipos de enseñanza la formal escolarizada y la radial. La eficacia de la educación radial se incrementa notablemente cuando los programas emitidos son escuchados en grupos y con un instructor promotor. Un caso notable es el de Radio Santamaría de la República Dominicana. Sus escuelas están funcionando 14 años. Han formado alrededor de cien mil estudiantes en el ciclo primario completo. Mantienen ahora un promedio de 25 a 30 mil estudiantes por semestre que escuchan los programas educativos en grupos de 15 y un animador instructor. El costo de la enseñanza radial sube enor-

memente cuando se la utiliza en su función de auxiliar, es decir, para mejorar la enseñanza que se da en las escuelas porque, obviamente, el costo de la educación radial tiene que ser añadido al costo de la educación formal—escolar.

En el sistema pedagógico convencional, los costos aumentan en forma proporcional al aumento del alumnado, mientras que en el sistema radiofónico los costos disminuyen a medida que el alumnado aumenta. El grado de economía, en los sistemas radiofónicos, depende del tamaño de la audiencia del programa. A mayor audiencia menor costo.

Rudolf Arnheim decía: "No hay como comparar el valor relativo de los diversos medios. Las preferencias personales existen, pero cada medio alcanza las alturas a su propia manera. Si decimos que la literatura es, de todos, el medio más completo, tenemos que recordar, no obstante, que esta universalidad también tiene debilidades donde otros medios muestran particular fuerza. Pero hasta donde el contenido va, la palabra tiene el alcance de todos los otros puntos: puede describir las cosas de este mundo como inmóviles o como constantemente cambiantes; puede saltar de un lugar a otro, de un momento al próximo; representa no solamente al mundo de los sentidos externos sino también el dominio entero del alma, la imaginación, la emoción, la voluntad".

En las páginas que siguen se analiza con más profundidad los alcances y limitaciones de la radio en función de la educación y la cultura. Estamos seguros que el lector descubrirá que la radio no es "la pantalla para los ciegos" sino más bien la inmensa pantalla para los videntes que a través del sonido cubren de colorido y luz el mundo interno del espíritu.



## ONCE AÑOS DE "ALER"

**Javier Velasco**  
**Ricardo Silguero**

Hace doce años nació ALER, la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica. ALER es un ente coordinador y de servicios creado por las propias radioemisoras afiliadas, cada una autónoma y en estrecho contacto con los grupos populares con los que actúa. Ellas sumaban doce en 1965, el doble en 1970 y hoy son 42 afiliadas en 17 países.

Sin temor a equivocarnos, podemos decir que la evolución del uso educativo de la radio en América Latina y el Caribe es cuasi incomprensible sin referencia a este conjunto de ALER. No se trata, por lo demás, pese a las coincidencias básicas, de un único modelo: hay una gran diversidad en puntos de partida, objetivos, estrategias, realidades y necesidades locales en que se inserta cada institución.

Una riquísima evolución se ha dado al calor de la práctica comprometida con grupos populares, fundamentalmente campesinos. ALER había decantado ya una variedad de formas de comunicación educativa, participación, rescate y valoración cultural, formación en comunicación popular, cuando estas nociones no eran aún parte del hoy cuantioso acervo teórico sobre "las otras" comunicaciones, opuestas a la mercantil masiva. El camino ha sido duro, contra la corriente. Y no ha estado exento de episodios desgarradores.

Esta entrevista a **Javier Velasco**, Presidente de ALER, y a **Ricardo Silguero**, Vicepresidente, es un reconocimiento a ese sostenido y pionero testimonio de ALER en su conjunto. Fue realizada para CHASQUI por Eduardo Contreras Budge y Ronald Grebe López.

**CHASQUI:** *Quizás la primera inquietud para aquellos lectores de CHASQUI que no están demasiado familiarizados con el movimiento de escuelas radiofónicas es saber de sus orígenes: cómo nace. Más que cuestiones de cronología, cómo es que va creciendo el movimiento de escuelas radiofónicas en América Latina.*

**JAVIER VELASCO:** Creo que la pregunta va dirigida hacia el por qué básicamente la Iglesia dedica su atención a este tema de la educación fundamentalmente no escolar, y para sectores marginados de los sistemas educativos. Creo que la inquietud primera nació

del hecho de ver los porcentajes de analfabetos en nuestro continente, la gente que no tenía acceso al sistema de educación formal, y entonces surge un deseo de hacer algo por esa gente. Así nació Radio Sutatenza (Colombia), y así nacen la mayor parte de las instituciones de educación radiofónica que empiezan a trabajar a partir de los años 60 a 65. Posteriormente, en todas estas instituciones se da una fuerte evolución, que sería un tema muy interesante de tratar.

**CH.:** *Precisamente, nosotros quisiéramos explicar algunos de estos hitos críticos en lo que ha sido la evolución*

*tanto de la propia asociación ALER como de la educación radiofónica, porque hay una serie de momentos muy particulares que las han ido redefiniendo en términos de una proyección cada vez más interesante.*

**RICARDO SILGUERO:** Creo que se da principalmente a partir de querer alfabetizar: ahí se inicia la experiencia radiofónica en América Latina. Sutatenza se define como una institución que va a buscar alfabetizar, definiendo como "educación fundamental integral" su acción hacia las comunidades donde desarrolla su trabajo; y éste es, básicamente, alfabetizar al hombre pa-

ra incorporarlo al medio, a la cultura tradicional. Es, como quien dice, "civilizarlo": el hombre del campo está aislado, no solamente por las vías de comunicación, sino básicamente por la carencia de que no sabe leer y escribir. Esta es la inquietud que define la primera etapa, la de la generación de aquello que se ha definido como "escuelas" radiofónicas. Luego vendrán otras experiencias, muchas van naciendo bajo el patrón de Sutatenza, a veces hasta imitando el nombre: en Venezuela nace ACPOVEN, en Honduras nace Acción Cultural Popular Hondureña, nacen las Escuelas Radiofónicas de Nicaragua; y así, siguiendo la experiencia de Sutatenza, se van extendiendo por distintos países de América Latina, desde luego con las variantes que en cada lugar se van incorporando. Pero básicamente es para llevar a través de la radio la alfabetización y otros conocimientos básicos que se van agregando: agricultura, ganadería, y también la enseñanza de la catequesis o evangelización. Como originariamente han nacido por iniciativa de la Iglesia, esto último es también un elemento que va a estar presente en una acción que se define como cultural.

**CH.:** Como nosotros vemos, en términos de algunos hitos críticos, uno de ellos es precisamente al que se refieren ustedes: se parte con una educación básica, casi como fin y casi sólo en términos de alfabetización. Progresivamente hay una diversificación muy significativa hacia una variedad de esfuerzos educativos no formales y también más escolarizados. Quizás un segundo momento crítico sea el descubrimiento de la comunicación, entendida ya no sólo como medios (una emisora, cartillas) sino como el valor del proceso comunicativo en su integridad. Y quizá un tercer hito, mucho más reciente y particularmente significativo, haya sido el rescate de la organización realmente popular como integrada a la tarea del movimiento de escuelas radiofónicas. No sé si coincidirían con estas pinceladas de un complejo proceso evolutivo.

**JAVIER:** Sí, evidentemente, y por diferentes motivos, yo diría que hay una especie de tipificación, dos clases de instituciones de educación radiofónica, y creo que la raíz de la diversidad entre ambos tipos está en la capacidad de relacionamiento con el pueblo con el que está trabajando. Las instituciones



de educación radiofónica que se encarnan con bastante profundidad en los procesos de un determinado grupo humano, evolucionan fácilmente hacia las etapas de comunicación y compromiso con las organizaciones populares y los movimientos de base. Mientras que hay otro grupo de instituciones de educación radiofónica que, digamos, se mantienen más al interior de la propia radioemisora. Desde ahí, a partir de reflexión, a partir del análisis de sus realidades, a partir de estudios de sistemas y procesos de educación a distancia, etc., etc. van desarrollando una serie de programas y tipos de trabajo educativo a través de la radio, pero que normalmente se mantienen bastante distantes de los fenómenos de la comunicación popular y de la organización de las bases.

**CH.:** Sin hablar de "modelos", puesto que somos reacios a encasillamientos fáciles, y lo es también ALER, el hecho es que hay enfoques y modos de operación y organización diferentes en la educación radiofónica. ¿No se han generado conflictos o contradicciones entre las afiliadas por estas visiones y modos de actuar distintos? ¿O, por el contrario, hay un crecimiento maduro en lo que podríamos llamar "unidad en la diversidad"?

**RICARDO:** Creo que esta diversidad, que existe, es un enriquecimiento permanente para la educación radiofónica en Latinoamérica, porque cada institución le va dando sus propias aplicaciones, y a medida que va descubriendo que es comunicación lo que se está desarrollando a través de la educación radiofónica, pues entonces van incorporándose esos elementos de presencia del pueblo en medios que

antes parecían solamente transmitir para el pueblo. Ahora el pueblo comienza a utilizar los medios, y de modo muy diversos. Lo que está surgiendo y que define hoy en día a ALER como conjunto, es ese relacionar a nivel de la región a diferentes proyectos, a instituciones que están haciendo sus experiencias muy particulares, pero a la vez, también muy semejantes. Y estamos aprendiendo juntos. Hay momentos importantes en esto. Por ejemplo, el Proyecto de investigación ASER (Análisis de los Sistemas de Educación Radiofónica) ayudó a descubrirnos como conjunto, creó una unión entre todas las instituciones desde el punto de vista de búsqueda, de ubicación, de qué era lo que estábamos haciendo, y las posibilidades de abrirse más hacia el pueblo, hacia las comunidades.

**CH.:** En términos de lo que hablabas de la incorporación popular a la radio: ¿podría pensarse que originalmente el trabajo con la comunidad era fundamentalmente un paternalismo -no en el sentido peyorativo, sino bien intencionado, pero paternalismo al fin- y que progresivamente la evolución de ALER y la propia evolución histórica latinoamericana les va haciendo tomar una dimensión distinta de revaloración de lo que es la organización popular autónoma en la comunidad?

**RICARDO:** Eso es cierto, porque, bueno, eran los patrones culturales de la época, del período del desarrollismo, cuando se "inventaron" estos medios al servicio de las clases populares. Esta concepción de beneficencia, de "brindar" personas que creaban posibilidades para otros a quienes nunca les habían llegado los conocimientos de la educación: ése era el enfoque inicial. Pero a medida que se va avanzando, se descubre que ya no es esa la función que deben cumplir las instituciones de educación radiofónica. Ya es el propio pueblo el que se incorpora. Ya deja de ser el "dueño" de la institución radiofónica el que va definiendo las pautas de lo que va a decir o transmitir; por eso también se entra más a fondo en el análisis de la comunidad. Y como señalaba, el Proyecto ASER nos abrió preocupaciones en eso.

**JAVIER:** Yo diría también que hay un fenómeno de irrupción de la comunidad en el seno de las instituciones, a veces pretendido por los directores o

por el equipo que ha manejado la institución y otras veces forzados por la historia. Ese es el caso de algunas de las emisoras bolivianas, por ejemplo la Pío XII, un caso típico donde el pueblo asume que el medio le pertenece, y entonces a través de él expresa su propia voz, su propia cultura, sus propias inquietudes, prescindiendo de lo que ha podido programar o proveer el equipo. Lógicamente, eso motiva después también al equipo para continuar en esa línea de participación de la comunidad dentro de la institución.

**CH.:** *La idea de la participación -tan querida para el conjunto de ALER- ya es casi un lugar común. Más que hablar de las bondades o beneficios de esa idea genérica, nos gustaría centrarnos en qué tipo de problemas o dificultades han encontrado ustedes en este deseo de hacer efectiva una participación popular en la tarea radiofónica y las actividades anexas a ella.*

**JAVIER:** Entiendo que las dificultades principales están muchas veces en cuestiones prácticas, y en encontrar la metodología adecuada. Hay instituciones que han podido, por ejemplo, implementar sistemas de unidades móviles. Este sistema lógicamente produce un acercamiento físico de la institución o del medio radio a la población, y entonces la participación se hace fácil, se hace ágil. En la medida en que las instituciones están encerradas a veces en el centro de ciudades, con difícil acceso para el pueblo a esos centros, o a esos edificios, entonces ciertamente se dificulta la presencia física del pueblo en el medio. Aunque haya esfuerzos por parte de los que trabajan en la institución de "salir a buscar". Pero no es eso tan fácil. Creo que normalmente va muy ligado al medio de que se dispone para conseguir la participación. Por otra parte, entiendo a la participación muy ligada también al concepto que se tenga de educación. La evolución en este sentido no está completa todavía: quedan personas dentro de instituciones que continúan con ideas de una cierta educación bancaria, que a través de la radio se deben impartir una serie de conocimientos, valores, etc. Mientras que hay otras personas que creen ya profundamente en la cultura del pueblo, y que creen que es necesario rescatar esa cultura. Entonces, de acuerdo a eso se crea una dinámica participativa en un sentido o en otro.



**RICARDO:** Y a propósito de eso, de solamente transmitir conocimientos hacia el pueblo y él solamente está en la obligación de recibirlos, asimilarlos y conformarse: las experiencias que se han venido haciendo, de permitir que el pueblo se incorpore, diga su palabra, a su manera, bueno, concretamente el campesino, que no usa el mito léxico ni la construcción gramatical del hombre de la ciudad . . . eso al permitirlo a través de las radios, crea un desajuste en personas que se han imaginado que por la radio solo debe aparecer una determinada forma de hablar y crea reacciones en contra de la radio, y bueno, hasta acusaciones agresivas porque no está "culturizando" al pueblo. Permitir que esos hombres que nunca han hablado hablen como son ya es un abuso para muchos, es una desfiguración. Para la gente que está acostumbrada a seguir el ritmo de las emisoras tradicionales es un atrevimiento que el pueblo comience a decir su palabra y en la forma como él la expresa. Pero eso es participación.

**CH.:** *Más allá del uso diferente del propio lenguaje español, hay también en ALER ricas experiencias y esfuerzos muy serios y sostenidos de programación educativa y cultural en la propia lengua de los destinatarios.*

**JAVIER:** Sí, es evidente. En los países que tienen mayor cantidad de población que conserva de un modo más fuerte y más firme su propia cultura, se ha reflejado este hecho en las instituciones de educación radiofónica, es el caso de Guatemala, por ejemplo, donde cuatro de las cinco emisoras

trabajan en lenguas nativas, es también el caso de Bolivia con las culturas aymará y quechua, es el caso del Ecuador, con el pueblo shuar, y así mismo el uso de la lengua creole en Haití, etc. Sin duda existe este esfuerzo de que el pueblo manifieste su propio pensamiento, en su propia lengua, con su propia cultura.

Inicialmente fue un esfuerzo, creo yo, más para poder llegar a la población que para incorporar su lengua y su cultura. Actualmente creo que todos estamos conscientes que el esfuerzo está yendo más en la dirección de permitir que el pueblo fortalezca su propia cultura y lenguaje a través de la difusión por medio de la radio.

**CH.:** *Veamos otro asunto. Defendemos un criterio (que a algunos cientistas les molesta porque no es fácilmente medible) que el surgimiento del movimiento radiofónico, tal cual se lo ve hoy día, depende mucho de lo que llamamos testimonio, es decir, la lengua personal, la solidaridad cotidiana con lo popular; una devoción casi mística a un trabajo sacrificado y del cual no siempre se avizoran los frutos. Esto no suele darse en otro tipo de proyectos dirigistas (por ejemplo, estales desarrollistas) en los cuales puede primar el eficientismo o la abundancia de recursos. De haber faltado ese testimonio, ese tipo de entrega personal generalizada en ALER tanto en las instituciones como en los voluntarios y los grupos populares vinculados a ellas- creemos que no tendríamos un movimiento tan fuerte como el de hoy en día.*

**RICARDO:** Es cierto, ha habido mucho de profetismo, hombres que se

han entregado muy de lleno en toda su realización, y que han ido generando también grupos que les acompañan, gente que se ha decidido por este tipo de trabajo. Todo inició parte de algún punto singular, pero va arrastrando gente que va descubriendo que de veras este es un proceso de liberación del pueblo. Yo creo que esto define cada vez más a ALER. Como es una incorporación creciente de personas que van descubriendo lo que debe y puede ser en el medio radio.

**JAVIER:** Inclusive yo diría que se puede ver la evolución de cada una de las instituciones de educación radiofónica a través del núcleo de gente que realmente tiene una mística y un compromiso de solidaridad con el pueblo. Las instituciones que, por distintos motivos, han mantenido en su interior un equipo de gente más o menos técnica, pero con poca capacidad de compromiso, de entrega personal, han disminuído mucho su dinámica en el sentido de trabajar en la línea de lo que está queriendo ser ALER en los últimos años. En cambio, en las instituciones que han gozado de un grupo de gente decidida, comprometida, con mística, eso ha influído muy profundamente en cuanto a la calidad de la entrega del servicio que presta. Y esto proviene de distintos motivos: en algunos casos la mística es, ciertamente, cristiana y en otros casos está originada en otro tipo de vivencias. No se puede tampoco decir que ciento por ciento siga una misma línea, pero sí que influye claramente.

**CH.:** *Muchas instituciones de educación radiofónica han enfrentado contextos terriblemente represivos. Obviamente sin ese testimonio, esa mística de la institución y de grupos populares que la acompañan, varias ya habrían sido definitivamente cerradas como no viables políticamente. Ustedes han pasado por condiciones particularmente duras, y sin embargo han seguido adelante.*

**JAVIER:** Sí, es muy cierto esto. Entiendo que en la medida en que la capacidad de compromiso de la institución con el pueblo -y con el proceso del pueblo- se ha ido haciendo más fuerte y más vivencial, en esa misma medida ha podido reaccionar la institución ante los hechos represivos contra ese tipo de instituciones. El caso de muchos países ha demostrado que

la institución difícilmente cede en su compromiso cuando ya lo ha adquirido previamente a la situación represiva. Más bien, la situación represiva le crea un fortalecimiento en su convicción, porque le pone a prueba de que es un instrumento al servicio del pueblo, y no es un instrumento que simplemente está en el pueblo, o en medio del pueblo, y que lógicamente, podría salir cuando las circunstancias no estén dadas. Normalmente están profundamente enraizadas y no es fácil que consigan los sistemas represivos acallar definitivamente un medio de comunicación popular de este tipo.

**RICARDO:** Esta represión se da en muchos niveles, y según los compromisos habidos. Puede ser represión de tipo político, aún dentro de un país que dice vivir en democracia, pero viene la represión de las presiones de los distintos partidos porque la institución no se adhiere definitivamente a una determinada denominación política; hay represión desde luego en los países donde existe la dictadura violenta. Y aun diría que a pesar de que se trata de instituciones católicas, también surgen sospechas por parte de las jerarquías. Es decir, no solo desde afuera, sino desde adentro también hay esas dificultades.

**CH.:** *Pero en muchos casos la represión no ha sido solo sutil, incluyendo una eventual autocensura de qué tipo de contenidos y programas son difundibles o no, sino que ha alcanzado a la clausura de emisoras, voladuras de antena y hasta el asesinato de personas del movimiento radiofónico.*

**RICARDO:** Eso es cierto, y podríamos contar ejemplos de muchos sitios donde ha acontecido, donde han sido destruídos los estudios, los transmisores, donde se ha asesinado al director y a todas las personas que allí trabajan. Y ha sido, bueno, como un punto de persecución el haber pertenecido a esa institución, y se ha llegado a eliminar totalmente la asociación que estaba alrededor de esa emisora que permitía que el pueblo se expresara.

**CH.:** *Vamos a una situación distinta, ¿cómo es hoy día el caso de Nicaragua, que ustedes visitaron recientemente, y en dónde continúa Escuelas Radiofónicas de Nicaragua, ¿cómo se inserta allí el movimiento de escuelas radiofónicas dentro de un proceso revo-*

*lucionario concreto, histórico? ¿hay conflictos, es el reino esperado?*

**JAVIER:** Es interesante ver también el proceso seguido por esta institución. En Nicaragua se producen en primer lugar fenómenos bastantes claros: una situación de dictadura, un pueblo que se levanta frente a la dictadura y un medio de comunicación popular al servicio del pueblo, medio que trata de ponerse en la línea de la defensa de los intereses del pueblo frente a la dictadura. Esa parte creo que es bastante clara y típica, aunque lógicamente pasa por momentos en que el compromiso es más abierto y otras temporadas donde, tal vez incluso por cierto temor a la represión interna, dado que el medio está ubicado en la ciudad, cierto temor impide que la manifestación de la solidaridad del pueblo levantado en armas sea más clara.

Después participa lógicamente con la vida del pueblo, participa en la euforia revolucionaria del triunfo de la revolución, con una entrega yo diría bastante solidaria con toda la acción de los revolucionarios ya en el poder. Pero luego se produce también un fenómeno, creo yo, de reflexión, una vez que se manifiestan ciertas discrepancias entre el movimiento sandinista y la posición oficial de la iglesia, que hace dudar a la institución sobre su participación abierta al ciento por ciento en el proceso.

Entonces, creo que es muy común lo que ha ocurrido en Nicaragua y también en otros países, de que en ciertos momentos, como nos pasa también a las personas, dudamos si la opción que hemos hecho está bien hecha y conviene, y debemos mantenerla, o si conviene retirarse porque tal vez las cosas no están yendo en la línea de lo que uno hubiera pensado que deberían ser o hubiese ambicionado. Pero creo que estos titubeos, estas dudas, nos manifiestan que Escuelas radiofónicas de Nicaragua no ha sido una institución ingenua en ningún momento, sino con una profunda reflexión sobre el proceso de un pueblo, y sobre el acompañamiento de ese proceso.

**CH.:** *Mucho se habla también del por qué la educación radiofónica popular surge tan vinculada a la Iglesia Católica. Incluso algunos, con escepticismo y desconfianza, dicen "solo curas habría metidos aquí" ¿En qué sentido explican ustedes esto, cómo se da esta relación con la iglesia?*

**JAVIER:** Entiendo que los motivos pueden ser muy variados. En primer lugar, el movimiento de educación radiofónica nació con una tendencia tipo beneficencia, y esta requiere de una serie de recursos humanos y económicos que no fácilmente consiguen todos los grupos sociales. Creo que es de algún modo privilegio de la iglesia el poder manejar ese tipo de recursos, conseguirlos en otros países inclusive, tener personas dispuestas a trabajar en este tipo de acciones benéficas en los barrios marginales, los sectores rurales, etc. Pero creo que es un hito muy claro el Concilio Vaticano II y después la interpretación de ese mismo Concilio por parte de los obispos latinoamericanos en Medellín y Puebla, que recogen la inquietud de la Iglesia en lo que se refiere a compromiso con las clases populares, con los pobres.

**CH.:** *¿Cómo conciben ustedes el sentido actual de la evangelización, aceptando que hay diferentes matices en las diversas instituciones de educación radiofónica?*

**RICARDO:** Nosotros nos hemos interrogado sobre cómo es que en estos medios se está produciendo una evangelización, puesto que son medios de la Iglesia. Y aquí vale la pena preguntarse qué se entiende por evangelización. ¿Sería el anuncio explícito del Evangelio, sería simplemente tomar la Biblia, leerla por la emisora y hacer explicaciones moralistas o aplicaciones circunstanciales de la Biblia? ¿O es también evangelización el anuncio que Dios está presente en el hombre, que Dios quiere que el hombre crezca y se desarrolle a plenitud? Ahora, el permitir que esa evangelización sea llegar a la plenitud de la vida como lo anuncia Jesucristo, se logra analizando las circunstancias económicas, sociales, culturales, donde está ubicado el hombre. Es permitir que el hombre crezca ahí.

Pero hay otros aspectos, como el del Anuncio explícito, y ahí se viene a cuestionar si el medio está evangelizando o no y habrá distintas exigencias en cada institución. Nos hacemos planteamientos: bueno, de veras, ¿lo que estamos haciendo es evangelización? Y esto ya se había empezado a hacer desde el comienzo. Cuando se llegó a elaborar el documento del Marco Doctrinario en ALER, y al ir haciendo análisis cada vez más detenidos sobre qué es el Anuncio del Reino, nos encontramos que las

instituciones sí están anunciando, haciendo descubrir signos de ese reino que está en medio del hombre: fraternidad, unión, servicio, búsqueda de trabajar juntos cada vez más y eliminar tantas desigualdades que hay.

Esto es Anuncio del Evangelio, y cada vez que se hace, estaremos anunciando el Reino. Entonces, la evangelización no sólo es transmitir programas religiosos; no es solamente transmitir la misa, el rosario, enseñar la catequesis; es el crecimiento de todo el hombre, para que llegue a una plenitud que se dará ya al final.

**CH:** *Uds. hablan de que son medios de la Iglesia. ¿En qué sentido la Iglesia en tanto jerarquía, dificulta, comprende, apoya este tipo de movimiento? ¿Hay realmente dependencia, o un afán meramente proselitista religioso, como algunos acusarían?*

**JAVIER:** Creo que las circunstancias son muy diferentes en los distintos países, también la concepción que tiene la jerarquía varía mucho de país a país, y de diócesis a diócesis. No hay, digamos, una línea común. Yo diría así, en general, que la tendencia inicial ha sido de un apoyo muy franco a un medio que es propiedad de la Iglesia, que después en muchos lugares el medio radio se ha ido distanciando con



respecto al obispo de la diócesis. Y esto por el hecho de que el centro de la programación, su peso fuerte, no ha sido la explicación del mensaje evangélico, sino ha sido toda una programación muy cargada de educación popular, de participación, de interés por la vida de la comunidad, etc.

Por otra parte, dentro de la línea de educación popular, lógicamente que el modo de proclamar el evangelio también adquiere esa misma característi-

ca, en el sentido que no se trata de transmitir desde el micrófono hacia el pueblo, una concepción religiosa, una fe; una vida en Iglesia, sino que se trata también de recoger la experiencia de Dios en el pueblo, vivida por el pueblo, y después redifundida, a través de los micrófonos.

Eso ha creado en ciertos momentos dudas sobre si realmente lo que hacía la institución de educación radiofónica era lo que debía hacer un pastor -por supuesto que en la mayor parte de las instituciones de educación radiofónica hay algún religioso metido de por medio- si es eso lo que debería hacer, o si lo que debería hacer sería transmitir, en el modo clásico de prolongación del púlpito, el mensaje evangélico. Eso ha creado ciertas situaciones de tensión en ciertos momentos, asumidas en muchos casos y después superadas, en otros casos o todavía no superadas, pero en eso estamos.

**RICARDO:** Yo creo que también ha habido algunas reacciones o posiciones algo encontradas o poco avanzadas frente al proceso de desarrollo de la comunicación. Es que la comunicación también es una novedad, y cada hombre responde aun siendo obispo, limitado por circunstancias históricas, muchos no han logrado avanzar al mismo ritmo.

Y permítanme un agregado sobre la evangelización: lo que decía Javier acerca de descubrir la expresión religiosa del pueblo y no solamente decir desde arriba lo que debe creer el pueblo, eso es evangelizar: descubrir el reino que está dentro del pueblo con sus propias expresiones, descubrir cómo él es un anunciador también de una buena noticia.

**CH.:** *Han tenido algún diálogo ecuménico y acciones conjuntas con otras religiones, o ha sido más bien difícil?*

**JAVIER:** Es evidente que en eso también se va avanzando. No era así a los comienzos, pero creo que estamos dando pasos bastantes firmes. Hay muchas instituciones en ALER en las que hay personas de otras confesiones cristianas. Inclusive tengo en mente una en la que el responsable del programa de evangelización de los domingos en la mañana -un programa de oración y reflexión cristiana- estaba llevado por una persona de la iglesia evangélica. En las acciones de terreno, en muchos lugares, confluimos instituciones de

iglesia católica con expresiones de otras dominaciones cristianas, y es frecuente que se llegue a acciones conjuntas, como en el caso boliviano en este momento, con el plan Sequía 83, donde todo el problema de la pérdida de semillas, debido a la fuerte sequía del año pasado, está siendo encarado a nivel de iglesia por un trabajo ecuménico entre varias instituciones que tradicionalmente tenían acción en el terreno del campo.

**CH.:** *¿Y en cuanto a tareas conjuntas con programas de desarrollo comunitario y promoción social de organismos estatales? Obviamente, entendiendo que la situación varía de país a país, ¿Hay algún esfuerzo deliberado de acercarse al estado o; por el contrario, existe cierta reticencia?*

**RICARDO:** Algunas experiencias permiten decir que es más una cooperación, un permitir, en la medida en que el pueblo está presente; no como apoyo oficialista porque eso lleva su condicionamiento político en una determinada definición partidista. Por lo que sé no me constan compromisos directos con la línea de determinado gobierno, sino que puede haber presencia permanente, en función del trabajo que necesita el pueblo. Al gobierno le toca cubrir las necesidades a las cuales se ha comprometido y debe permitir que el pueblo esté allí atento a si se cumplió o no, que se siente contento porque logró aquello que carecía, pero que también pueda decir que no le cumplieron, que les engañaron, que falta mucho por cumplir.

**CH.:** *Hablemos un poco del financiamiento de las distintas instituciones de educación radiofónica. ¿Cómo se logra?*

**JAVIER:** Desde hace tiempo se pretende la participación popular en los gastos de la educación radiofónica y la comunicación popular, pero la población con la que se está trabajando, normalmente es de escasísimos recursos; por eso es que su participación en los gastos de funcionamiento es todavía pequeña. Entonces la mayor parte de nuestras instituciones tiene que buscar otro tipo de recursos. Diría que la parte más fuerte, más importante, proviene en este momento de agencias de financiamiento externo, en general cristianas de Europa, Estados Unidos y Canadá.



**RICARDO:** También hay experiencias de instituciones que se defienden con el trabajo de cuñas comerciales, es decir que la emisora es comercial a la par que va realizando una labor educativa popular y esto permite en cierta forma una independencia, pero así se dan también condicionamientos de tipo consumista. Se crea una contradicción entre lo que se está haciendo y la forma compulsiva en que cuñas comerciales van haciendo que el pueblo adquiera artículos o esté impulsado a una mayor adquisición de nuevas cosas. Es el precio que hay que pagar. Si fuéramos financiados por alguna institución oficial, también estaríamos condicionados a no poder decir muchas cosas y a estar siempre rindiendo el tributo que nos cobraría.

**CH.:** *¿Han tenido problema en cuanto a que quien posee los recursos financieros pudiera imponer objetivos, planes, líneas de acción, o hasta estilos de trabajo?*

**JAVIER:** Es evidente que también en eso se ha dado una evolución interesante. Yo diría que la posición inicial de las instituciones de educación radiofónica con respecto a las agencias de financiamiento era una dependencia casi total y absoluta, en el sentido de que el programa o el proyecto propuesto por la institución de educación radiofónica buscaba financiamiento dentro de una institución o una agencia que pudiese estar de acuerdo con esa línea de acción. Pero una vez que las agencias iban cambiando su criterio y destinado los fondos a un determinado tipo de proyectos preferentemente, entonces las instituciones de educación radiofónica se veían en la obligación a veces de buscar recursos en otros lados, o incluso de volver a estudiar si

era posible el reformular su proyecto o cambiar algunas acciones para contentar a las agencias de financiamiento.

Después de una asamblea que tuvo ALER con un grupo de agencias de financiamiento en Riobamba, Ecuador (marzo/81) se ha dado un paso bastante importante, en el sentido de que se entiende que la acción que están haciendo las instituciones de educación radiofónica no es su compromiso unilateral, sino que es una tarea conjunta de los países económicamente fuertes y de la gente que estamos trabajando en el continente, y que esa tarea la tenemos que llevar juntos, y por lo mismo tiene que ser un compromiso compartido. Entonces, el diseño del proyecto posiblemente puede partir de la institución de educación radiofónica, y la agencia de financiamiento tiene que tratar de entender el por qué y para qué de ese proyecto, en lugar de que la agencia condicione a la institución radiofónica. Creo que en este momento estamos trabajando a un nivel de mayor cooperación entre ambas.

**CH.:** *Veamos a ALER como institución coordinadora y de servicios. ALER es probablemente uno de los más serios y sostenidos esfuerzos, no solo latinoamericano, por tratar de agrupar una serie de instituciones que están actuando en el campo de la educación y de la comunicación popular. Y ALER se ha mantenido en contraste con otras experiencias coordinadas que no han durado. Sabemos que cada afiliada es muy celosa de su propia personalidad. ¿No han surgido temores o tentaciones dirigistas?*

**RICARDO:** Bueno, ALER nace simplemente de un encuentro para buscar cómo conocerse y descubrir formas de ayuda entre instituciones que estaban totalmente aisladas. Es un camino que ha ido creciendo y descubriendo nuevos horizontes. Es como quien va avanzando sobre la montaña y una vez vencido un pico, avanza sobre otro. ALER, que en sus inicios reunía instituciones sumamente aisladas, que ni por noticias podían saber donde estaban las otras, permitió por lo menos en los encuentros iniciales, saber que existíamos. Luego a través de planes que se van presentando en forma conjunta, se va descubriendo que es posible hacer algunos proyectos que permitan relacionar mejor a las instituciones entre sí. Se va creando confianza, y luego

ya se hacen planteamientos de ubicación: de descubrir qué somos y hacia donde vamos. Intercambiar experiencias, conocernos distintos, con proyectos similares o muy dispares, hace que nos cuestionemos hacia dónde vamos: qué queremos, qué tipo de educación popular pretendemos. ALER ha acompañado este crecimiento.

Ahora bien, la Secretaría Ejecutiva de ALER no es lo que se pretendía imaginar en algunos momentos: una cúpula que estaría dirigiendo todo el acontecer de las instituciones en América Latina; es al contrario: una institución de servicio a la cual las afiliadas acuden para ver en que medida puede ayudarnos a crecer, a desarrollarnos en diversos aspectos: programación radiofónica, producción de programas más desde dentro del mismo pueblo; intercambio de experiencias entre las instituciones que nos vienen a enriquecer desde tantos lugares.

Saber que no estamos solos: esa es otra riqueza de ALER. Ha ayudado a muchas instituciones a no perder el ánimo, a volver a retomar el trabajo que en un momento había quedado aplastado, destruido o deshecho por distintas circunstancias.

**CH.:** *Un signo propio de ALER como institución de servicio, apoyo y coordinación, ha sido el que ustedes hayan podido evitar una natural tendencia a la centralización por el tipo de tareas cotidianas -muchas de alcance regional que se realizan a través del equipo de la Secretaría Ejecutiva. ¿Se tomaron medidas explícitas para contrarrestar esa tendencia, o ha sido simplemente una evolución cuasi espontánea?*

**JAVIER:** Eso más bien ha obedecido a una tendencia desde la creación de ALER. Desde el comienzo había la prevención de que si la oficina central, como fuera que se denominase, se hacía demasiado grande o demasiado fuerte, las instituciones de educación radiofónica en cada localidad concreta prácticamente iban a tener que someterse al dictado de esa oficina.

Desde el inicio se propuso, como un planteamiento que no podía ser modificado, el que la Secretaría Ejecutiva, es decir, la sede institucional de ALER, (la asociación) debía ser exclusivamente de servicios, de manera que los dictados surgiesen de la Asamblea, y fuesen ejecutados a partir de la junta directiva que se reúne en unas cuan-

tas veces al año mientras que el personal de Secretaría Ejecutiva fuese un personal técnico que estuviese a disposición de los requerimientos y las demandas de las afiliadas. Creo que este cuidado, esa conciencia que se ha mantenido a lo largo de los años, ha impedido que la central, la Secretaría Ejecutiva, se convierta en un instrumento rector de la asociación.

**CH.:** *Muy sintéticamente, porque esto no es una evaluación, ¿Qué creen ustedes que han logrado en ALER?*

**JAVIER:** Bueno, los logros no se pueden medir o tipificar por igual en todas las instituciones de educación radiofónica, pero sí creo que el logro básico en este momento (o aquel del cual tenemos mayor conciencia por lo menos) es que no estamos dictándole al pueblo normas de conducta, valores o modelos, sino que estamos caminando junto al pueblo. Creo que en la medida que esto es realidad y verdad, la institución se siente profundamente realizada. En la medida en que todavía no lo ha conseguido, vemos que la consecución de este objetivo es un horizonte al que hay que llegar.

**CH.:** *Ustedes obviamente avanzaron en hacer comunicación y educación popular muchísimo antes que los discutibles avances que se hayan hecho en el campo de la teoría de la comunicación y educación popular. En este sentido, ¿Qué tipo de mensaje podrían sugerir*

*para otro tipo de personas -estamos pensando, por ejemplo, en los universitarios- respecto a este problema de prácticas de comunicación-educación popular versus excesos teóricos y verbalizadores?*

**RICARDO:** Bueno, el teórico de la comunicación se plantea los conceptos o las formas de acción en un sentido muy lineal. Nosotros concebimos la acción de ALER como un crecimiento en la comunicación, en la educación y en la organización del pueblo, pero no como acciones aisladas o paralelas. Por poner un ejemplo, no se puede hacer una educación popular que no tienda a desarrollar la organización del pueblo ni haga crecer y desarrollar la comunicación del pueblo entre sí, con otras comunidades y con otras instituciones. Y creo que el universitario que estudia comunicación simplemente termina en el infinito. Son como paralelas que no se encontrarán. Se deben conjugar estas tres líneas: que educar es permitir que el pueblo se organice y se comunique, que comunicar es hacer que el pueblo se eduque y se organice, que organizar al pueblo es hacer que él crezca en educación y en comunicación. No es una concepción lineal. El universitario sale sabiendo mucha educación, pero no sabe nada de organización, su educación no es comunicativa; o egresa de comunicación, pero su comunicación está aislada de los conceptos de educación u organización popular.



**JAVIER:** Yo quisiera añadir, si se puede permitir la palabra "un consejo", que para trabajar a este nivel, es necesario tener un profundo respecto al proyecto del pueblo. De algún modo uno tiene que deshacerse de la idea del que va a llevar su propio proyecto al pueblo para que éste lo asuma y camine en esa dirección. Hay que auscultar la tendencia, los deseos, las aspiraciones, las luchas del pueblo, para ponerse respetuosamente a su lado, acompañándole. Eso no quiere decir que una institución de educación radiofónica no tenga que tener su propio proyecto. Lo debe tener. Pero ese proyecto está en función del proyecto del pueblo. No es autónomo, no es solitario; está hecho en base a los ingredientes que el pueblo va aportando en orden a su propio proceso.

Creo que el secreto del éxito de la mayor parte de las instituciones de educación radiofónica es esa actitud atenta, de escucha, al sufrimiento y a la voluntad popular.



**JAVIER VELASCO S.J.**, español/boliviano, es a la fecha Presidente de ALER. Inició su trabajo en Acción Cultural Loyola en 1979, cuya área de acción es Chuquisaca, Potosí y Tarija. ACLO se dedica a la educación y organización popular campesina, con facetas de mejoramiento económico autogestionario de los campesinos.  
Dirección: Casilla 538, Sucre, Bolivia

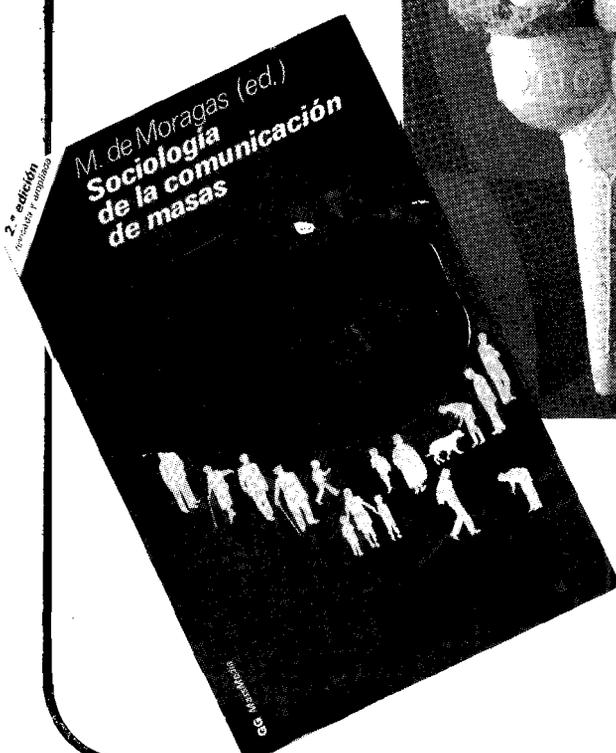
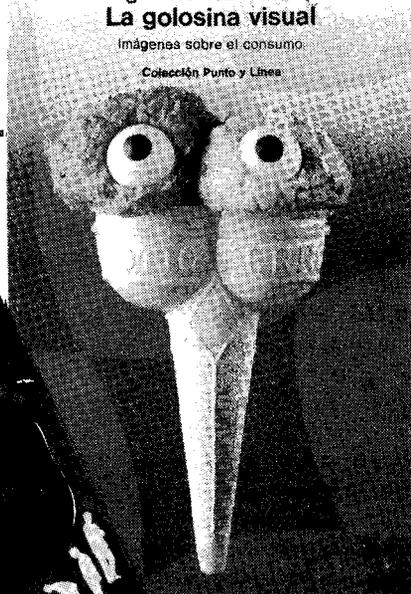


**RICARDO SILGUERO**, venezolano, es Vice-presidente de ALER. Sacerdote en la Arquidiócesis de Mérida, se dedica a la educación y organización cooperativa y se ha especializado en educación de adultos. Desde 1972 es director de Radio Occidente.  
Dirección: Radio Occidente, Tovar 5143, Estado de Mérida, Venezuela

Ignacio Ramonet  
**La golosina visual**

Imágenes sobre el consumo

Colección Punto y Línea



**EDITORIAL  
GUSTAVO GILI S.A.**

Barcelona—29 Rosellón, 87—89.  
Madrid—6 Alcántara, 21.  
1064 Buenos Aires Cochabamba, 154—158  
03100 México D.F. Amores, 2027.  
Bogotá Diagonal 45. No. 16 B—11.  
Santiago de Chile Santa Victoria, 151.

## AREA DE PROBLEMAS en la radio educativa

### 1º Parte

La radio en América Latina nace bajo la influencia de los Estados Unidos. A partir de los esfuerzos pioneros en 1925, el continente comienza un proceso de importación de equipos que dura hasta nuestros días. Junto con los transmisores y antenas se filtra también una determinada concepción de su uso, una serie de formatos o géneros básicos y un sistema de publicidad para su financiamiento. Surge así la emisora de carácter comercial, que prolifera extraordinariamente favorecida por una serie de circunstancias externas, hasta llegar al grado de amontonamiento en el dial de algunos países. Por otra parte, el uso político que conoce la radio durante la Segunda Guerra Mundial hace tomar conciencia a gobiernos y organizaciones políticas del poder que ocultan las ondas invisibles. Desde entonces el medio tendrá que someterse "a la vigilancia constante de las autoridades de Gobierno interesadas en su manipulación política, que les ha permitido existir pero que les ha coartado su derecho a la libertad de información" (1).

Una tercera vía comienza a gestarse a finales de los 40: las salida al aire de Radio Sutatenza, en Colombia, abre las puertas de América Latina al uso sistemático de la radio en el campo de la educación. Mientras los gobiernos y las ciudades se dejan encandilar por la llegada de la televisión, la Iglesia Católica descubre el medio radio como instrumento evangelizador y educador de las áreas rurales marginadas. Comienza así un proceso de búsqueda y experimentación que evolucionará desde el planteamiento netamente confesional hasta llegar al concepto -todavía utópico- de la emisora popular.

Tratando de ofrecer una rápida panorámica de las tendencias actuales de la radio, podríamos hablar de dos procesos fundamentales: Por una parte, "una tendencia a la descentralización de las grandes cadenas nacionales, potenciación de la radiodifusión regional y, sobre todo, de la local" (2). Por otra, la búsqueda de una mayor participación por parte de las diversas audiencias. Más adelante en este mismo artículo se ofrece una tipología tentativa de las varias formas institucionales que hoy reviste la radio en el continente latinoamericano.

El fenómeno de la participación se opone al verticalismo tradicional que ha separado al productor y su audiencia. La idea ha prendido rápidamente: son muchas las emisoras en todo el continente que se han lanzado por este rumbo, principalmente aquéllas que en la tipología hemos denominado confesionales, educativas o populares. Las formas de implementarla son aún experimentales, planteándose a veces en términos apresurados y algo románticos, mientras que en otros casos -como el de las emisoras mineras de Bolivia, se apoya en la voluntad firme de un grupo social homogéneo. El proceso está lleno de obstáculos, cayendo a veces en contradicciones o aporías sin aparente solución. El objetivo de este ensayo es precisamente agrupar algunos de los problemas que muchas de estas emisoras han ido encontrando en su acompañamiento a los grupos menos favorecidos. Forzosamente se trata de una visión rápida y panorámica, presentada desde una perspectiva deliberadamente pragmática, que ayude a la reflexión y toma de decisiones de instituciones similares.

JOSE F. PEREZ SANCHEZ

*En este ensayo se presenta una visión panorámica de las tendencias actuales de la radiodifusión educativa en América Latina, sus áreas de problemas a nivel de orientación, personal, financiamiento y programación, así como las nuevas perspectivas en el campo de la comunicación popular.*

Para una mayor claridad, los problemas han sido divididos en cinco áreas básicas:

- a) Aspectos generales relacionados con el medio en sí.
- b) Orientación de la emisora.
- c) Problemas estructurales.
- d) Formatos y programación.
- e) Investigación.

## I.- ASPECTOS RELACIONADOS CON EL MEDIO EN SÍ.

En esta sección se agrupan ciertas nociones generales relacionadas con la naturaleza misma del medio: tecnología, lenguaje radiofónico y procesos evolutivos de la audiencia. Estas reflexiones básicas se aplican tanto a la radio educativa como a la comercial, y nos servirán de introducción a las secciones posteriores, más específicamente relacionadas con el sector educativo.

### 1. "TRANSMISORES" VS. "SALARIOS": LA RADIO ES UN MEDIO CARO.

Una buena parte del presupuesto de la emisora educativa está destinada a cubrir sus necesidades técnicas: por sencilla que sea la estación, debe contar al menos con los componentes básicos que le permitan salir al aire. Por otro lado, los equipos tienen una vida limitada, habiendo piezas que deben ser reemplazadas con cierta periodicidad. Todo esto implica previsión administrativa, máxime ante el aumento de los precios -proporcional a las devaluaciones- y las recientes dificultades aduaneras impuestas a los equipos importados. Con frecuencia esta previsión ha faltado en la instalación inicial de la emisora, lo cual explica la gran diversidad de equipos dentro de una misma institución.

Por otro lado, la técnica exige una organización que necesariamente va más allá de los meros productores. El manejo de los equipos supone una cierta "especialización" entre los usuarios más frecuentes. En segundo lugar, es imprescindible un mantenimiento regular, lo cual implica contar con un ingeniero -a tiempo completo o parcial- que probablemente cobre más que tres o cuatro productores... A los ojos de algunos grupos de base, todo esto puede sonar a "tecnología de ricos", rechazándola en favor de otros medios alternativos. Para el director de una emisora educativa de recursos limitados, la disyuntiva se plantea a veces entre la compra de una grabadora, un curso de capacitación para el personal o fondos para la producción de una serie educativa. A veces el problema puede tener un cier-

to tinte de la máquina frente al hombre.

El problema planteado indica que en muchos casos ha faltado claridad de objetivos y conocimiento del medio a la hora de planificar una estrategia de comunicación. Si se asume que la radio es el medio a utilizar, la parte técnica es tan importante como la producción: de nada sirve un programa excelente si el ruido de fondo de la transmisión obliga al oyente a mover el dial... Los requisitos técnicos del medio exigen una organización -no importa el tamaño- con una clara distribución de funciones, eficacia administrativa y previsión. En otras palabras, la emisora educativa debe funcionar administrativamente bajo los mismos principios de una "empresa", aunque sus fines sean exclusivamente de servicio a la comunidad. Guardar el equilibrio entre "eficacia empresarial" y lo que implica la participación, el ser una emisora "horizontal", es la difícil misión del equipo conductor.

### 2.- "MENS SANA" VS. "CORPORE SANO": LA RADIO TIENE SU LENGUAJE PROPIO.

El descubrimiento del medio radio por educadores y religiosos ha estado marcado desde un principio por un énfasis en el contenido, en el "mensaje", sin prestarle demasiada atención a la "forma". El maestro consideró al micrófono como una extensión del pizarrón, mientras que el predicador lo utilizó como un altavoz de mayor potencia... El resultado ha sido en muchos casos una cierta distorsión de la programación educativa, como veremos más adelante: ideas contra emociones, razonamiento silogístico contra "desorden" sentimental. Si ya desde la perspectiva

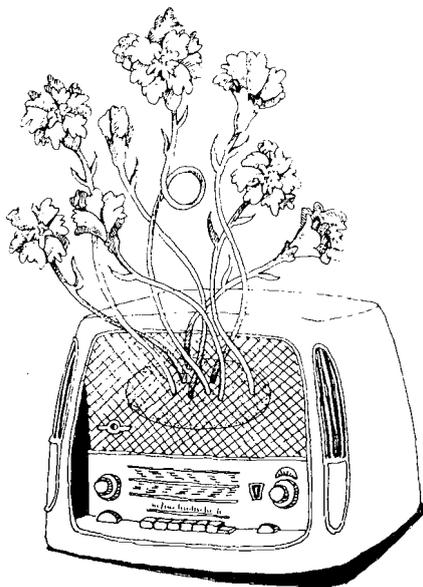
del receptor esto es cuestionable, lo mismo ocurre al reflexionar sobre la eficacia en la elaboración del mensaje, desde el punto de vista del lenguaje radiofónico. Repasemos brevemente algunas de sus características generales.

a) Por su naturaleza misma, la radio no está limitada a lo que pueda ser presentado visualmente. En ese sentido el escritor goza de total libertad en el tiempo y el espacio, sin límite para su imaginación. En cuanto a su audiencia, ésta no es selectiva en lo que se refiere a la escucha de los sonidos de un determinado programa. Ante la imagen de su pantalla, un televidente puede fijarse principalmente en el rostro del personaje principal, o en su ropa, o en la ambientación de fondo, sin prestarle mucha atención a lo que hablan. "El radio-escucha no escoge lo que quiere sino que oye sólo lo que el escritor quiere que escuche. De esta forma el escritor controla la dirección de la atención de la audiencia radial" (3). Cuando el guionista sólo insiste en ideas intelectuales, pasando por alto las posibilidades de captar la imaginación total del radio-escucha, ha desperdiciado el medio.

b) Lo expuesto anteriormente implica que la radio supone una cierta alfabetización en el lenguaje que le es propio. Demasiado frecuentemente sus tres elementos básicos -palabra, música y efectos- han sido disociados y distorsionados por sus usuarios, tanto en el campo comercial como en el educativo o cultural. Muchas emisoras comerciales son simples "tocadiscos". La música jamás se integra a la palabra, y las intervenciones de los locutores se reducen a un mínimo de vocabulario acuñado por el uso repetitivo de los colegas. Por su parte, la radio educativa tiende a encerrarse en el universo de la palabra, durmiendo al oyente con largas conferencias y despreciando la música y los efectos como elementos secundarios, irrelevantes para el mensaje central.

c) En esta batalla de "disociación" del lenguaje radiofónico, el estilo comercial lleva la ventaja numérica e histórica. Especialmente en las grandes ciudades, el dial está lleno de emisoras a escoger, lo cual implica que el gran público está ya acostumbrado a un cierto estilo de radio, a ciertas "fórmulas" simplistas, poco conocedoras de las posibilidades del medio, pero exitosas desde el punto de vista comercial. Volveremos sobre este punto desde otra perspectiva en la próxima sección.

d) Otro aspecto inherente a la naturaleza del medio -y demasiado frecuentemente pasado por alto- es la relación en-



tre audiencia y emisora. "La radio sigue siendo un medio personal, mientras que la TV se hace más y más impersonal. Los aficionados escuchan y observan 'programas' en la televisión; se identifican con programas de noticias locales y establecen una relación personal unidireccional con el presentador local. En la radio, la gente escucha a 'estaciones', aunque ocasionalmente se identifiquen con una personalidad local" (4). El grado de credibilidad de una noticia, la aceptación de una sugerencia o la inscripción en una escuela radiofónica, dependerán en gran parte de la confianza que el receptor tenga en su estación favorita, especialmente si ésta es identificada como institución al servicio de un determinado grupo social. La frase "lo escuché por Radio Mensaje" puede tener la connotación de prueba de la veracidad de una afirmación.

### 3. AISLAMIENTO VS. PARTICIPACION: LA EVOLUCION DE LA AUDIENCIA

El objetivo final de cualquier medio masivo es la captación de la audiencia para sus fines específicos, sean éstos comerciales, políticos o religiosos. Conocer los hábitos de escucha del receptor potencial debería ser el punto de partida de cualquier programación. Desde esta perspectiva cabe preguntarse cómo ha sido la evolución de la audiencia del medio radio en la última década.

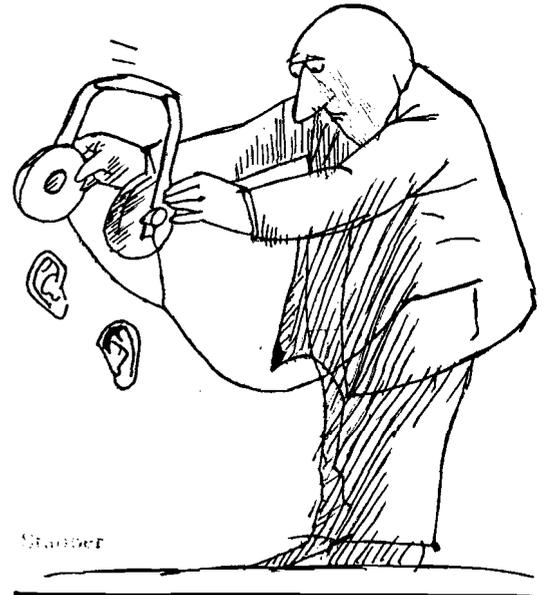
Una primera constatación es que la radio ha recuperado terreno en el mundo occidental. Después de la crisis provocada por la rápida expansión de la televisión en la década de los cincuenta, la radiodifusión ha encontrado su puesto, principalmente ayudada por la introducción de la Frecuencia Modulada y del transistor. Más aún, todo hace pensar que el radiofonismo conocerá una expansión mayor en los próximos años, tanto en los países industrializados como en el Tercer Mundo (5).

Sin embargo, los hábitos de escucha han cambiado, siguiendo un proceso de **individualización**: la recepción grupal tiende a desaparecer, siendo substituída por una escucha cada vez más personalizada. Por una parte, la televisión ha ocupado el lugar de la radio como medio familiar nocturno de la familia citadina. La recepción grupal radiofónica se reduce a ciertas zonas del medio rural -generalmente aún no electrificadas- o al seguimiento de programas educativos que requieren una audiencia organizada. Por otra parte, la vida moderna favorece la recepción solitaria del medio: el ama de casa en el hogar, el

campesino trabajando en su finca, el tiempo transcurrido en el automóvil. El proceso "aislacionista" ha sido favorecido por la reducción del tamaño de los receptores, siendo su máximo símbolo el walkman y los audífonos, que caben en un bolsillo y permiten cortar por completo con el exterior. "La radio se ha convertido en el medio de la soledad" (6).

El fenómeno individualista coexiste con un proceso de **democratización** de la comunicación que reviste características diferentes en los países industrializados y en América Latina. En el primer caso se trata de un proceso de descentralización de los grandes sistemas de cobertura nacional, paralelo al nacimiento de pequeñas emisoras que responden a unidades geográficas -desde un pequeño territorio homogéneo hasta un barrio- o los rasgos y necesidades comunes de grupos sociales homogéneos. En América Latina el proceso se traduce en una tendencia hacia la "horizontalidad", hacia una mayor participación de la audiencia a nivel de los contenidos de la programación. Para el modelo ideal, "la relación emisora-receptor está representada por un alto nivel de auto-determinación de los receptores gracias a la propiedad del medio, la elaboración y control de la programación y la ayuda financiera directa que permite la supervivencia de la radio y la definición total de los objetivos perseguidos" (7). Son escasas las organizaciones que se aproximan al modelo: quizás las emisoras mineras de Bolivia, o las radios comunitarias impulsadas por ICER en Costa Rica. De cualquier forma, el planteamiento responde a una necesidad cada vez más sentida en la audiencia, obligando a las emisoras de corte más "vertical" a introducir ciertos programas de mayor "cercanía" al receptor: entrevistas al público, aceptación de llamadas telefónicas expresando opiniones, sondeos sobre problemas concretos de sectores de la población, etc.

En el caso específico de América Latina debe también tenerse en cuenta que históricamente la audiencia ha estado acostumbrada al estilo de la **radio comercial**. Además del factor publicitario y su invitación al consumismo, este tipo de radio ha ido favoreciendo unos formatos sobre otros, creándose en el proceso un cierto estilo de locución, de presentación de las noticias, de programas musicales, etc. Aquí cabría hacerse la pregunta sobre quién fue primero, si el huevo o la gallina, la programación de la radio comercial o los gustos de la audiencia. Para nuestros fines, baste cons-



tatar que actualmente ambos polos parecen estar unidos en una cadena sin fin: para hacer sus programas la radio se apoya en el lenguaje popular, ciertos elementos básicos de la estructura humana -sentidos de la fiesta, curiosidad, emociones- y las necesidades de evasión impuestas por la vida moderna; por su parte, las fórmulas exitosas crean "hábitos de programación" en la audiencia, una cierta adición a estilos y géneros, que a su vez serán copiados por otras emisoras.

### II.- ORIENTACION DE LA EMISORA

Esta sección trata específicamente sobre emisoras de América Latina cuyo objetivo principal es transmitir contenidos, sean éstos culturales, religiosos, educativos o clasistas. Las reflexiones a continuación se centran en elementos de orientación general: la programación global y los programas educativos.

### 4.- "RADIO UNIVERSAL" VS. "LA VOZ DE LOS CHOFERES": LA PROGRAMACION.

Se puede hablar de dos enfoques básicos al planificar la programación de emisoras confesionales o educativas: una tendencia "universalista" y otra de carácter "particular". El primer enfoque ha estado tradicionalmente unido a emisoras de gran potencia y cobertura geográfica, frecuentemente citadinas. Considera su mensaje válido para todos los grupos sociales, por lo que su lenguaje y programación tratan de ser tan universales como posibles. La personalidad de la emisora está definida por los contenidos que transmite, sean éstos culturales o religiosos. El enfoque "par-

ticular" corresponde principalmente a emisoras locales, cubriendo zonas limitadas. Su opción es la de llegarle a un grupo determinado, homogéneo desde el punto de vista social o geográfico. La programación y el lenguaje parten de las necesidades y realidades concretas de ese grupo, el cual define la personalidad de la emisora.

El enfoque "universalista" asume que el mensaje es suficientemente interesante en sí mismo como para tener una audiencia de "adeptos": personas motivadas, con una cierta tradición de escucha, atentas al contenido sin prestar demasiada atención a la forma. La programación no busca "competir" para ganar audiencia, porque asume que ésta ya existe o que será atraída por el valor del mensaje. Por eso trata de ofrecerlo a cada sector o grupo social, planificando la programación en función de los horarios óptimos de escucha de cada grupo. Las funciones de información, entretenimiento o ambientación son secundarias, "relleno" del que se puede prescindir. El estilo de los programas es "serio" y se apoya en formatos sencillos, directos y demostrativos, entre los cuales la charla parece imperar. El peligro de este enfoque es la repetición de contenidos por los diversos productores y la falta de balance en la programación, quizás excesivamente recargada de "mensajes".

La opción "particularista" se orienta fundamentalmente hacia un grupo humano al que trata de acompañar la mayor parte del tiempo. La programación busca estar presente en todos los momentos de la vida de su audiencia: trabajo y descanso, educación y ocio, información y emociones. Desde esta perspectiva tratará de seguir el ritmo vital de su audiencia y ofrecerle algo en cada línea. Cada género estará influenciado por la audiencia: la ambientación musical en función de sus gustos, las noticias recogerán sus propias preocupaciones o bien serán ofrecidas desde una perspectiva educativa, que ensanche su marco de referencia. Los momentos claves estarán definidos por programas de educación no-formal amenos y con conocimientos prácticos. Tiene sólo un peligro del que debe estar consciente: no cerrarse demasiado en sí misma.

Este enfoque particularista tiene una concretización muy especial en el caso de las emisoras indígenas, que transmiten en quechua, aymara o shuar y combinan estas lenguas con el español. Se trata de audiencias fijas, casi sin competencia de otras emisoras. Su programación se apoya totalmente en la situación cultural de la comunidad. Este es uno

de los casos que ilustran un aporte original del medio radio: "las posibilidades de un radiofonismo enraizado en las culturas de las comunidades es quizás uno de los pocos terrenos en los que será posible abstraerse a la cultura europea" (8). El peligro de esta emisora puede ser el de cerrarse en sí mismas, de convertirse en cascarones que no sólo protegen la herencia cultural, sino que también aíslan. En una sociedad cada vez más interdependiente, la emisora tiene que abrir una ventana a la comunidad nacional e internacional, a riesgo de condenar a los grupos humanos a una exclusión del resto de la sociedad. La programación de la emisora debe proteger la especificidad de riqueza cultural autóctona sin perder de vista su integración a la sociedad más amplia.

##### 5. "AULA ABIERTA" VS. "EL DERECHO DE NACER": ¿QUE EDUCACION?

La posibilidad de usar el radio como complemento o sustituto del sistema educativo tradicional dio origen a numerosas experiencias de alfabetización o educación formal, impulsadas tanto por el sector privado como por los gobiernos. Independientemente del éxito o fracaso de los diversos sistemas, nos interesa constatar lo que el esfuerzo educativo representa en el conjunto de actividades de la emisora.

Es un excelente trabajo de sistematización (9), Mario Kaplún ha agrupado las diversas experiencias de educación de adultos con utilización de medios en cuatro corrientes o tendencias, que tratamos de resumir a continuación.

a) **Corriente masiva-instruccional**, consistente en programas y sistemas de educación a distancia o teleeducación -más de 70 en América Latina- que dan prioridad a la transmisión de conocimientos, destrezas y tecnologías para el desarrollo. Los programas curriculares están altamente estructurados, existiendo control de los escuchas, mecanismos de evaluación y certificados con o sin reconocimiento oficial.

b) **Educación informal**, abierta a las grandes audiencias. Los conocimientos son prácticos y tratan de ser presentados en forma amena, por lo que no exigen una voluntad consciente de aprender en el destinatario: éste escucha los contenidos porque le interesan y le gustan. El ideal de esta corriente es que sea complementada por otras instancias a nivel grupal.

c) **Comunicación educativa grupal**, de carácter dialógico, invitando a la escucha grupal y a la reflexión de contenidos principalmente problematizadores. El mensaje genera la discusión del grupo, que actúa como contexto educativo. En esta corriente no existen canales de retorno, ni se da la participación directa de los grupos en la elaboración del mensaje.

d) **Comunicación participativa**, en la que los grupos se convierten en emisores de mensajes. Ya no son núcleos aislados haciendo su propia reflexión, sino miembros de una estructura que utiliza el medio como vehículo de diálogo con otros grupos similares y los educadores-comunicadores. El objetivo central de la educación es formar y preparar para la organización social.

En la descripción de las cuatro corrientes se puede notar una tendencia del individualismo a la participación y de los contenidos formales al proceso educativo. Esta es, de alguna manera, la evolución seguida por muchas emisoras educativas.

La corriente masiva-instruccional fue la imperante durante muchos años. La emisora nació para la escuela radiofónica, y no a la inversa, absorbiendo los principales esfuerzos, fondos y personal de la institución, y descuidando las otras posibilidades y funciones del medio. Estos sistemas suponen una gran motivación en sus seguidores, lo cual no siempre se tuvo en cuenta como objetivo inicial de la labor de la emisora. Por otra parte, desde el punto de vista de la programación los sistemas cerrados "aniquilan" el resto de la audiencia, ya que están orientados a un grupo cerrado, a los inscritos en el sistema, quienes generalmente cuentan con material escrito de apoyo. Los demás escuchas potenciales, generalmente, mueven el dial. . . . Muchas instituciones olvidaron a las audiencias abiertas y utilizaron al medio como la extensión del pizarrón, ganándose la imagen de "somniafera".

La educación informal sigue otra dinámica. En primer lugar, no está sujeta a curricula limitantes, por lo que puede abordar con más facilidad áreas prácticas que interesan a su audiencia. En segundo lugar, la escucha es abierta, lo cual implica que el programa debe "ganarse" a la audiencia, compitiendo con las demás emisoras en el dial. De hecho,

# HACIA UNA TIPOLOGIA DE LA RADIO EN AMERICA LATINA

## RADIO INTERNACIONAL

Sólo ciertos países más o menos desarrollados o instituciones religiosas pueden cumplir esta categoría. En el continente podemos encontrar tres tipos: una radio internacional religiosa, una eminentemente política y una radio "hacia afuera" al estilo de las europeas. Su objetivo principal es mostrar el rostro de sus países al mundo. Está orientada hacia un núcleo de audiencia mucho más abierta y por lo tanto su contenido es muy general, transcultural.

### CARACTERISTICAS

- Transmisión:** En onda corta y varias frecuencias. Algunas tienen transmisión en AM con gran capacidad, como Radio Transmundial en Bonaire.
- Audiencia:** Generalmente se orienta a la clase media y alta, con buenos receptores para recibir la onda corta, con intereses y conocimiento de los horarios de estas emisoras y un cierto hábito de escucha.
- Programación:** Por bloques o segmentos, transmitidos en varios idiomas, con lo cual una persona la escucha en dos o tres momentos al día. Sus programas son de una media hora de duración, destacándose los documentales, entrevistas, noticias, comentarios, etc. Las emisoras religiosas buscan la colaboración de productores de renombre internacional.
- Financiamiento:** De gobierno o entidades religiosas internacionales.
- Personal:** De alto nivel profesional. Suelen estar dedicados a la causa en el caso de emisoras religiosas o políticas. En las otras emisoras, se trata de profesionales de una gran experiencia, nivel y dedicación.
- Propiedad:** De gobiernos o entidades religiosas.

## RADIO NACIONAL

Nacen en la década de los cuarenta, como resultado de la copia de modelos en Europa. Su evolución posterior hasta nuestros días es bastante uniforme. Con contadas excepciones, la Radio Nacional con un lenguaje "culto", sofisticado y refinado se convierte en el vocero oficial del Gobierno.

### CARACTERISTICAS

- Transmisión:** Generalmente en AM, SW y FM.
- Audiencia:** Pretende abarcar todo el país, pero en general suele tener una audiencia limitada.
- Programación:** Insiste en las noticias, especialmente en aquellas relacionadas con los actos oficiales del Estado. Los demás programas suelen ser culturales, entendiéndose por éstos espacios abiertos para la crítica literaria, clases de idiomas (inglés de la BBC), espacios de música clásica, entrevistas a personalidades, etc. Se insiste en el concepto tradicional -no antropológico- de cultura: acumulación de conocimientos históricos, literarios, artísticos, etc. Utiliza muchos programas procedentes de emisoras internacionales.
- Financiamiento:** Los gastos generales son cubiertos por el presupuesto estatal. No se transmite publicidad y si se hace excepcionalmente, se lleva a cabo en la forma de espacios patrocinados por bancos o firmas. Transmite spots con motivaciones "culturales".
- Personal:** Suelen tener un personal profesional y competente.
- Propiedad:** La mayoría de las emisoras que denominamos aquí como nacionales son estatales, aunque muchas son autónomas.

## RADIO COMERCIAL

Junto con los equipos, la radio comercial ha importado los rasgos principales de las emisoras de los Estados Unidos. Es el estilo que ha formado a la mayor parte de las audiencias latinoamericanas y el que habría que tener en cuenta a la hora de elaborar la programación de una emisora educativa. Debemos distinguir dos tipos principales: de ciudad capital y de provincias.

### CARACTERISTICAS

- Transmisión:** Principalmente por AM. Algunas tienen emisoras FM con una programación diferente, que hacen coincidir en algunos momentos del día.
- Audiencia:** Se dirigen a todos los públicos.
- Programación:** Los formatos principales son: noticias, música, entrevistas y otros géneros cortos. Los programas musicales se suceden unos a otros con intermedios dedicados a radionovelas, programas deportivos, etc. La personalidad de la emisora se apoya en tres elementos: la música y sus disc-jockeys; la veracidad y preparación de sus noticias; y la imagen que intenta ofrecer a sus audiencias, sea musical, noticiosa, etc.
- Financiamiento:** La característica principal es que dependen de la publicidad. Sólo algunas emisoras logran subsistir en función de otras entradas de sus dueños, que las mantienen por intereses sociales o políticos.
- Personal:** El grueso del personal trabajando en radio se ha formado en la escuela de la calle. Casi todos llegan a ella porque tienen buena voz y han sido picados por el gusanillo de la fiebre radiofónica.
- Propiedad:** Privada.

## RADIO CONFESIONAL

Su principal objetivo es la transmisión de mensajes religiosos. En un primer momento la Iglesia Católica incurrió en la radio como medio evangelizador. Pero una buena parte de las emisoras católicas del continente han ido evolucionando hacia un ideal de emisora más comprometida y encarnada, ofreciendo nuevas alternativas de comunicación. Muchas han derivado en lo que se ha dado en llamar "emisora popular".

Las emisoras protestantes además de la proclamación de la palabra, generalmente están unidas a un esfuerzo educador o de promoción.

### CARACTERISTICAS

- Transmisión:** Generalmente en AM. Algunas utilizan la onda corta.
- Audiencia:** Se dirigen, básicamente, a las clases populares, especialmente cuando se trata de emisoras que trabajan con los habitantes de las zonas rurales. Algunas son muy escuchadas, sobre todo cuando combinan elementos de entretenimiento con el mensaje religioso.
- Programación:** Programas obligados son la misa, el rosario o los comentarios a lecturas bíblicas. El mensaje general varía según la orientación de la emisora. La charla es el formato más utilizado. El resto de la programación suele copiar algunos formatos de la radio comercial.
- Financiamiento:** Depende de contribuciones de las iglesias o de organizaciones internacionales confesionales.
- Personal:** Generalmente proviene de las emisoras comerciales, aunque son escogidos por su abierta confesionalidad y creencia.
- Propiedad:** De las diversas iglesias.

Esta tipología no pretende ser una clasificación exhaustiva en un campo donde las fronteras entre los varios modelos de emisoras son nebulosas. Se trata más bien de un primer intento de aproximación que ayude a futuros análisis de programas y de características institucionales.

#### RADIO EDUCATIVA, CULTURAL O DE SERVICIOS

El nacimiento de Radio Sutatenza (Colombia) crea la tradición en América Latina del uso de la radio como refuerzo al sistema de enseñanza, ya sea en la alfabetización, programas de educación a distancia, educación no-formal o información cultural. Las Escuelas Radiofónicas agrupadas en ALER representan la línea dedicada a los sectores populares. Las emisoras gremiales -choferes, cafetaleros- están orientadas a grupos específicos a los que brindan servicios. Las emisoras universitarias o adscritas a organizaciones educativas constituyen una tercera variante.

##### CARACTERISTICAS

- Transmisión:** Generalmente en AM. Las universitarias suelen tener FM.
- Audiencia:** Las educativas se dirigen principalmente a las clases populares. Las culturales y universitarias a la clase media.
- Programación:** Los mayores esfuerzos están destinados a los programas educativos, ya sea dentro de sistemas formales o abiertos. Las culturales y universitarias hacen uso de formatos más complejos, como el documental, la mesa redonda y otros programas que requieren mayor preparación.
- Financiamiento:** En la mayor parte de los casos se cuenta con subsidios del Estado, de la Iglesia, de las propias universidades o de agencias internacionales. Algunas emisoras educativas admiten publicidad.
- Personal:** Predominan los educadores o profesionales de mayor experiencia y preparación.
- Propiedad:** Principalmente las Iglesias, el Estado y organizaciones educativas o clasistas.

#### RADIO POPULAR

La mayor parte de los modelos que podrían caer en esta denominación proceden de emisoras católicas o protestantes que han evolucionado desde su misión inicial hasta dedicarse por completo al servicio de los grupos con los cuales trabajan. Esta emisora se define como un intento por utilizar un medio masivo en un proceso de comunicación participativa. Se puede añadir a este fenómeno, el nacimiento de pequeños grupos organizados de la base que preparan sus propios programas, sean éstos hechos en cabinas en el sector rural o en centros de producción a nivel de ciudad. Otra variante es la utilización de los parlantes en los barrios de grandes ciudades.

##### CARACTERISTICAS

- Transmisión:** Fundamentalmente en AM. Algunas tienen onda corta.
- Audiencia:** Las emisoras populares han acabado con el mito de la programación por segmentación. Dedicar todos sus esfuerzos a un sector bien localizado de la población: rural o urbano.
- Programación:** Trata de ofrecer a su audiencia una mezcla de educación, entretenimiento y orientación. Los formatos más originales son la radio-revista educativa y el noticiero popular.
- Financiamiento:** Depende de la publicidad, donaciones internacionales o contribuciones de la audiencia.
- Personal:** Proceden del sector comercial por lo cual suelen arrastrar los vicios y pecados de los "locutores profesionales".
- Propiedad:** Generalmente de la iglesia o de alguna institución de carácter educativo o promocional.

#### RADIO FM

Se popularizan durante la década de los sesenta, cuando la televisión comienza a invadir el mercado de las principales ciudades y la radio parece condenada a la relegación definitiva a un plano secundario. Surge el estilo de las radios FM que transmiten música la mayor parte del día. La radio se convierte en un telón de fondo de la vida del ciudadano de clase media, tanto en el trabajo como en el hogar.

##### CARACTERISTICAS

- Transmisión:** Sólo en FM.
- Audiencia:** Clase media y alta, principalmente por el estilo musical.
- Programación:** Exclusivamente musical. Algunas emisoras incluyen boletines de noticias, transmitidos en un tono serio y elegante. Hay emisoras que incluso transmiten en inglés, para las colonias de habla inglesa. El tipo de música es bastante internacional, pudiendo alternar música pop, instrumental, con ciertos espacios de música clásica o clásica ligera. De vez en cuando se incluyen noticias o enlatados de corte internacional.
- Financiamiento:** Cuando están asociadas a una emisora AM se venden ciertos espacios en conjunto. La publicidad es diferente, apoyándose en patrocinadores comerciales.
- Personal:** Los programas suelen estar pre-grabados. Las más sofisticadas cuentan con equipos automáticos, reduciendo el personal al mínimo.
- Propiedad:** Privada. Los dueños de las emisoras en AM están implementando la FM como una forma de estar al día en la competencia por el mercado publicitario.

#### RADIO CLANDESTINA

En nuestros tiempos, ejemplos típicos de radios clandestinas son "Radio Vencemos", órgano oficial de las guerrillas en El Salvador; y "Radio Universidad Pueblo" de la Universidad Autónoma de Guerrero, en Chilpancingo. No se trata de un fenómeno reciente. Está enclavado en la tradición de la radio y su rol político a lo largo de los diferentes momentos de su evolución. Piénsese, por ejemplo, en el uso de la radio a nivel propagandístico en la Alemania de Hitler, en la Cuba de Castro, o en los primeros tiempos del peronismo en Argentina.

##### CARACTERISTICAS

- Transmisión:** Generalmente utiliza la onda corta y entra haciendo interferencia en AM con un equipo móvil. Transmite cierto número de horas al día.
- Audiencia:** En primera instancia se dirige a los coidearios de una región o zona. Luego va tratando de hacer opinión a nivel nacional e internacional.
- Programación:** Sus programas son eminentemente políticos. Reportes sobre las actividades en el campo de batalla, desmentidos de las noticias oficiales y exhortaciones al pueblo para que se una a la lucha.
- Financiamiento:** Son financiadas por los mismos grupos que las operan. Sin embargo, por su agilidad y sus equipos móviles, no representan grandes gastos.
- Personal:** El personal que labora en la radio es principalmente comprometido a nivel político con la causa. Se excluye todo tipo de tecnicismo profesional, centrándose sólo en el mensaje.
- Propiedad:** Suele pertenecer a grupos disidentes.

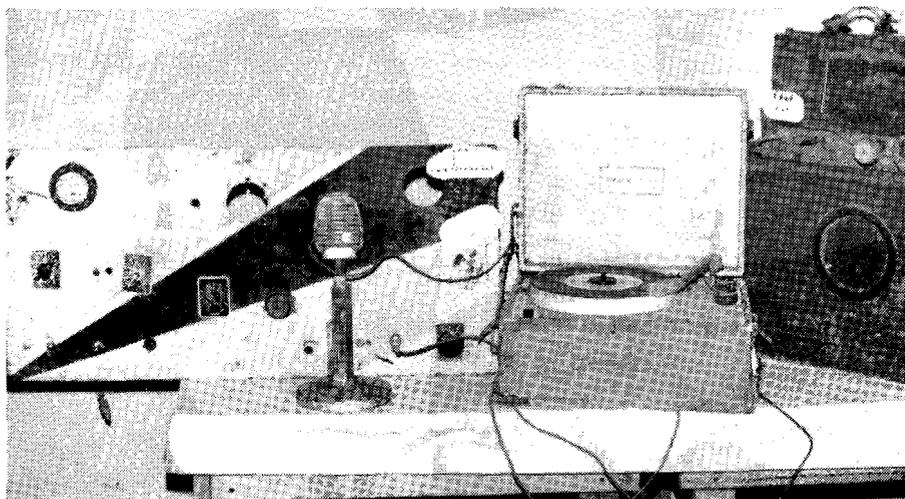
más que una emisión determinada, habría que considerar al conjunto de la programación de la radio como sistema de educación no-formal. Una encuesta realizada en 1968 en Venezuela, citada por Kaplún en el artículo referido, demostró que la aceptación de las tele-novelas entre las mujeres no se debe solamente a un deseo de evasión, sino también a la búsqueda de explicaciones y claves sobre el mundo que las rodea (10) La educación informal debe apoyarse en las fórmulas de los programas exitosos, por lo que éstas puedan revelar de lenguaje y gusto popular. Por otra parte, la emisora debe poder acompañar al individuo en todo momento, ofreciéndole las "claves" que busca a través de elementos variados: información, comentarios, música, reflexiones, humor. El ocio no puede ser considerado como "tiempo vacío que se debe llenar", sino como elemento integrante de la vida.

La Comunicación Educativa Grupal y la Participativa añaden un elemento a los planteamientos anteriores: el grupo. No hay duda que la escucha individual tiene un valor en sí misma. Sin embargo, el mensaje motivador machaconamente repetido que no encuentra mecanismos concretos de acción genera frustración a la larga. Si hay alguna posibilidad de cambios concretos en la vida de una comunidad, éstos sólo serán posibles a través de acciones emprendidas por los diversos grupos existentes. De aquí que la emisora educativa deba estar unida a las organizaciones de base. Esto permite preparar los programas a partir de sus necesidades concretas, como representantes organizados de la suma de individuos, así como un mejor aprovechamiento de las emisiones, en la medida en que las organizaciones implementan sistemas de escucha grupal. Para la audiencia abierta esta unión significará un mejor conocimiento en el planteamiento de los problemas y una invitación a la asociación. Finalmente, cuando la emisora logra integrar en su programación emisiones preparadas por estas mismas organizaciones estará actuando como epicentro de diálogo entre los diversos grupos y comunidades, avanzando el proceso de la participación social.

Algunas emisoras han avanzado mucho en la línea de la educación no-formal. En otras predominan los sistemas formales. La comunicación participativa es aceptada como ideal, aunque su implementación concreta suele hallarse todavía en etapa experimental. Puede darse el caso de una radio que ofrezca en su programación ejemplos concretos

de las cuatro modalidades propuestas.

En este proceso hacia nuevas fórmulas de educación popular se impone una estrategia del uso de medios masivos y grupales. En algunos sectores dedicados a la comunicación popular parece haber una desconfianza hacia el medio masivo, lo cual ha creado un cierto complejo entre los radiodifusores que tratan de hacer una labor educativa. Condenar a priori a la radio sería renunciar a un potencial todavía no suficientemente explorado, a la par que ignorar un elemento importante de la sociedad moderna. La radio puede ser el macro-teléfono de los diversos grupos, su fuente de expresión autóctona y su canal de integración a la sociedad más amplia. Sus posibilidades para una educación participativa apenas comienzan a ser descubiertas.



Representan los problemas más frecuentes que enfrentan las emisoras educativas, relacionados con el financiamiento, la dirección, la propiedad y el personal.

#### 6.- "CARIDAD" VS. "PUBLICIDAD": EL PROBLEMA DEL FINANCIAMIENTO.

Como hemos dicho anteriormente que la radio es un medio masivo caro, que supone equipos, repuestos, un personal de planta con claras divisiones de trabajo, etc. ¿Cómo financiar todo esto? La radio comercial en América Latina ha seguido el modelo norteamericano, apoyándose en la publicidad para cubrir sus gastos y ganar dinero. Esto conlleva el que se administre la emisora como una "empresa productiva", para lo cual hay que reducir los costos al mínimo y lograr un rendimiento eficiente. En términos radiofónicos, este principio se traduce en un mínimo de perso-

nal a cargo de música y de noticias, dejando a un lado las producciones costosas.

Por su parte, las emisoras educativas se encuentran frente a un dilema. Casi todas han contado con fondos suficientes para la infraestructura inicial, procedente de diversas fuentes nacionales o internacionales (Iglesia, Estado, Agencias de Cooperación). El problema es cómo cubrir los gastos corrientes de cada mes. Como se trata de obras religiosas o educativas, hay un a priori de rechazo hacia la publicidad comercial, por todo lo que ésta implica de impulso hacia el consumismo, invasión cultural, manipulación, etc. Se acude entonces a lo que podríamos llamar "caridad organizada", sea ésta individual o colectiva, nacional o internacional, gubernamental o privada.

La dependencia de la publicidad comercial es sustituida por la dependencia de las agencias internacionales. . . Al mismo tiempo, se busca mantener los costos al mínimo, acudiendo al personal voluntario para asumir ciertos programas, o pagando salarios bajos aduciendo que se trata de una empresa sin fines de lucro. Consecuencia directa de este planteamiento es el hecho de que el personal va rotando con demasiada frecuencia. Esto puede funcionar durante un cierto tiempo. Los problemas comienzan cuando el personal se va haciendo mayor, aumenta la familia y los salarios siguen al mismo nivel. O cuando ciertos principios predicados por la radio contradicen la administración interna de la institución hacia sus propios empleados. Demasiado frecuentemente ha faltado una actitud "empresarial" de previsión social en la cuestión del financiamiento, confiando demasiado en el "Dios proveerá".

En la medida en que la emisora sea asumida por todos habrá contribuciones

de la misma gente.

### 7.- "CARISMA" VS. "INSTITUCIONALIZACION": ORGANIZACION INTERNA.

Una buena parte de las emisoras con profesionales, educativas o populares de América Latina ha nacido bajo el impulso de la Iglesia Católica. Es frecuente encontrar en el origen de la institución la labor pionera y dedicada de una persona -quizás sacerdote o religioso-, generalmente un visionario con más espíritu de servicio que experiencia en el uso de un medio masivo. El objetivo inicial puede haber sido extender el púlpito o la escuela hacia zonas más alejadas, para lo cual se lanza a la aventura con un transmisor de baja potencia y un pequeño estudio de grabación. Durante algún tiempo el fundador acumula en su persona las responsabilidades principales de la incipiente organización, desde el encendido del transmisor hasta la contabilidad, el programa principal de orientación y la presentación de proyectos a diversas agencias internacionales. El trabajo es fascinante, la audiencia va respondiendo, y el líder carismático es seguido por gente joven y entregada, dispuesta a trabajar voluntariamente en una obra que aprecian. Esta es la etapa "heroica", de crecimiento inicial.

Tarde o temprano la institución comienza a crecer. Se inicia una etapa de transición que debería permitir la evolución del entusiasmo inicial hacia una clara distribución de funciones y responsabilidades, hacia una **institucionalización** de la organización interna y de las líneas de trabajo experimentadas. La emisora trata de completar su infraestructura física, de ofrecer estabilidad financiera y capacitación al personal, de establecer planes generales de acción a mediano y largo plazo. Demasiado frecuentemente esta etapa de institucionalización no llega a cuajar, pues lo que debería ser una transición programada se convierte en crisis institucional: nece-

sidades financieras de los productores, diferencias ideológicas, lo que antes despertaba admiración es ahora percibido como verticalismo autoritario, descontento y renuncias entre el personal, dudas sobre el trabajo realizado por la emisora. En muchos casos el fundador es el centro del problema, ya que su personalidad carismática, perfecta para el arranque de la obra, no se adapta a los requerimientos más "organizados", propios de la etapa de consolidación. En este caso el "padre" de la obra debe desaparecer para dejar que otros asuman sus funciones y la lleven adelante.

### 8.- PROPIEDAD DE UNO O DE TODOS.

Desde su nacimiento, las emisoras populares han sido en su mayoría propiedad de las diversas Iglesias, sea a nivel diocesano o de órdenes religiosas. En su evolución hacia la participación de la comunidad a la que se sirve por el medio, se ha hablado frecuentemente de que la emisora es "la voz del pueblo", "de la comunidad". La contradicción en esta actitud es que tiene como límite realizable el que la orden mantiene la propiedad, y con ello el poder de decisión. En la medida que avanza el proceso de participación de las responsabilidades tarde o temprano llega a plantearse la pregunta sobre la toma de decisiones, tanto en lo que se refiere a la programación de la emisora, como su línea editorial o las decisiones administrativas de peso. Hay un cierto paternalismo en los planteamientos iniciales. El segundo paso es la toma de decisiones a nivel de un grupo de trabajo. El tercer paso sería el que verdaderamente la comunidad a la que se sirve asuma la responsabilidad global de la emisora. Esto sólo puede ser posible en comunidades pequeñas y homogéneas geográficamente. También implica un cierto grado elevado de organización y madurez comunitarias.

De alguna manera tiene que morir el

padre para que el hijo logre ser él mismo y tenga su propia personalidad.

### 9.- PERSONAL: "VOLUNTARIOS" VS. "PROFESIONAL".

Las emisoras populares forzosamente operan con un presupuesto muy limitado. Se trata de radios "pobres". El problema es que se tiene que funcionar con personal voluntario, jóvenes a medio tiempo, que tienen otras ocupaciones para vivir. Esto hace que después de un cierto tiempo en la radio tengan que abandonarla para poder mantenerse. Esto conlleva dos consecuencias:

a) Los programas tienen que ser simples, porque no se tiene mucho tiempo para prepararlos ni demasiados aparatos técnicos para realizar cosas más sofisticadas.

b) Al ser simples, con demasiada facilidad nos encontramos con el problema de que los programas sean malos, y que por lo tanto se conviertan en un repelente para los anunciantes.

c) Amateuismo. Ciertos programas claves deben ser desarrollados por personas con una cierta formación y que tengan de alguna manera garantizada su permanencia en la emisora. Cambian las personas y cambian los programas demasiado fácilmente.

En muchos casos el gran esfuerzo de financiamiento se lo han llevado las escuelas, y no los programas abiertos de la radio. Estos son sistemas de audiencia cerrada.

Continuá en "MAYOQUE"



**JOSE F. PEREZ SANCHEZ**, español, licenciado en Filosofía y especializado en Educación a Distancia. De 1973 a 1975 fue director de las Escuelas Radiofónicas "Santa María" en la República Dominicana. Después de tres años de estudios en Bélgica, coordina desde 1979 los proyectos de Radio Nederland Training Centre (Países Bajos) en América Latina.

Dirección: CIESPAL  
Apartado 584 Quito-Ecuador.

### NOTAS

1. Raul Aicardi, Notas sobre la Historia de la Radiodifusión en América Latina, en De las Ondas Rojas a las Radios Libres, Barcelona, Ed. Gustavo Gili, 1981, p. 135.
2. Angel Faus Belau, La Radio, Introducción a un medio desconocido, Madrid, Ed. Latina, S.A., 1981, p. 98.
3. Edd Routt, James B. McGrath and Fredric Weiss, The Radio Format Conundrum, New York, Hastings House, 1978, p. 3.
4. Robert L. Hilliard, Writing for Television and Radio, Belmont, Wadsworth Publishing Company, 1984, p. 3.
5. Lluís Bassets, Conclusión: Notas sobre el futuro de la radiodifusión, De las Ondas Rojas a las radios libres, Barcelona, Ed. Gustavo Gili, 1981, p. 263.
6. Jean Paul Lafrance, en Creer L'alternative en radio, editado por la Documentation Française Paris, 1984.
7. Manuel de Fuente, La Radio en Amerique Latine: Communication verticale u horizontale? en Creer l'alternative en radio, editado por la Documentation Française, Paris 1984.
8. Lluís Bassets, ibid. p. 259.
9. Mario Kaplún, Hacia Nuevas Estrategias de Comunicación en la Educación de Adultos, Oficina Regional de la UNESCO para América Latina y el Caribe, Santiago, 1983.
10. Mario Kaplún, Ibid., p. 59.

---

---

# LA EMISORA POPULAR:

## tres formatos educativos

---

---

*En América Latina estamos llamando Emisoras Populares, Educativas y Culturales, a aquellas estaciones que han optado por trabajar de cerca y en favor de las grandes mayorías desposeídas, implementando una comunicación horizontal, participativa, frente a la radiodifusión comercial de corte vertical. En este sentido, han intensificado sus esfuerzos en la producción y realización de programas "educativos" y culturales, dedicándose a la formación permanente de sus audiencias, y a un esfuerzo de concientización unido al trabajo directo con las comunidades y las organizaciones populares.*

*En esta ardua labor educativa, estas emisoras han tenido que batallar para alejarse de los programas "pesados", "aburridos", "apaga radios", y recrear formatos que les den el dinamismo y la agilidad que las hagan suficientemente amenas como para poder competir por el favor de la audiencia en un dial repleto de emisoras.*

*De los tres formatos que se presentan a continuación, dos forman los pilares básicos en el trabajo cotidiano de una emisora popular que trasciende el ámbito técnico de su propia estructura, para dejar de ser vertical y convertirse en horizontal y participativa: la radio revista educativa y el noticiero popular. El tercer formato, el radiodrama educativo, es un poderoso instrumento de trabajo ameno y concientizador, pero requiere una mayor experiencia y elaboración radiofónica.*

*Amable Rosario se ocupa del noticiero popular, Pedro González-Llorente trata aspectos importantes de la revista educativa y Ana María Rodino se refiere al radiodrama.*

### EL NOTICIERO POPULAR

*Amable Rosario García*

En las últimas dos décadas, la comunicación ha sido estudiada desde los puntos de vista más insospechados. Fruto de las investigaciones y estudios ha aparecido una abundante terminología, tan rica en matices, que los hombres prácticos, empíricos, que trabajamos en los diferentes medios, no sabemos ya donde ubicarnos.

Los pensadores de la comunicación, hablan de la "comunicación horizon-

tal", "comunicación popular", "comunicación alternativa", con una variedad de matices; "comunicación liberadora" y "comunicación participativa", etc. A su vez, cuando se piensa en la información se habla de: "derecho de la información", "libertad de informar" y de "ser informado", "libre flujo de la información", etc. En fin, dentro de todo un mare magnum de terminología y de teorías de la comunicación y la

información, nos movemos un conjunto de personas que estamos trabajando codo con codo con nuestro pueblo, abriendo un camino por donde esperamos que muchos pasen, y a la espera de que los teóricos y académicos de la comunicación vengan a arremangarse las camisas y embarrarse los zapatos, y nos digan algo acerca de la eficacia de nuestro trabajo de cada día. No hay dicotomía en nuestras líneas de acción.

Empíricos y académicos estamos tratando de devolver al término "comunicación", su sentido primigenio, y cada uno en "su mundo" está trabajando por hacerlo realidad.

Por otra parte, las Emisoras Populares, Educativas y Culturales como se han denominado aquellas emisoras que han optado por dirigir su trabajo en favor de las grandes mayorías desposeídas, muchas veces por desconocimiento del medio, han intensificado sus esfuerzos únicamente en la producción y realización de programas "educativos" y "culturales". Se han dedicado a la educación formal y no formal y a la concientización unida al trabajo directo con las comunidades y asociaciones populares.

No cabe duda de que la radio, desde su nacimiento, ha venido escribiendo su historia siguiendo dos constantes, la imitación y la adaptación. Pero al intentar trasplantar la escuela a la radio, el medio ha padecido dos grandes anatemas: primero, los programas se han hecho "pesados", "aburridos", "apaga radios". Porque los educadores que invadieron la radio, urgidos por la tremenda necesidad de educación e instrucción que tienen nuestros pueblos latinoamericanos, no tuvieron tiempo para reflexionar en las características del medio. En consecuencia, se cayó en el error de traspasar la seriedad del aula a la radio y se creyó que lo educativo y cultural era demasiado serio para permitirse "orientar con amenidad" o "enseñar amenamente".

Al poner el énfasis en la educación, la radio perdió la visión de globalidad y coherencia en su programación, resultando una radio escindida y desorientadora.

En la actualidad, los hombres de la radio están tratando de devolverle su unidad y su globalidad. El problema se está estudiando a fondo. Se está intentando retomar el trabajo desde el principio. Muchas emisoras populares están haciendo investigaciones, para replantearse sus objetivos y revisar su trabajo. Es posible que una emisora que trabaja de 17 a 20 horas diarias, pretenda que con media hora o una hora de programas aburridos, vaya a resolver los grandes problemas educativos, culturales,

económicos y sociales que padecen nuestras comunidades. Obviamente, nadie ha sido tan ingenuo para plantear el trabajo radiofónico de manera explícita en estos términos. Sin embargo, el grueso del trabajo y muchos de los objetivos de estas emisoras apuntan hacia esa meta.

El propósito de este trabajo, es dirigir la atención hacia uno de los espacios radiofónicos más olvidados en las programaciones de las Emisoras Populares. Al poner el énfasis en los programas educativos, nos hemos olvidado de los otros tipos de información que radiodifundimos como son los "noticieros", y los espacios "musicales". La mayoría de nuestros directores de emisoras, no se preocupan por los contenidos que se pasan en sus noticieros ni en sus programas musicales. Aquí radica el meollo de la escisión y de la incoherencia en nuestras programaciones.

Tratando de aportar algo al restablecimiento del concepto de globalidad y de coherencia en la labor radiofónica, abordamos el tema de la "Información en la Emisora Popular". Generalmente vemos la información enmarcada en los noticieros y boletines de radio. Pero estos espacios no nos parecen educativos y, por tanto, nos estorban. Nuestra mejor solución es alquilarlos o cederlos sin preocuparnos de ellos.

Con la finalidad de que nos percateemos de lo desorientadora que puede ser nuestra actitud en nuestra labor, vamos a reflexionar sobre el "concepto clásico de los informativos radiofónicos", sus carencias y limitaciones.

Además, plantearemos algunas de las características que van tomando los Noticieros Populares basados en las necesidades, aspiraciones, trabajos y luchas de nuestros pueblos.

#### EL CONCEPTO CLASICO DE INFORMATIVO

##### Posibilidades de la radio

**E**n nuestros días, la radio ha adquirido un auge tan preponderante que se ha llegado a afirmar que: "La radio es la principal, y frecuentemente la única, fuente de información y entretenimiento de los habitantes de América Latina" (1).

Ciertamente, es indudable el auge y la capacidad de penetración que el medio radio tiene en nuestro continente. Pero esto va más allá. Nuestras grandes masas desposeídas tienen, además de admiración y respeto, una fe ciega en este medio, porque en cierto sentido le devuelve su mundo de la palabra.

Esta reverencia y fe ciega presenta el problema de la idolatría. En cada familia, por pobre que ésta sea, es fácil encontrar un radio. Antiguamente, las familias campesinas tenían un altar en torno al cual canalizaban sus angustias y esperanzas, ahora, en cambio, la vida familiar campesina gira en torno al radio. Desde el amanecer hasta la hora de dormir, se siente la presencia dinámica de la radio, amenizando con música de fondo el quehacer cotidiano. Cuando hay angustia, desolación, tristeza y alegría, se recurre a la radio.

Sin embargo, esta cobertura, esta reverencia y adoración por el medio, está mal orientada y canalizada. Las grandes mayorías están siendo sorprendidas, por las minorías de poder que detentan la posesión de los medios.

Veamos, rápidamente, cómo está siendo utilizada la radio en el campo informativo.

*En cada familia,  
por pobre que esta sea,  
es fácil encontrar un radio.*

##### La Radio-Noticias

Desde su surgimiento, la radio está estrechamente ligada a la información de noticias. Pero es a partir de la Segunda Guerra Mundial, cuando la radio se consolida como noticiosa, dando informaciones de los acontecimientos bélicos que traían al mundo de cabeza y que lógicamente polarizaban la atención de todos. A partir de estos acontecimientos, los noticieros han sido incluidos de manera habitual en casi todas las programaciones. De ahí que la información de noticias se haya entendido como una de las funciones básicas del medio radio.

El interés puesto por las emisoras de radio y la aceptación de la radio-audientia hicieron que este enfoque informativo, copiado de los periódicos, se sistematizara y se independizara cada vez más. A lo que fue en principios la difusión de noticias internacionales, se le fue agregando las noticias nacionales y luego las locales, de acuerdo con las demandas y reclamos del público radioyente. De esta manera los bloques informativos se fueron sectorizando y el resultado final fue un "periódico hablado" o el "radio-periódico".

Pero los periódicos, viendo el auge noticioso de la radio, empezaron a po-

ner sus propias emisoras. En 1924, "cien empresas periodísticas cuentan con sus propias emisoras para transmitir información".

Una vez más, la radio imitaba y adaptaba a su medio, formas y contenidos de otro. Las noticias pasaron a ser parte importante de la programación radiofónica. Más aún, las noticias pasaron a formar parte de la esencia misma de la radio. Lo más sobresaliente de este acontecimiento fue que las noticias llegaban al hogar en cualquier momento, sin tener que salir a buscarlas y sin costo alguno. Mientras uno se vestía, se enteraba de todo lo que ocurría en el mundo mediante el movimiento de un botón o perilla. Con su instantaneidad, la radio relataba los hechos en el momento mismo en que se producían, desde el mismo lugar, y con las voces de los protagonistas.

Sin embargo, estas innovaciones introducidas en el campo noticioso, no tuvieron una gran significación para el trabajo radiofónico, más bien contribuyeron a su estancamiento y dispersión. Aquí se empezaron a confundir los términos de "difusión, información y comunicación".

La radio renunció a la comunicación y desvirtuó sus potencialidades convirtiéndose en "difusora" y "divulgadora".

En nuestros días, la radio sigue siendo un medio apto para informar a la sociedad. Si hacemos un recuento estadístico, no vacilaremos en reconfirmar que la radio es el primero de los grandes medios de información. En sólo 19 países latinoamericanos existen 4.233 radiodifusoras, lo que representa para toda la región que de cada 100 mil habitantes hay 1.3 emisoras de radio (2). A pesar de la enorme cantidad de emisoras de muy baja potencia, la radio sigue siendo el medio de mayor penetración y cobertura.

Sin embargo, la información, el formato denominado "noticiero" no ha sido suficientemente explotado por nuestras emisoras populares, educativas y culturales.

El afán de entender la educación de manera tradicional, nos ha llevado a trabajar los programas educativos y culturales, sin atender los espacios tradicionales de la radio. En este sentido, hemos realizado programaciones incoherentes, pesadas, mal elaboradas, con grandes lagunas, las que también se reflejan en las incoherencias mentales de nuestros educandos. Con esta práctica hemos escindido su personalidad. Hemos enseñado a nuestra radioaudiencia a prestar atención a los programas educativos, que nos

dicen mucho de los conocimientos necesarios para tener una vida académica plena, pero muy poco de las informaciones necesarias para desarrollar la vida de nuestras comunidades y de su integración a la vida nacional.

En muchas de nuestras emisoras populares, los espacios noticiosos forman parte de cadenas nacionales o regionales o son espacios vendidos o cedidos a periodistas independientes. Para justificar esto se dan dos razones: la primera, que es una forma de conseguir algún dinero para ayudar a la emisora en su labor educativa; y la segunda, es penoso decirlo, porque se considera que el personal de la emisora no tiene tiempo para dedicarlo a "estar pasando noticias". O bien, en algunos casos, se comprenden los requerimientos y sacrificios de este trabajo y no pueden afrontarlo. De todos modos, no se dan cuenta del contrasentido de esta actitud: a) pierden espacios en sus propias emisoras, y b) los mensajes que difunden están en contra de sus propios objetivos y de su trabajo educativo, porque lo contradicen.



Otro tipo de información que parece incontrolable en las emisoras populares, son los espacios musicales. Estos espacios ocupan alrededor de un 35 a un 45 por ciento del tiempo de trabajo de la mayoría de las emisoras, salvo aquellas que sólo son musicales, donde ocupan el 100 por ciento de la programación.

Los directores, programadores y locutores saben llenar con mucha alegría estos espacios musicales. ¿Para qué preocuparse de la música? Se compran muchos discos, sobre todo, los que están de moda y a "sonar" como suenan todas las emisoras. De esta forma nos estamos adhiriendo a la "radio-tocadiscos". Estos espacios se dejan de la mano de

Dios, -ojalá fuera así-. La verdad es que estos espacios se les dejan a los locutores, para que pongan la música con cualquier criterio y los animen como quieran, con tal de que les den audiencia a la emisora. Como resultado tenemos una emisora con una programación cargada de discos cuyo contenido está en franca contradicción con los contenidos educativos que la misma emisora plantea.

Queremos recordar que la información, o si se quiere, que el contenido educativo y formador no se pasa sólo en los espacios denominados educativos, sino que éste se presenta en todo lo que se radiodifunde. Todo lo que constituye mensaje lleva su carga informativa ideológica, ya sea la música, las noticias, los comentarios, las novelas, las charlas, documentales, editoriales y, aunque parezca asombroso, los comentarios y la manera como los locutores animan los programas, son portadores de valores y actitudes que se vierten sobre la audiencia y que, por tanto, no hay que subestimarlos.

## LAS NOTICIAS

Entremos rápidamente al mundo mágico de las noticias radiofónicas. Mundo mágico, porque nos hablan de grandes héroes, de casas fabulosas, de reyes, príncipes y princesas, de estrellas de cine, de grandes convenios políticos, al margen de la dura realidad que viven nuestros pueblos.

—La noticia es escueta: pero por cumplir con esta condición, las escriben tan cortas que parecen telegramas y para entenderlas requieren de un receptor no sólo alfabetizado, sino con amplios conocimientos.

— Cantidad y rapidez: la cantidad tiene tanta importancia, que se cree que "un

buen noticiero es aquel que da más noticias en menos tiempo". Por alcanzar esta meta los locutores leen tan rápido que muchas veces ni ellos mismos comprenden lo que leen. Ya lo dijo McLuhan: "Es ridículo que ahora se intente convertir ese sistema nervioso de información en una información nerviosa por sistema con los resúmenes de dos minutos o las píldoras de treinta segundos".

— **Universalidad:** En las noticias se maneja un concepto erróneo de la universalidad. Se pretende dar todas las noticias de todo el mundo en un instante y sin una audiencia preparada para escucharlas, seleccionarlas, interpretarlas y almacenarlas.

— **El exceso de información:** Los noticieros tradicionales abusan del exceso de la información. Este es un signo contrario a lo que realmente se pretende. Se dan tantas informaciones que es imposible asimilarlas. Para los que ya se han resignado a su condición de maltratados, para las capas sociales menos privilegiadas, no existen razones de peso que les hagan absorber y entresacar la información útil de entre el revoltijo de datos, fechas y acontecimientos que reciben a diario.

— **La parcialidad:** Los hombres que trabajan en los medios viven haciendo hincapié en la objetividad de las noticias. Pero un análisis serio de ellas muestran como ésta es manipulada y retorcida para que no se constituya en un ataque al sistema.

## LOS NUEVOS INFORMATIVOS: EL NOTICIERO POPULAR

**E**l Noticiero Popular tiene como meta hacer circular la información desde todos los rincones de una región hasta hacerla sentir en todo el país. Pretende que las comunidades descubran su mundo interior y lo pongan en común, pero no como una actividad narcisista, sino para que esos contenidos sirvan de elementos concientizadores. De las interpretaciones y críticas de unos y de otros surge la comunicación que los aglutina en organizaciones sólidas que los representan y los hacen sentir como una fuerza dentro de las estructuras de poder.

El noticiero popular no es un conjunto de noticias inconexas y traídas por los pelos. Para lanzar al aire las informaciones de las comunidades hay que trabajar recio para lograr una orientación coherente. Por tanto, contrario a la creencia general, todo el mundo no es apto para dirigir y realizar un noticiero popular. Hace falta mucha prepara-

ción. Lo más significativo de estos noticieros populares es que están invirtiendo los valores informativos de la concepción clásica:

La noticia se concibe como la esencia de la vida de la comunidad, todo lo que hacen y planean hacer es noticia, igualmente los triunfos y fracasos de las comunidades. No sólo se destacan los éxitos, se reseñan los fracasos porque éstos proporcionan elementos de ense-

*El noticiero popular  
no es un conjunto  
de noticias inconexas,  
traídas por los pelos.*

ñanza para las otras comunidades. En fin, noticias es todo lo que tenga relación con la vida de las grandes mayorías.

Las noticias las hacen la gente humilde del pueblo, los campesinos, obreros, mineros, los clubes, los sindicatos, las cooperativas, asociaciones, etc.

Lo importante no son los hechos. En este camino liberador, lo que importa son los procesos. Los hechos se siguen cuando parecen interesantes y útiles a las comunidades. Entonces esa noticia se amplía y se ubica. Se presenta a discusión de las otras comunidades, para que todos participen en la orientación. Es así que la orientación no está dirigida y manipulada por el personal de la emisora, sino que surge de los otros grupos que van enviando sus comentarios y sus reflexiones acerca del acontecimiento que ha desencadenado el proceso.

Este tipo de noticias no muere al ser radiodifundida en el noticiero. A esta noticia se le da seguimiento y se comenta en los otros programas. Se estimula a la crítica, a la discusión hasta encontrar el por qué del hecho, o la solución a una situación dada.

Los noticieros populares no se engañan con la utilización del término "objetividad periodística". La objetividad no existe en los medios comerciales y tampoco tiene razón de ser en nuestros noticieros. Esto no significa que aquí también se manipula la noticia. La noticia no se manipula, pero seleccionamos aquellos acontecimientos que nos pueden enseñar y nos atañen.

Las noticias se hacen y se dicen de manera sopesada y ponderada buscando ser veraces. Creemos que éste es un punto importante en el proceso educa-

tivo emprendido por las emisoras y las comunidades.

Aunque se especializan personas de las comunidades para que envíen las noticias a las emisoras, la información no es privilegio de nadie. Todos pueden y deben enviar informaciones. Vengan del sector que vengan. Pero, las noticias tienen su procesamiento.

El tratamiento de las noticias: las noticias se comentan y contrastan con los sucesos similares para poder hacer comparaciones y dar nuevos elementos de juicio que sean suficientes para la toma de una postura seria y comprometida.

Las noticias se sitúan en su contexto histórico-geográfico, para estimular el deseo de conocer y a la vez ayudar a situar la información en su marco de referencia, que muchas veces no es apto para captar las referencias espacio-temporales.

Las noticias se elaboran teniendo presente su procedencia; las experiencias nos han llevado a encasillarlos en tres categorías:

**Noticias de adentro hacia adentro:** son aquellas que envía una comunidad porque tiene importancia para ella y para las otras comunidades cercanas de la región. Estas informaciones se dan de manera directa. Incluso, a veces, los mismos campesinos, obreros, etc., dicen sus informaciones en la radio, o las envían ya escritas.

**Noticias de adentro hacia afuera:** estas noticias son las que las comunidades producen o elaboran, pero su contenido está destinado a que se conozca no solamente entre las comunidades de la región, sino en otras comunidades, ya sean de otras regiones o en la comunidad nacional. Este tipo de información requiere un tratamiento más intenso por parte del personal de planta de la emisora. Ellos son los llamados a planificar la estrategia adecuada para hacer llegar las informaciones hacia los centros de poder.

**Noticias de afuera hacia adentro:** son aquellas noticias nacionales o internacionales que por su importancia para la vida de la comunidad, la emisora elabora, pasa y comenta. A estas noticias las llamamos indirectas porque no se producen en nuestras comunidades. Sin embargo, podemos integrarlas en el proceso, de acuerdo a su interés, mediante entrevistas y comentarios, que las organizaciones y las comunidades hagan de ellas.

Todavía los noticieros populares no se definen en cuanto a la estructura interna. Los hay con divisiones parecidas a los noticieros tradicionales y los hay



con estructuras innovadoras. Pero lo que sí va quedando claro, es que no se debe abusar del exceso de informaciones. Estos noticieros prefieren comentar todas las noticias que pasan, dando preferencia, desde luego, a las informaciones locales.

### TRES VARIANTES DE NOTICIERO POPULAR:

La comunicación popular es rica en sus manifestaciones. De aquí que sea difícil encasillarla o dosificarla. Son muchas las Emisoras Populares que están en búsqueda tratando de encontrar "la experiencia" que sirva de modelo para este tipo de comunicación. En esta búsqueda siempre siguen surgiendo matices que hacen a cada experiencia algo único.

#### a) Noticiero Popular de corte tradicional:

Este es el tipo de noticiero que más abunda en las Emisoras Populares. Se caracteriza porque su estructura es similar a la de los noticieros tradicionales. Se divide en noticias internacionales, nacionales y locales, entrevistas, comentarios, y de vez en cuando una nota editorial.

Se diferencia, en que constituye una fuerte **alianza urbano-rural**. Sin embargo, permanece en la línea de ser un informativo PARA las organizaciones, para las comunidades campesinas. Pero por otra parte, es PARTICIPATIVO. Tienen reporteros populares que envían noticias, entrevistas y comentarios. Hay un fuerte intercambio de información entre la ciudad y el campo.

#### b) Noticiero Popular Rural para:

Este tipo de noticiero se caracteriza por poseer una estructura muy flexible. No está dividido en noticias locales, nacionales e internacionales.

Está en la línea de ser un noticiero PARA los campesinos y marginados. Su característica principal es que **pasan muy pocas noticias**, pero a éstas se les saca el jugo. Se comentan, se amplían, se sitúan histórica y geográficamente.

Cada noticia es un mundo que se abre a los oyentes, busca la **comprensión** de las noticias. Básicamente cada emi-

sión se compone de una o dos noticias que pueden ser nacionales o internacionales, es decir que hablan de afuera de la comunidad, de acuerdo a su importancia con relación a la vida del campo; y tres o cuatro noticias que tienen que ver directamente con la vida campesina.

Prácticamente no existe la PARTICIPACION. No tiene un fuerte intercambio de noticias. Este tipo de noticiero se suele encontrar formando parte de un programa educativo, como son las radio-revistas educativas.

#### c) Noticiero Popular Rural de:

Este segundo tipo de noticiero popular rural es muy rico en estructuras. Es decir, no tiene una estructura muy definida, es espontáneo. Su característica principal, es ser **DE** los campesinos. Posee el más alto grado de PARTICIPACION. Los campesinos traen sus noticias y ellos mismos las leen. Tiene un par de conductores, también campesinos, que comentan cada una de las noticias. Además envían en cassettes las noticias de las comunidades más lejanas al centro emisor, lo mismo hacen con las entrevistas y los comentarios.

Puede decirse que este tipo de noticiero no tiene una gran calidad técnica. Cada quien hace su grabación, cuando quiere y como puede. Sin embargo, el grado de participación que genera, el esfuerzo mental que significa codificar de manera precisa un mensaje que nunca se escribe, creo que son los mayores logros de este tipo de noticiero Popular.

### CONCLUSIONES

La década de los 80 constituye un reto a la comunicación. En ella se implementarán y realizarán muchos proyectos de comunicación popular o alternativa.

A manera de conclusión, vamos a recoger esquemáticamente algunos de los puntos más relevantes de la línea que va siguiendo esta comunicación alternativa: a) La radio como soporte del diálogo.

1.— Nos exige un "diálogo radiofónico", donde unas comunidades hablan por medio de la radio a otras comunida-

des y viceversa.

### Comunidades—Radio—Otras comunidades

Este no es el diálogo normal de "tú a tú". Es un **diálogo masivo** de un "yo a un nosotros" y del "nosotros a un tú".

Este diálogo se vislumbra con fuertes condicionamientos espaciales temporales.

**Espaciales:** los interlocutores están separados por alguna distancia geográfica y física.

**Temporales:** El medio no ofrece todavía las ventajas de un "tete a tete". Por tanto, el diálogo se mantiene en el "aire", "colgado" hasta que alguien lo recoja.

2.— La radio como un medio o instrumento convertida en red de comunicación.

3.— La radio deja de ser un instrumento PARA, y se convierte en un instrumento DE las organizaciones, por ahora en cuanto a su USO.

4.— La radio y su personal de planta, dejan de ser intermediarios y convierten el canal en un servicio.

#### b) La visión global de la Radio:

Ya no se puede hablar de la radio como "radio-noticias", "radio tocadiscos" o "radio-escuelas". Hay que eliminar su dicotomía.

Tenemos que explotar la riqueza del medio como conjunto, propiciando su estructura de medio masivo, como una estructura comunicacional al servicio de las grandes mayorías.

Hay que lograr la globalidad del medio, para devolverle la **unidad** y la **coherencia**.

#### Integración Radio—Comunidad:

— La radio tiene que fundamentar su trabajo en el establecimiento de una relación profunda entre las organizaciones de base de las comunidades y la emisora, a fin de poder incorporar a ésta la problemática de la región, del país y del mundo.

— La radio tiene que planificar su labor y su programación, teniendo en cuenta las preferencias, inquietudes y necesidades de los grupos con que trabaja, y debe olvidar los patrones mercantiles de la radio comercial.

— Radio y organizaciones deben emprender una acción constante y progresiva, para alcanzar las metas que se han propuesto en conjunto, hasta alcanzar un equilibrio o el cambio de las actuales estructuras.

— Los grupos se deben sentir como los poseedores de los medios. Más tarde, y a esto se está apuntando, los grupos serán los propietarios.

— Los grupos deben **participar** del tra-

bajo de la radio; pero con cuidado:

—La función, me parece, no es hacer a todos radiofonistas.

— La participación debe darse en la vida de la comunidad, ésta debe trascender al plano nacional y, ojalá podamos ver algún día que lo haga al plano internacional.

#### NOTAS

- 1.-Merino Utreras, Jorge: Inventario de Comunicación (Informe Provisional). La Comunicación Social y el Desarrollo Integral de América Latina. Diagnóstico de Situación CIESPAL. Quito, Ecuador, 1979. Pág. 13.
- 2.-Merino Utreras, Jorge: op. cit. pág. 30.



**AMABLE ROSARIO GARCIA**, dominicano, 24 años de labor radiofónica, donde se ha desempeñado como director, de emisora y de programación, productor y locutor. Co-fundador de las Escuelas Radiofónicas Santa María. Trabajó como productor de programas de educa-

ción a distancia en la Dirección General de Educación de Adultos del Ministerio de Educación de su país, y en el Instituto Nacional de Educación Sexual. Fue director Académico de los Cursos por Correspondencia de APEC.

Ha escrito varias obras de divulgación de Educación Sexual y de texto, y en colaboración: **La Emisora Regional para el Desarrollo** y **la Emisora Popular**; se encuentra en prensa: **La Fonoteca en la Emisora Popular**. Actualmente profesor de cursos de capacitación en América Latina, como funcionario de Radio Norderland dentro del Proyecto de RNTC en CIESPAL.

Dirección: CIESPAL  
Apartado 3696 Suc. 7  
Quito - Ecuador

## LA RADIO REVISTA EDUCATIVA

Pedro González-Llorente

Después de escuchar diversos modelos de radio-revista educativa pregunté a los estudiantes de un curso: ¿cómo definirían ustedes ahora lo que es una radio revista? ¿con qué la compararían? Uno de ellos, casi sin pensar, respondió de inmediato: “una ensalada rusa”, o dicho en lenguaje más criollo, “un sancocho”, un cocido donde el cocinero introduce cuantos ingredientes desea, y todos agregan algo nuevo y sabroso.

Estas respuestas recogían una de las características más importantes de la radio-revista: su capacidad de contener todos los formatos radiofónicos conocidos y por inventar, así como toda la variedad posible de temas: la entrevista, el reportaje, el radiodrama, la charla, el diálogo, la mesa redonda, la noticia, el comentario, la crónica, el sociodrama, etc. Pero no se trata de meter todos los formatos en la batidora, ponerla en “on” y luego servirla. No. Es necesario conseguir un equilibrio, un balance de ingredientes. A continuación presentamos algunas pistas que han sido experimentadas y han dado buen resultado.

La primera pista consiste en que haya

uno o dos conductores. Dos voces resultan más amenas. Es preferible que sean hombre y mujer. Tres o más voces son demasiado, pueden confundir al oyente. Los conductores tienen una función clave: la de ser el hilo conductor. El alambrito que une de forma elegante las cuentas de un collar. Ellos saludan a los oyentes; les anuncian los espacios del día (a manera del índice de una revista impresa); comentan alguna noticia de relieve, dan un juicio. Anuncian las secciones o espacios, y luego vuelven a establecer el contacto con el oyente; comentan, y así sucesivamente hasta el final, cuando se despiden.

Esta pareja es el rostro del programa, las voces amigas. Con ella se identifica el oyente, y la siente como algo suyo. En los diversos espacios aparecen otras personas más o menos fijas, pero los oyentes se relacionan con los conductores. Por esto es muy importante que los conductores salgan de los locales del edificio, y visiten las comunidades, grupos o personas concretas. Así se establece una dialéctica entre la comunicación masiva a través de la radio, y la comunicación con el grupo o la persona. Ambas partes salen enriquecidas de los encuentros. Estas visitas periódicas se convierten en el alma o el motor que anima el programa.

La segunda pista conlleva provocar por todos los medios la **participación** del oyente en el programa. Inventar todos los canales posibles de comunicación de retorno, y luego, encarnar estos contenidos que vienen de la base en formatos dinámicos, amenos, radiofónicos. Una carta, por ejemplo, puede tomar muchas formas: puede ser resumida en tres o

cuatro frases y luego agradecida. Pueden leerse los párrafos más significativos, destacando y reiterando la opinión de un oyente. Si es una carta con mucho valor, un verdadero documento, puede leerse completa, en voz de otra persona, como si fuera el mismo oyente quien la lee. Puede incluso dramatizarse, convertirse en un pequeño radiodrama, con su mensaje educativo. Varias cartas pueden resumirse e hilarse en un espacio de denuncias parecidas, que sea como un remache o un martilleo en las conciencias de los funcionarios negligentes.

Los caminos de comunicación de retorno más explotados son: las cartas, las entrevistas individuales (hechas en la misma emisora, o en las comunidades), la entrevista colectiva, el sociodrama, grabado en el campo o barrio y luego reelaborado en forma de radio, con algunos efectos sonoros o inserciones musicales, los concursos, las grabaciones de canciones, recitaciones o poesías coreadas, etc.

Tercera pista: **el balance, el equilibrio**. Fundamentalmente la radiorevista puede tener dos tipos de espacios: los que prepara el equipo productor, y los que elabora el oyente. Es importante mantener cierto equilibrio entre ambas cosas. Si sólo habla el equipo productor, se cae en una educación verticalista, en que el oyente es un mero receptor pasivo. Si sólo se canalizan espacios elaborados por el oyente, el equipo productor se convierte en un grupo sin voz, sin ideas, sin nada que aportar. Y curiosamente, el oyente se cansa de “escucharse a sí mismo todo el tiempo”. Ha dado buen resultado alternar ambas co-

sas. De esta manera, el programa se convierte en una especie de diálogo, en un lugar de encuentro. A una palabra dicha por el equipo productor, le sigue una palabra dicha por algún oyente o grupo de oyentes. Y esta palabra del oyente provoca una nueva palabra del equipo productor. Se crea un va y vuelve de ideas, de experiencias, de preguntas y respuestas, de opiniones, de información.

De esta forma se puede ir descubriendo la misión del equipo productor: acompañar críticamente a las comunidades, a los grupos que siguen el programa. No sólo caminar a su lado, sino caminar críticamente, aportando criterios, preguntas, interpelaciones que lleven al grupo a pensar más hondo. Asimismo, el equipo productor, si mantiene un contacto permanente periódico con las comunidades de oyentes, también es interpelado, y se ve obligado a revisar continuamente sus posturas, a crecer junto con, a caminar, a evolucionar. El programa es siempre algo vivo, cambiante, que se renueva cada día como el sol.

**U**na cuarta pista para que el sanchico tenga buen sabor es la **manera de ordenar los espacios**. No es lo mismo comenzar por un espacio llamativo, ágil y breve, que por otro más reposado, más largo, más profundo. A lo largo del programa, se va produciendo una adaptación psicológica del oyente, quien va entrando, se va serenando, y se va capacitando para profundizar más. Es un proceso gradual en que no conviene saltar etapas.

**Quinta pista: la música.** Sin música, la radiorevista se hace densa. La música puede irse ensartando entre las cuentas del collar, no sólo para separar un espa-

cio del otro, sino también para recoger el mismo mensaje que ha sido canalizado por el espacio precedente, para acentuarlo, levantarlo a nivel poético y musical. La música, la canción, no es sólo un adorno para que el oyente descanse. Es mucho más. Es una forma de enfocar el mismo tema desde la perspectiva de la música y la poesía. Una manera distinta, atractiva y amena de aproximarse a la realidad antes tratada.

Aparte de las canciones insertadas a lo largo del collar, cada sección, cada espacio de la revista puede tener su propia música, su tema característico. Cuando el oyente escucha esa melodía conocida, ya sabe que va a comenzar su espacio favorito: "*Cuide de su Salud*", o "*Lo que opina la gente*". Y pone más atención para no perderse.

**La sexta pista: posibilidades educativas.** Lamentablemente muchas de las revistas que existen son superficiales y tratan temas muy banales, que dejan muy poco al oyente. Sin embargo, el formato ofrece grandes posibilidades educativas.

Una revista puede poner al alcance del oyente una gran cantidad de **información práctica**, para la vida. Especialmente para aquellas personas que nunca pudieron asistir a una escuela o colegio o que se quedaron en grados muy bajos. Piénsese en temas como salud, higiene, alimentación, relaciones interfamiliares, etc. No hablamos de esa información que entraría bajo el título de "*erudita*", sino de aquella que puede mejorar la vida del oyente inmediatamente después de escuchada. Asimismo, la revista puede llevar al oyente información sobre cuestiones nacionales o internacionales, que de alguna manera

inciden en su vida, y que él desconoce por completo. Informaciones que le ayudan a entender mejor su propia vida, por qué suben los precios, por qué hay desempleo, por qué no hay oportunidades en el campo y la gente emigra. O por qué se da la Guerra de las Malvinas. La revista puede darle al oyente las "*claves*" o "*criterios*" para decodificar la vida misma, sus interrogantes diarios. Es el tipo de información que necesita una persona para formarse una opinión sobre hechos que antes no entendía. Información seleccionada con un criterio, no neutra, sí crítica y concientizadora.

Pero hay más. Una radiorevista puede convertirse en un espacio radial que sirve de apoyo a iniciativas y esfuerzo de la organización popular. Solamente haciéndose eco de las actividades que nacen cada día en el campo o en los barrios marginados, ya refuerza esas iniciativas. Acompañar el proceso de veinte comunidades que reclaman al gobierno las tierras que perdieron bajo las aguas de una presa, o acompañar la lucha de una comunidad que produce café y pierde su producto por falta de camino, es una forma de apoyo grande. La revista radiofónica se convierte en una especie de "*abogado*" del pueblo.

Otras posibilidades que sólo mencionamos: rescate de valores populares, ya sean musicales, fiestas, danzas, poemas, leyendas, conjuntos musicales típicos, cuentos, etc. Campañas que concentran la atención de una sección de la revista durante varios meses en un objetivo concreto, con la finalidad de cambiar una actitud o fomentar una costumbre; por ejemplo, la campaña de hervir el agua que se va a beber, o la campaña de hacer un huerto familiar, o la campaña de que cada comunidad tenga un "*reportero*" popular, etc.

Las circunstancias, los hechos cotidianos, mirados con imaginación y deseos de ayudar, son los agentes que pueden generar nuevos espacios, para enriquecer una revista radiofónica educativa. Hay quien se cuestiona si una revista radiofónica, armada con espacios tan cortos, que pueden durar cinco, diez, veinte minutos, puede ser realmente educativa. ¿Puede un productor comunicar un mensaje de peso en veinte minutos? No se puede medir la eficacia educativa de una revista por lo que comunica en un solo día, en un solo programa. Es necesario medir su fruto en un tiempo más largo. Es cuestión de años. Es cierto que ningún tema importante puede tratarse con profundidad en veinte minutos, y menos con formatos dinámicos, como el radiodrama. Lo que



más se consigue es cuestionar, motivar, despertar, sembrar inquietudes. . . Pero cuando un espacio de diez o quince minutos sale al aire todas las semanas, durante varios meses o años, y ese espacio va acompañado de toda una estrategia de uso, que provoca la respuesta del oyente, su reflexión privada o grupal, su participación, entonces, sí es posible profundizar, penetrar un tema hasta sus raíces, comunicar valores, cambiar y mejorar actitudes y conductas.

**E**sto nos lleva a otra **pista**, la séptima, que trata la **estrategia de uso** de los espacios educativos. Muchos productores de radio se aprovechan de los seriales producidos por instituciones como SERPAL, Radio Nederland, La Voz de Alemania, etc. Los reciben con gusto, y los transmiten convencidos de su éxito. Pero así no más, como quien pasa una novela de aventuras, o una novela romántica. Y, desde luego, el oyente las recibe así mismo. Escucha el radiodrama o el radio-reportaje con mayor o menor interés, según esté mejor o peor construido. Pero cuando termina la audición, termina todo. No hay reflexión posterior. No hay preguntas, no hay participación.

Estos espacios, utilizados con una cierta estrategia, pueden ser muy provocadores de la reflexión popular. Esta estrategia es muy sencilla: van insertados dentro de un contexto mayor, en este caso, la revista educativa. Son introducidos por los conductores del programa, quienes adelantan sólo lo necesario para despertar la curiosidad y el interés del oyente, y si es necesario aclaran aquellos obstáculos que puedan existir para su comprensión. Y después, ya escuchado el espacio educativo, vuelven esas dos voces amigas, en forma campechana e

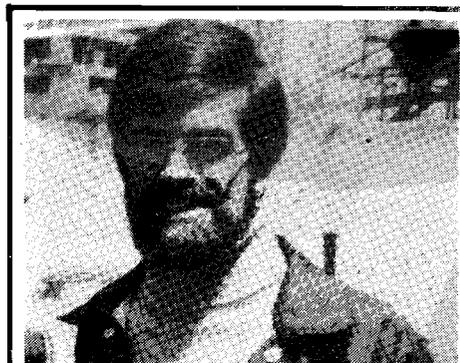
informal, a comentar, destacar algunos momentos, plantear algunas preguntas, y retar al oyente a expresar con sus propias palabras el mensaje. Esto, acompañado de la lectura de las cartas sobre el espacio de la misma serie de la semana anterior, obliga al oyente a tomar parte, y hace rendir mucho más los seriales.

La octava **pista** nos lleva a mencionar un ingrediente sin el cual no hay sabor: **el humor**. La radiorevista pide esa sal que es el humor sano, que permite que el oyente sonría, y a veces suelte una carcajada. Los conductores deben llevar el programa con simpatía, con humor, dejando sentir al oyente que se sienten contentos de estar con ellos, de acompañarlos durante una hora.

Para sacar a flote la radiorevista educativa, la novena **pista**; es **algo vivo**, como un corazón que late, o una semilla que crece. La revista no es estática, fija, sino que se renueva cada día, cada semana, cada mes. El oyente espera siempre algo nuevo, algo diferente a lo de ayer. Si es así, si late, la revista puede durar años y mantener una audiencia creciente, fiel, comprometida. Una audiencia que tiene memoria y recuerda el primer programa, la primera visita, o la voz de aquella locutora que ya dejó la emisora hace ocho años. Una audiencia que lo descubrimos un día se reúne a la una de la tarde, a la sombra de un cafetal, o en la brisa de la enramada, cada uno con su **radito**, a escuchar juntos la revista radiofónica educativa, y que luego se queda ahí mismo, comentando, discutiendo, creciendo. Lo educativo ya no es sólo una nueva información adquirida, o una clave diferente para interpretar la realidad, o el sentimiento de solidaridad con una comunidad aplastada. Sino que lo educativo llega a manifestarse en esa ca-

pacidad de juntar, de unir, de aglutinar hombres, mujeres y jóvenes, y acompañarlos cada día en su organización y su lucha.

La revista radiofónica un formato que se ha desperdiciado durante muchos años. Que se ha utilizado de forma muy banal. Ahí está, al alcance de todos, cargada de posibilidades y potencialidades. Ojalá podamos rescatarla y convertirla en radio revista educativa.



**PEDRO GONZALEZ-LLORENTE**, desde hace 10 años, trabaja en Radio Santa María, en República Dominicana, donde ha desempeñado cargos de creador, director y productor de la revista radiofónica educativa "Universidad para Todos"; director de programación; autor de numerosos folletos de educación popular, destinados a ser explicados y animados por la radio. Coautor del libro "La emisora popular" Dirección: Radio Santa María Apartado 55, La Vega República Dominicana

## RADIODRAMA EDUCATIVO

Ana María Rodino

**L**a RADIO es mucho más que un medio: es un lenguaje. Construido de palabras, sí; pero también de sonidos, de música y, por supuesto, de su contrapartida: los silencios. No

vale tanto pues, a mi juicio, plantearse el hacer radio educativa en términos de "ventajas" y "desventajas" para transmitir determinados contenidos, sino más bien en términos de cuáles son sus características propias, esto es, en términos de posibilidades y recursos.

Así vista, sin compararla con otros medios sólo para evaluarla en "más" o en "menos", la radio se muestra como un universo rico en sugestión por su capacidad de crear imágenes auditivas que pueden abrir anchos caminos a la imaginación y tender puentes afectivos directos e inmediatos con el oyente; notablemente cálido, íntimo y empático; facilitador de una identificación más que intelectual, afectiva; variadísimo en las

combinaciones posibles de sus elementos básicos.

En síntesis: en radio se puede hacer mucho -todo lo que se quiera, diría siempre y cuando se lo haga "desde adentro" de ella, en su lenguaje propio, y no violentándola para convertirla en otra cosa: una clase, una conferencia, un discurso. . .

Ya conscientes del lenguaje radiofónico y comprometidos a comunicarnos desde él, una de las combinaciones expresivas más evidentes y ricas que se nos ofrece es la de la **recreación dramática**: reconstruir una historia para revivirla a los oídos y, a través de ellos, a la imaginación y emotividad del oyente. Se dan ahí el uso y la potenciación de todas las

posibilidades y recursos radiofónicos.

Si, además, esa historia es en sí misma significativa e interesante al oyente y se ha construido combinando acertadamente los componentes del género dramático, aparecen en el radiodrama nuevos valores, a más de los de manejo del lenguaje radiofónico: valores artísticos y de conocimiento de la realidad.



El **contenido** es el "que transmite" el radiodrama. ¿Qué queremos decir? ¿qué mensaje queremos comunicar al oyente?, ¿qué tema, cuestión, problema básico queremos proponer a su reflexión? El "qué" decimos va íntimamente asociado al "para qué" lo decimos; o sea, a los **objetivos** del mensaje.

El contenido debe determinarse teniendo siempre presente a quiénes queremos dirigirnos, a **nuestro auditorio**, y extraerse de su propia realidad. De esta manera podrá resultarle familiar, cercano y, en consecuencia, interesante. A manera de ejemplo, a un auditorio popular femenino urbano sin duda interesarán temas como las condiciones de trabajo de la mujer dentro y fuera del hogar, la capacitación personal y profesional, las relaciones de pareja, la crianza y educación de los hijos, la situación económica general y su incidencia en la vida familiar; a un auditorio campesino: la tenencia de la tierra, las condiciones de vida en el campo, la prestación de los servicios comunitarios básicos -vivienda, redes de salubridad, transporte, salud, educación-, las fuentes de trabajo; a un auditorio ciudadano, las cuestiones directamente vinculadas a la vida en la ciudad y sus barrios, al trabajo fabril o administrativo; a uno estudiantil, las relacionadas con sus experiencias en las instituciones educativas.

Esto nos señala una exigencia previa muy importante antes de abordar el género: el conocimiento claro y profundo de nuestros destinatarios. Su realidad, sus vivencias y muy especialmente su mundo cultural. Una simple ojeada al mapa de nuestro continente nos revela su enorme y riquísima diversidad: geo-

gráfica, étnica, sociocultural. El comunicador no puede ignorarla: debe saber con exactitud a quienes se dirige y cómo son, viven, piensan y sienten esas personas. No escogerá igual su tema (como tampoco su historia, ni sus personajes ni su lenguaje) si quiere comunicarse con un público de extracción de clase media, habitante de una gran

metrópoli latinoamericana que si son comunidades campesinas de la región andina, la selva brasileña, los llanos venezolanos, las mesetas centroamericanas; tampoco si se dirige a comunidades blancas o mestizas, formadas dentro de la cultura occidental europea y la religión católica que si a comunidades indígenas de cultura quechua, aymara, guaraní, nahuatl, o a las poblaciones afro-caribeñas o a las comunidades hispánicas emigradas a los países anglosajones de América del Norte.

Nuestros destinatarios no son el punto de llegada de nuestro mensaje. Son más bien el punto de partida: de ellos debe surgir, de ellos debe recogerlo el comunicador para procesarlo (con los instrumentos de que disponga según su propia experiencia vital, su capacidad de análisis social y sus dominios de la técnica dramática y radiofónica) y devolverlo luego enriquecido con sus aportes a los auténticos gestores: el pueblo. Si éste se reconoce en el mensaje, comenzará entonces otro momento de procesamiento y enriquecimiento que volverá al comunicador como una nueva respuesta alimentadora.

Al decir que el contenido del radiodrama educativo debe surgir de la realidad de los destinatarios, no se está proponiendo que deba plantearse tal y como se lo ve comúnmente, pues a veces el punto de vista habitual del auditorio sobre un problema suele ser ingenuo o prejuicioso; en una palabra: acrítico. Es que, junto con el **contenido**, el comunicador tendrá que establecer con precisión sus **objetivos**. Nuestro obje-

tivo puede ser en muchos casos cuestionar esa visión simplista del problema, ahondarla, ofrecer otras visiones alternativas. En otras ocasiones será simplemente exponer un problema poco conocido o bien disimulado tras la cotidianidad para hacerlo patente; o analizar las causas de otro; o discutir las consecuencias de un tercero.

**V**eamos algunos casos recogidos de trabajos de comunicadores populares de distintos países y dentro de temáticas muy diferentes: un radiodrama dirigido a la comunidad universitaria de un gran centro urbano plantea el tema del desempleo y subempleo de los profesionales con el objetivo de mostrar la verdadera realidad que enfrenta un egresado en busca de trabajo y hacer reflexionar sobre las causas de esa situación y la relación existente entre Universidad y sociedad; otro, dirigido a las comunidades campesinas indígenas de los Andes, toca el tema de la tenencia de la tierra con el objetivo de hacer conocer las condiciones de vida de esas poblaciones y sus necesidades objetivas, sus luchas para alcanzar sus aspiraciones y los intereses que se les oponen; otro destinado a toda la población de una región centroamericana quiere hurgar la realidad vivencial oculta tras las crónicas periodísticas y, centrándose en una que expone el caso de un niño agredido, se propone como objetivos despertar conciencia sobre las distintas formas en que los adultos suelen agredir al niño física y psicológicamente, indagar las causas psico-sociales del fenómeno y contribuir a prevenir estas situaciones.

Cual fuere el objetivo del mensaje radiodramático, el comunicador debe saberlo con exactitud antes comenzar a escribirlo e, incluso, redactarlo y tenerlo a la vista durante el trabajo de guionización y producción. Así evitará desviarse inconscientemente de él, serle inconsecuente, llevado tal vez por otras preocupaciones: la estructura dramática, la caracterización de los personajes, la rigurosidad técnica.

La **historia** es el "qué pasa" en el radiodrama. ¿Qué argumento vamos a contar? ¿qué trama expresará el tema que queremos comunicar? ¿qué situación concreta encarnará significativamente el contenido que subyace a nuestro mensaje?

Esa historia, argumento o trama es la que contendrá **implícitamente** el contenido. Y esto es importante: la idea temática del radiodrama no debe estar expuesta explícitamente como un sermón o un discurso con moraleja. Debe surgir de la misma acción, expresarse a través

de las situaciones por que atraviesan los personajes, de sus pensamientos y emociones y sobre todo del conflicto que viven.

Y aquí llegamos al motor del drama. Independientemente del medio por el que se exprese (la representación teatral, el cine, la televisión, o la radio), el drama es siempre un **conflicto**. El conflicto puede ser abierto, declarado, y desenvolverse como una lucha o puede también ser potencial, apenas esbozado y permanecer latente durante la historia.

El conflicto se expresa en los personajes y sus relaciones mutuas. A veces será claramente una oposición entre personajes, por ej.: si planteamos las relaciones obrero-patronales en una fábrica o distintas posiciones entre los miembros de una organización o en conflictos familiares. Otras veces, será más bien una lucha entre él o los personajes y su realidad circundante, la que no puede ser claramente identificada como un personaje antagonico pero sí como un contexto injusto y hostil; esto se da, por ej.: cuando el radiodrama quiere profundizar en las causas de problemas sociales de mayor magnitud, como en los casos antes citados de tenencia de la tierra, de desempleo, de condiciones de vida deshumanizantes. En otros casos, el conflicto puede ser interior: el personaje lucha consigo mismo, con sus miedos, sus prejuicios, sus debilidades.

Del conflicto que se desarrolla y de las distintas reacciones ante él de los personajes, el oyente extraerá sus conclusiones. No ha de ser un locutor — maestro, líder o especialista quien se las formule ya “*digeridas*” para que él las consuma y asimile pasivamente.

**L**os personajes son el “*quién*” del radiodrama. ¿Quién, quiénes viven esa historia que vamos a re-crear para el oyente?, ¿quién, quiénes sufren el conflicto que desarrollaremos? Y, por supuesto: ¿cómo lo viven, piensan y sienten?

Si seguimos hablando de “personajes” por una convención de la forma literaria, al crearlos, sin embargo, debemos concebirlos como *personas*. Seres reales, auténticamente humanos, con toda la profundidad psicológica, las contradicciones de sentimientos y conductas y toda la posibilidad de cambio — para mejor o para peor — propias de cualquier ser humano. Vale decir: no estereotipos, marionetas fabricadas por el comunicador para ilustrar tal o cual virtud o vicio que éste se propone exaltar o condenar en su mensaje.

¿Puede el oyente creer de verdad e

identificarse con esos personajes prototípicos, de una sola cara neta y sin matices: el líder barrial o sindical que encarna en sí la absoluta lucidez y entrega incondicional a una causa, sin caer jamás en debilidades ni errores; el hombre que evidencia el mayor despotismo e incompreensión hacia su compañera o sus hijos, sin la menor señal de afecto o preocupación? No. El oyente no puede creerlos ni empatizar con ellos porque no existen. Las Alicias, los Pedros, las Martas de la vida real no son así. Por tanto, tampoco pueden existir en un radiodrama que quiera reflejar la vida tal cual es.

En la construcción de los personajes, nuestra fuente de abrebaje, sólo puede ser la realidad, la gente. Debemos aprender a conocerla, tanto exterior como interiormente. Aunque suene a evidencia muy clara — y lo digo a partir de lo que yo misma he hecho y he visto hacer dentro del género — no siempre es así. Tendemos a construir nuestros personajes como queremos que sean, como “*deben ser*” para transmitir nuestro mensaje con rotundidad y a menudo nos olvidamos cómo son. Aplicamos allí esquemas previos muy simplistas y fallamos en nuestra obligación de observar y analizar la realidad.

En la producción del radiodrama, ciertamente, hay mucho, mucho más que una historia escrita a dos columnas en un libreto mecanografiado. En esta etapa intervienen factores tan importantes para el resultado final como la música, los efectos sonoros, la interpretación, la técnica de grabación.

Si las dificultades del género concluyeran en el guión, tal vez el radiodrama educativo sería un género más cultivado en América Latina de lo que lo es hoy.

Las exigencias actorales y técnicas del buen radiodrama son una realidad que el comunicador no puede desconocer. Se necesita contar con una amplia y buena discoteca de música y efectos sonoros; un elenco sensible, dúctil y expresivo; un estudio de grabación medianamente equipado y un técnico operador hábil y creativo. Todos estos factores permitirán materializar auditivamente la riqueza de vida que el comunicador haya podido recoger y plasmar en su guión radiodramático.

El conocimiento a fondo del medio, la creatividad en alerta y la voluntad de trabajo permiten superar bastante estas dificultades. La música se consigue, aún cuando eso implique salir del recinto de la emisora y pedir auxilio a otras instituciones o a melómanos amigos. Los efectos sonoros se encuentran a nuestro alre-

dedor, en las calles o campos de nuestro lugar de trabajo; y los que no, se inventan y fabrican en el estudio con los objetos más cotidianos — desde lapiceros hasta cocos partidos—. Los actores, si no existen como tales con carácter profesional, se forman: la sensibilidad se cultiva y las técnicas de interpretación, con pasión y disciplina, se aprenden. Nuestros compañeros de trabajo y los propios miembros de la comunidad pueden lograr una expresividad aún mayor que los profesionales; con éstos últimos, a veces, el riesgo es el inverso: cierta ampulosidad, rigidez o mecanicidad interpretativa.

Las necesidades técnicas suelen ser más difíciles de cubrir, pero... un radiodrama no necesita ser perfecto técnicamente si es auténtico, expresivo, rico en contenido, sugestión y empatía. En cambio, ninguna excelencia técnica dará vida y verdad a un texto frío, declamativo y simplista.

El radiodrama no agota su riqueza en la transmisión radiofónica. Además de la salida “*al aire*”, nos permite otra posibilidad de uso de gran valor educativo: su reproducción en cassettes para ser empleado en actividades grupales. Reuniones de organizaciones barriales, sindicales, culturales, estudiantiles, son otro ámbito propicio para proponer el radiodrama a la escucha y la discusión. En estos casos, su poder motivador es incalculable.



**ANA MARIA RODINO**, argentina, es licenciada en Letras de la Universidad Nacional de Rosario, Rep. Argentina. Reside actualmente en Costa Rica, donde trabaja como profesora de Lingüística y Semiótica en la Universidad Nacional y como Jefe de la Oficina de Audiovisuales de la Universidad Estatal a Distancia. Produce programas de radio y televisión educativa.

Dirección: Univ. Estatal a Distancia -Oficina de Audiovisuales- Apartado No. 2. Plaza González Víquez San José, Costa Rica

---

---

# SIGNOS Y SEÑALES

## en radio

---

---

Cuando un radiodrama comienza con el sonido de la sirena de un barco de vapor, se forma en la mente del oyente la imagen de un barco que sale o llega a un puerto. Lo mismo sucede con el diálogo. El oyente trata de hacerse una imagen de los personajes en base a sus voces y acentos. Pero la transferencia de información más importante en el radiodrama se realiza a través de la palabra que se origina en la mente del escritor. El radiodrama es por lo tanto una proyección del mundo cognoscitivo del autor en la imaginación del oyente.

El radiodrama no depende necesariamente del diálogo que acompaña la acción como sucede en el caso del drama teatral. Casi podría decirse que en el radiodrama, el lenguaje cumple una función más lírica que dramática. El drama se basa en actividad; el lirismo evoca sentimientos. En este sentido el radiodrama está más cerca de la poesía que del teatro. Las escenas en un radiodrama son como los versos de un poema; evocan diferentes asociaciones según el oyente.

### PERCEPCION VISUAL Y AUDITIVA

¿Por qué es el lenguaje el único vehículo de comunicación universal, autónomo y fundamental? Esta es una pregunta que sigue fascinando a la gente. Las señales visuales tal como las producidas por gestos o expresiones faciales son tan solo un suplemento del lenguaje o, como sucede en el caso de textos escritos, dependen completamente de éste. ¿Es acaso el lenguaje, como el clásico sistema de símbolos, preferible por encima de todos los otros medios de comunicación en términos de eficiencia, suficiencia y eficacia?

Tanto la percepción visual como la auditiva se producen en el tiempo y en el espacio. En el caso de los signos vi-

suales la dimensión espacial es prioritaria y en el caso de señales auditivas lo es la dimensión temporal. Una imagen visual, tal como la contenida en un cuadro, fotografía, pintura o proyección fílmica, está formada por una compleja mezcla de componentes presentados simultáneamente. Por regla, la señal audible consiste en una serie consecutiva de componentes. Una interpretación de música orquestal o coral implica evidentemente simultaneidad, pero la composición musical sólo se hace patente a medida que se desarrolla en el tiempo. En música, podría entonces decirse que el tiempo domina al espacio. Esto también se aplica al lenguaje, al diálogo y a los efectos de sonido.

En aquello que mueve a la audiencia, podemos ver entonces que existe una diferencia obvia entre el cuadro percibido simultáneamente y fundamentalmente espacial, y el flujo verbal o musical de sonidos consecutivos. En una puesta en escena ambos están presentes al mismo tiempo. Pero el cine, que despliega a través del tiempo imagen tras imagen, depende en gran medida de la capacidad de la audiencia de percibir su composición espacial como simultánea.

La música y el lenguaje, por otro lado, deben cumplir dos requisitos si van a ser producidos, percibidos, comprendidos y recordados. En primer lugar, los elementos que forman la composición deben ser colocados en un orden jerárquico. En segundo lugar, la composición o declaración debe ser divisible en partes delimitadas y separadas que sigan patrones de conjunto -palabras, frases, notas, golpes-. Esto no se aplica a la imagen visual. La imagen visual puede tener algo parecido a este patrón, pero nunca es obligatorio o sistemático.

La mezcla simultánea o síntesis que se produce en el proceso de la percep-

**KEES. P. EPSKAMP**

*El artículo analiza el radiodrama desde el punto de vista cognoscitivo, la función que cumple, su lenguaje y los componentes de la señal audible.*

ción visual es sustituida por una síntesis sucesiva en el proceso de la percepción auditiva. En cierto sentido es por esto que las diferencias en los gustos musicales son menos arbitrarias que las diferencias en los gustos por la pintura o cualquier otra imagen visual. El observar una fotografía o una pintura depende de una percepción precisa de los componentes, los cuales nos son presentados todos simultáneamente y por el tiempo que lo deseamos.

### LOS PODERES PERSUASIVOS DE LOS SIGNOS

Primero debemos establecer una diferencia entre proyectar significados y utilizar signos. Si consideramos las aplicaciones prácticas de los signos, debemos hacer inmediatamente otra diferenciación; existen dos tipos de signos: señas y señales (symptoms and signals).

*"Un signo que es utilizado en forma completamente indeliberada, pero que es interpretado como un signo solo por el receptor, es una 'seña' (symptom); un signo dado deliberadamente es una 'señal' (signal)"* (1). Puede hacerse una distinción similar desde la perspectiva del receptor.

No es raro que un individuo trate de dar un significado particular a lo que dice sin que el receptor interprete el signo de la forma esperada. Si para el receptor la intención es captar el significado sin comprenderlo, hablamos de manipulación; si el receptor simplemente no logra captar la intención, la comunicación enviada por el emisor no surte efecto. Aunque por lo general es imposible verificar esta distinción, ésta resulta útil ya que revela ciertos mecanismos. Así, las señas (symptoms) son más convincentes que las señales (signals) porque no son premeditadas. Lo cual es una vez más una razón para imitar las 'señas' (symptoms) (2).

Si nos concentramos en la relación existente entre el signo y aquello a lo que se refiere, entonces hablamos de semántica. Esto requiere una forma de ordenar signos diferentes a la del uso de señas y señales (symptoms and signals). Respecto a la semántica, nos limitaremos en este punto a la división de signos en indicios, iconos y símbolos que hace C.S. Peirce.

Cuando una persona interpreta un indicio siempre lo asocia con aquello a lo que se refiere porque ambos son inseparables -conectados uno al otro ya sea en el tiempo o en el espacio-. Un ejemplo de esto es una caricia. Un icono es completamente diferente. Uno asocia un icono con el objeto al que se refiere por-

que hay una semejanza en cuanto a forma. Finalmente, un símbolo refiere a algo que resulta de una convención cultural, de un acuerdo. Nuestros antecesores acordaron en un momento dado que el león representaba la valentía, y nosotros seguimos haciéndolo por hábito. En este caso se puede hablar de una asignación de significado determinada culturalmente. En cualquier otra cultura podría muy fácilmente ser la liebre la que represente la valentía.

Existe una cierta jerarquía en estos tres tipos de signos a nivel de su grado de abstracción o distancia de aquello a lo que se refieren. El indicio puede ser considerado el más rudimentario; tanto el indicio como el objeto al que se refiere deben estar presentes más o menos en el mismo momento y lugar si el indicio ha de tener significado. Una vez más el icono es diferente. El icono puede tener significado incluso cuando el objeto al que se refiere no está presente en ese momento y lugar. El signo simbólico tiene cierta arbitrariedad porque es el resultado de un acuerdo voluntario. La persona que no esté consciente de esta convención acordada culturalmente puede malinterpretar su significado.

*El radiodrama utiliza fundamentalmente símbolos e indicios.*

Se dice a veces que utilizamos los iconos para atraer a otros, los indicios para convencerlos y (finalmente) los símbolos para dar la prueba. La universalidad de la música, el papel fundamental que juega el lenguaje en la cultura y, finalmente, el dominio de la palabra y la música en la radio sugieren que la preponderancia del ver sobre el oír sólo se aplica a los indicios e iconos y no a los símbolos. Después de todo, la palabra sí tiene demasiada fuerza de expresión.

Cuando se inventó el radio, el radiodrama era considerado tan solo una especie de teatro para ciegos. Sin embargo, más tarde, la gente comenzó a ver que esta característica del medio exige que los diálogos, la música y los efectos de sonido fueran utilizados según el conjunto de convenciones propias del medio. Los expertos en drama afirman que el radiodrama es una forma auténtica que comparte algunos rasgos tanto con la forma de drama teatral como con la

del drama fílmico. El radiodrama utiliza fundamentalmente símbolos (lenguaje) e indicios (efectos de sonido). Los efectos de sonido sugieren contacto con el oyente. El sonido del murmullo de árboles sugiere un contacto directo con el viento; el sonido del crujir de gravilla habla de pasos. Rejas que crujen, toques de puerta y el sonar estridente de trompetas son todos sonidos de contacto y dicen al oyente algo sobre su origen. El sonido significa algo -le dice a usted que algo está presente aunque no pueda verlo por la naturaleza del medio-. Es precisamente esta indicación de un origen que luego se convierte en una imagen en la mente del oyente, lo que se utiliza para crear suspenso. Si usted escucha un grito en la obra, pero no puede ver cual es la razón del mismo -eso puede significar una agresión deliberada o un choque. En principio le toca al oyente decidir.

### HECHOS Y FICCIÓN: EL ARTE DE ATRAER

Si usted quiere entretenerse, tendrá que divagar por el mundo de la imaginación, de la ficción. Si usted quiere informarse tiene que enfrentar la realidad, porque la información tiene que ver con la realidad. Los hechos y la ficción están en polos opuestos. Los hechos imaginarios no son realmente hechos, sino una aproximación de la realidad. Un programa de entretenimiento puede mostrar una representación muy fiel de ciertas verdades, pero la información objetiva que obtenemos de programas de entretenimiento es aún así diferente a la que se presenta en los diarios o en las noticias televisivas. Esto se debe a que el contenido objetivo de un programa de entretenimiento usualmente sólo corresponde al modelo general que colocará los hechos reales en amplias categorías o estereotipos. Se presentan imágenes reales en amplias categorías o estereotipos. Se presentan imágenes de profesiones, clases, gentes, razas, estructuras sociales e instituciones. Por esto es que los carniceros, médicos y otros a menudo protestan por la manera en que sus profesiones son representadas en estas producciones (3).

Además, de esta información "objetiva" impartida a través de la creación de imágenes, las producciones para el entretenimiento aportan información con un carácter ideal. Por lo tanto, el mundo imaginario del programa de entretenimiento se parece lo suficiente al mundo real como para proporcionar diversión: este programa debe también tratar problemas reales -problemas mari-

tales, problemas de autoridad y libertad, problemas entre generaciones, problemas de enfermedad y salud, etc.-. Reducir a sus términos más simples, cada historia es básicamente un "alegato" para una de las partes en el conflicto, o una formulación de un punto de vista respecto a una disputa (4).

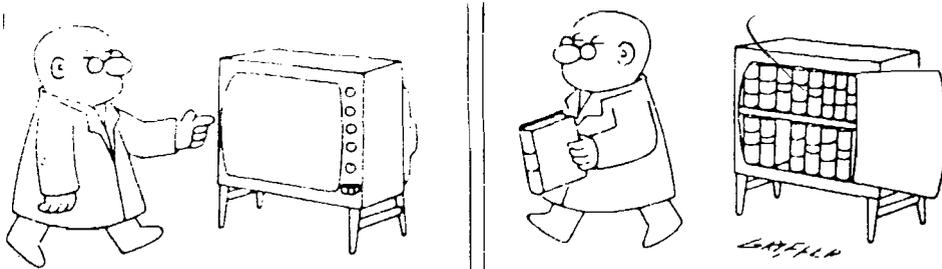
La forma en que se presenta este alegato es de hecho la formulación del mensaje. La información es valorada ahora precisamente debido a su forma; la representación está diseñada en su totalidad para ganarle la audiencia al lado que compite -para atraer a la audiencia-. También podría decirse que la forma externa es persuasiva: la audiencia se hace receptiva a la información ofrecida (5).

En este sentido la producción para el entretenimiento guarda semejanza con las formas contemporáneas de publicidad. Piensen en el siguiente ejemplo: una foto que anuncia un nuevo modelo de automóvil mostrando a una hermosa mujer recostada sobre el guardafango está diciendo en realidad "compre este auto y conseguirá una hermosa mujer también", o en todo caso "compre este auto y le será más fácil atraer a una mujer" (6).

Este anuncio para la promoción de la industria automovilística toma forma con fotos. El objeto que se promueve (la compra del auto) es suavemente traído al orden de algo que ya tiene un valor para el espectador (tener una bella mujer). No importa que ambas cosas no tengan nada o poco que ver una con la otra (7). El espectador es manipulado con fotos que son apreciadas por el consumidor. Signos que en la vida diaria son meramente sintomáticos para la relación hombre-mujer en la sociedad son elevados a nivel de señales (signals). En una forma deliberadamente casual, la norma implícita es representada como si fuera algo de todos los días.

## EDUCACION O ENTRETENIMIENTO

Los mecanismos utilizados aquí para persuadir o atraer a alguien pueden ser apreciados en diferentes tipos de historias, incluso las utilizadas con fines didácticos. Bal ilustra esto con un ejemplo sencillo. "Cuando un libro de geografía contiene la oración: 'Al glaciar le corresponde eliminar el excedente de masas de nieve, hay implícito mucho más de lo que expresan los signos lingüísticos por sí solos. La oración sugiere por ejemplo, que "alguien" asigna un trabajo a los fenómenos naturales. Por lo tanto también sugiere que las catástrofes sirven a un propósito -que son necesarias-. EL niño que deba



*aprender esto pensará dos veces antes de expresar abiertamente una aversión a las catástrofes (muertos cuatro turistas al deslizarse un glaciar). Aparentemente la naturaleza lo proporciona todo, por lo tanto debe haber un dios que asigne los deberes. En este sentido la oración revela mucho más; revela una visión de mundo" (8).*

Los libros de texto pretenden ofrecer información objetiva e imparcial. La ficción no pretende esto en lo más mínimo. Por esto es que las historias escritas para el entretenimiento y que dependen de la imaginación y visión del mundo del escritor presentan un modelo de realidad social que es por lo general normativo, pero la audiencia no se da cuenta de esto. El argumento del autor, tal como en el ejemplo de Bal del carro y la mujer, es presentado con otros medios que no son los simples signos lingüísticos. Esto no se debe simplemente a que el autor pueda presentar sus ideas a través de un diálogo de sus personajes, sino también a que el lenguaje que utiliza pueda recurrir a fórmulas e imágenes que le son familiares a la audiencia, y hay convenciones simples que puede utilizar para mantener claro el mensaje en su historia.

Una de las formas literarias de entretenimiento que cumple con estos requisitos y que es muy popular en América Latina es la novela. Hablando históricamente, cuando el realismo iba en ascenso la novela era vista básicamente como una historia romántica con una trama obvia y predecible y una serie de temas relacionados que tienen que ver con las virtudes humanas como la dignidad y la tentación; honor y deshonor y muchos otros "leitmotifs" similares.

## LA FORMA NOVELA

La novela siempre refiere a un conflicto interno en los personajes, cuyas vidas parecen determinadas por el destino. El tema, o la virtud humana, está siempre descrita en términos

de este conflicto interno, tal como la lucha personal entre la espiritualidad y la sensualidad, lo sagrado y lo profano. El lector o audiencia siempre se pregunta si la heroína se convertirá en monja o se casará después de todo. Según Leibowitz (9) la novela tiene otras dos características que tienen más que ver con la trama. Siempre hay un acontecimiento inesperado y un punto culminante significativo que implica la opción personal del personaje. El rasgo de suspenso que se toma de la novela de misterio se incluye por lo general en este punto.

Estos rasgos originales de la novela pueden ser apreciados en la actualidad en las fórmulas utilizadas para el melodrama y la telenovela, ambos productos de una industria de entretenimiento que debe atraer a sus consumidores de amplios segmentos de la población. Algunos ejemplos en América Latina son la fotonovela, la radionovela y la telenovela; los tres géneros hacen amplio uso de convenciones aceptadas. Mattelart (10) estudió un número de temas recurrentes y de estructuras de tramas en una selección de fotonovelas latinoamericanas. El problema que se expone en la historia es por lo general simple, claro y directo. En un momento crucial de la vida del protagonista, él o ella debe hacer una opción imposible entre ambiciones y felicidad, carrera y matrimonio, etc. Esta opción se toma por lo general en base a una selección negativa y la lucha se produce primeramente dentro del protagonista. Como el conflicto es interno, la forma novela no ofrece mucho campo de expansión. A nivel superficial el problema es completamente individualizado, lo cual quiere decir que se queda en una pequeña escala -dentro de los círculos familiares y de amigos por ejemplo-.

Aunque el amor y la armonía son la norma aceptada para las buenas relaciones dentro de este pequeño círculo, la historia tiene que ver con un momento individual de crisis que amenaza con

violador la norma compartida de armonía. La lucha emocional del protagonista amenaza con quebrantar los nexos mutuos. Como el problema es interpretado en términos sumamente emocionales de conflicto dentro del protagonista, experimentados con gran pasión en un tipo de "Storm & Dran" el sentido común no proporciona presagio alguno.

## EL ALEGATO PARA EL BIEN MAYOR

Lo anteriormente expuesto puede ser ilustrado con el siguiente ejemplo concreto. La relación entre la juventud y la generación mayor está asociada en la novela con ignorancia versus sabiduría, rebelión versus conformismo. La "naturaleza" de la juventud le ordena rebelarse contra la generación mayor. Pero . . . la verdad saldrá a relucir al final. Si, por ejemplo, el joven amor imposible resulta ser "lo verdadero" después de todo, los enamorados se casarán de seguro no por cumplir con una convención social, sino porque al fin y al cabo está en la naturaleza humana hacer del amor verdadero "algo eterno". Si este amor imposible se ve obstaculizado por una diferencia de clases, entonces por lo general la persona que tenga el estatus más bajo será asimilado al medio más rico. Esto implica inevitablemente una serie de concesiones por parte de la persona más pobre. El muchacho o la muchacha debe negar su origen y probar con su arduo trabajo y sus buenas acciones que merece estar en ese estatus más alto. El muchacho pobre promete a la muchacha rica que reanudará sus clases nocturnas en la universidad, o la muchacha pobre es ascendida de repente de la posición de sirvienta a la de secretaria antes de contraer matrimonio con su jefe.

El alegato a favor del "bien mayor" se basa completamente en dos normas implícitas. En primer lugar, la opción es individual. Una diferencia de clase es individualizada en vez de ser ubicada dentro de un contexto social más amplio. En segundo lugar, las pasiones y emociones humanas son atribuidas a la "naturaleza humana". Las convenciones culturales están presentes como factores naturales inevitables que rigen el destino del protagonista. No tiene sentido el luchar contra ellas. Al fin y al cabo, la adolescencia es una etapa biológica natural hacia la edad adulta. Otras formas que la sociedad o la cultura hayan podido poner en el contenido de la adolescencia no necesitan ser consideradas jamás.

La afirmación implícita del autor de

que las normas dominantes son también las correctas se tejen en la historia de una manera tal que el hecho que se defiende (por ejemplo la convención social de desigualdad social) se adecúa a los valores que el espectador, oyente o lector ya acepta sin problemas (que la gente por naturaleza no es igual), aunque el factor del que todo depende (la pobreza) tiene muy poco o nada que ver.

## EL RADIODRAMA Y LA NOVELA

La fotonovela es utilizada como instrumento de enseñanza en los cuidados de salud, para dar información acerca de alimentación infantil y otros temas que conciernen particularmente al trabajo que realiza la mujer en el hogar. Esto tiene buen sentido ya que, según Mattelart, las mujeres jóvenes pertenecientes a las clases más bajas son las mayores consumidoras de fotonovelas.

Katz (11) afirma que la telenovela es utilizada con fines informativos en Brasil y Perú. El tema más importante es señalar las diferencias de puntos de vista entre la generación joven y la adulta respecto a la modernización en la agricultura. En Perú, los problemas relacionados con la emancipación de la mujer fueron tratados en una telenovela. Esta serie fue criticada porque la forma convencional de la novela entró en conflicto con el mensaje que se quería dar y llevó a un alza de pseudo-conciencia.

¿Por qué pasa esto? Principalmente debido a que la "novela" revela una visión melodramática del mundo. Según los músicos el primer melodrama fue Pygmalion, una "escena lírica" corta con libreto de Jean Jacques Rousseau. Tiene un argumento simple pero el elemento innovador está en la manera en que Rousseau mezcla las palabras y la música. Melodrama significa en realidad "drama musical", es decir, una obra o parte de ella, o un poema en que la palabra hablada se contrapone a un fondo musical (12). Esta fórmula también resulta para la obra radial. Por lo tanto, parece que la forma narrativa de la "novela" se adapta perfectamente a las posibilidades de la radio.

Dada la capacidad de la radio de alcanzar a un gran número de personas analfabetas en las áreas rurales de América Latina, existe una historia larga en cuanto a los intentos de utilizar la fórmula novela para obras radiales, que proporcionen tanto entretenimiento como instrucción a la gente. Las radionovelas educativas son intentos por lograr que el oyente cambie sus ideas o su con-

ducta. Sin embargo, existen problemas; el radiodrama es un medio diferente a la televisión o la prensa. No obstante, como la "novela" muestra una visión melodramática del mundo, y como el radio está bien adaptado para darle a esta visión un énfasis lírico, también existe el riesgo de una posible instrucción o pseudo-emancipación.

Al igual que la "novela" un gran número de tragedias modernas y clásicas muestran en realidad una visión fundamentalmente melodramática del mundo, de la vida, que determina su forma orgánica y la reacción emocional de la audiencia. En ambas la catarsis es inevitable. Pero mientras el héroe de la tragedia está "dividido", el individuo melodramático permanece fundamentalmente "unido" a pesar de sus conflictos internos. Es decir: el héroe o heroína del melodrama es o bien un triunfador o triunfadora absoluto, o un perdedor o perdedora absoluto. En la tragedia es diferente ya que el héroe puede ser un perdedor en su victoria, o un ganador en su derrota (13). Así la tragedia no requiere de una estructura dramática en comparación con el melodrama, sino más bien de una alternativa en un estilo más sofisticado del mismo conflicto.

El drama educativo en escena, en TV o en radio puede tener varios objetivos: despertar la conciencia política, cuestionar los valores tradicionales, llamar la atención hacia la injusticia, proporcionar argumentos en contra o en favor de un tema y, en ciertos casos, apoyar directamente la resistencia. El resultado puede ser una sátira, una revista o una obra directa con un mensaje. Sea lo que sea, el melodrama es esencialmente la base de ello. El héroe tiene una causa por la cual luchar, y en esa lucha pierde o gana. El drama educativo exige esa franqueza al adoptar una posición en favor o en contra.

## OBSERVACIONES FINALES

La frontera poco definida entre la ficción y la realidad constituye un grave problema de la radio y la televisión. Tan pronto como la ficción es llevada a la no-ficción, puede ser utilizada con fines de manipulación. Esto se hace aún más grave cuando esta información es uniformemente diseminada y a escala masiva. La radio y la televisión son medios que hacen un llamado directo a nuestros sentidos; sólo esto les da poderes extras de persuasión.

Orson Welles, en su famoso radiodrama sobre un marciano imaginario que llega a la tierra, demostró que se necesita tan solo un cambio a nivel de forma-

tos de programa. Welles utilizó el formato de una transmisión de noticias en vivo para presentar un radiodrama. Con esta simple estratagema, Welles logró difuminar la frontera entre la ficción y la realidad de una forma tal que la gente se lanzó a las calles llena de pánico. Pareciera que el formato de reportero de noticias desde el lugar de los hechos, que fue utilizado originalmente

*Welles logro difuminar  
la frontera entre  
la ficción y la realidad.*

para indicar si era algo ficticio u objetivo, hubiera adquirido un valor de señal (signal) tan fuerte como el de la campaña y el perro de Pavlov. "Transmisión en directo ¡Debe ser verdad! Aterrizaron los Marcianos!"

El uso de historias cómicas, así como también trágicas presentadas visualmente en tiras cómicas, fotonovelas, televisión o cine con fines instructivos tienen una historia tan larga como la de los medios mismos. Muchos tipos de actividades educativas, incluyendo cursos de entrenamiento profesional en cuidados de salud y hotelería, hacen uso de videotapes y películas didácticas en los que el material educativo técnico está concentrado en "historias", -en entretenimiento-. La efectividad de este sistema depende, según Brett (14), del equilibrio existente entre el valor instructivo y el

valor de entretenimiento. El estudiante naturalmente no debe estar sentado esperando el próximo chiste, mientras pierde el mensaje educativo implícito en el contenido.

Los dibujantes y escritores en los mundos de la educación, el entretenimiento y la publicidad están todos conscientes de esto y tratan de encontrar el equilibrio adecuado sacando provecho de la información básica que el público ya posee. Y si usted tiene algo que decir al público, ¿por qué no combinar la forma y el contenido en una manera tan atractiva y persuasiva que estimule la imaginación de la gente?

Si entendemos por comunicación la confrontación de nuestras propias ideas con las de otros, entonces el entretenimiento prácticamente no "comunica" para nada, ya que esta es la forma que se basa completamente en la imagen de la sociedad que el público ya tiene. Desde esta perspectiva, es entonces perfectamente correcto pensar que alguien que quiera divertirse no tiene el más mínimo deseo de recibir un mensaje educativo, que por lo general requiere de un formato aburrido. ¿Pero cómo se hace entonces un programa educativo que sea atractivo? ¿Adoptando una fórmula que ya ha resultado popular entre el público en otros frentes? En América Latina la novela podría sin duda ser el formato apropiado. Pero hemos visto que la novela confirma de hecho las nociones dominantes acerca de la sociedad. Por ejemplo, el conflicto entre las normas sociales y las pasiones individuales es disimulado mediante el uso del suspenso. Este problema no es tan inherente a la sociedad o clase social en que la novela es tan popular, como lo es a la naturaleza del género mismo. Sin pasión ni suspenso este género definitivamente

no existiría. Al representar valores y normas como leyes de la naturaleza (symptoms) y no como convenciones acordadas por la gente, se recurre a la moralidad dominante y esta queda a la vez confirmada. La fórmula de la novela puede presentarse al radiodrama solo en la medida en que la lucha interna, el monólogo del protagonista, pueda ser representado. El lirismo, tan importante para el argumento de la novela, es consistente con el dominio de la palabra en el radiodrama. El suspenso, tan importante para la inmediatez de efectos de sonido y música en el radiodrama, es un ingrediente de la novela. Lo único que puede lograr que esta combinación de género y técnica sea positiva para fines de instrucción y enriquecimiento personal es que uno pueda ver en la radionovela la opresión retratada como destino personal. Esto sólo puede lograrse poniendo claro que el héroe o heroína no está tan atrapado en una red de sus propias pasiones (naturaleza), como lo está en una red de convenciones sociales y culturales (cultura). Sólo de esta forma pueden romperse nociones estereotipo. Lo que está aún por verse es si el género de la novela puede ser adaptado en esta forma y seguir siendo efectivo como radiodrama con fines educativos.



**KEES P. EPSKAMP**, holandés, realizó estudios de antropología cultural en la Universidad Estatal de Leiden, Holanda, y seguidamente asistió a los cursos de entrenamiento pedagógico en la Escuela de Teatro de Amsterdam. En la actualidad trabaja en el Centro para el Estudio de la Educación en países en vías de desarrollo (CESO) en La Haya. Dirección: CESO Postbus 90734 2509 LS 's-Gravenhage La Haya - Holanda

#### NOTAS

- 1.- Bal, M. De homo semioticus en zijn interpretatie van de werkelijkheid. *Hollands Maandblad*, 1979, No. 374.
- 2.- Ibid. op. cit. p. 18; Zoest, A. v.: *Semiotiek, over tekens, hoe ze werken en wat we er mee doen*; Baarn, Ambo, 1978, p. 47.
- 3.- Peters, J.M. in: *Amusement in de massamedia: informatieve en persuasieve functies; referenten van het vijfde Vlaamse Congress voor Communicatiewetenschappen*; Lovaina, Centro de Medios de Comunicación, 1973; p. 17.
- 4.- Ibid., op. cit. p. 19.
- 5.- Ibid. op. cit. p. 19/21.
- 6.- Bal, op. cit. p. 15.
- 7.- Peters, op. cit. p. 21.
- 8.- Bal, op. cit. p. 15.
- 9.- Leibowitz, J.: *Narrative purpose in the novela*; La Haya, Mouton Publishers; 1974; p. 15.
- 10.- Mattelart, M.: *La cultura de la opresión femenina*; Ediciones ERA; México D. F.; 1977.
- 11.- Katz, E. y Wedell: *Broadcasting in the Third World; promise and performance*; Harvard University Press; Cambridge/Massachusetts; 1977; p. 186/187.
- 12.- Smith, J.L.: *Melodrama*; Methuen and Co. Ltd.; Londres; 1973; p. 1/2.
- 13.- Ibid. op. cit. p. 7/10.
- 14.- Brett, S.: *Comedy and education: Educational Broadcasting International*; 12 (1979).

---

---

# MONSTRUOS Y DEMONIOS del cine

---

---

Algunos le llamaron "séptimo arte" tempranamente, otros prefirieron "máquina de sueños". Por supuesto, no faltaron quienes creyeron descubrir en aquél aparato un "instrumento de Satanás". Pero cuando unos y otros se calmaron y, antes que pudieran hacer nada, el cinematógrafo ya estaba entre nosotros como un hecho. De eso hace ya ochenta y nueve años.

Como en otras formas de expresión, en el cine se ha reflejado la forma de ser y de ver del hombre de este siglo. El cine ha dado forma, unas veces conscientemente y otras inconscientemente, a la historia misma del hombre del siglo XX. De ese modo, cuando nuestros herederos quieran saber cómo fuimos, tendrán en nuestro cine -incluso en el que vimos y compramos, tratándose de países que no produjeron cine propio- una imagen bastante fiel de lo que llegamos a ser o de lo que ambicionamos ser y nunca logramos. En la historia del cine aparecerán nuestros temores, nuestros sueños, nuestros logros, nuestras frustraciones... nuestros demonios y nuestros monstruos.

No hace falta ser filósofo, o adoptar la postura de la crítica histórica, para constatar los vaivenes de nuestro cine y nuestra literatura, de nuestro arte y de nuestra música, al unísono con la curva de nuestra historia política. Muchos son los que han hablado de la relación que existe entre crisis social o económica y expresiones artísticas. El Expresionismo alemán, por ejemplo, surge al final de la primera guerra mundial, como un escape a lo que supuso la guerra para ese pueblo. En España, después de la guerra civil de 1936 a 1939, empieza una racha de películas históricas ("*Locura de amor*", "*Agustina de Aragón*", "*La leo-*

*na de Castilla*", etc.), como si se tratase de buscar refugio en el pasado glorioso de España a la grieta profunda que había abierto la guerra, al tiempo que se justificaba o legitimaba la dictadura triunfante. En Estados Unidos, a la raíz de la crisis económica de 1930, ocurre algo semejante: es la época de Drácula, Frankenstein y King-Kong. Y, a la vuelta de los años, después de la guerra de Vietnam, vuelve el gusto por lo desconocido, la ciencia-ficción, la incertidumbre del futuro. . . los monstruos y los demonios.

El cine que consumimos -norteamericano en su mayoría- nos contagia, hasta sin querer, de las crisis del vecino del norte. La penetración cultural llega más lejos, y se convierte en crisis cultural compartida. El asesinato de John Kennedy, el caso Watergate, la "caída" de Richard Nixon, por citar algunos hitos de la historia política de los Estados Unidos en los últimos quince años, han producido un arte -y sobre todo, un cine- claramente preocupado por los monstruos, aunque muchas veces lo haya disimulado con un romanticismo anacrónico, como fue el caso de "*Historia de amor*" (Love Story) a comienzos de la década de los setenta.

Los monstruos y los demonios del cine, sobre todo de los últimos veinte años, comprenden una gama variada: desde los seres salidos de la novelística del siglo pasado (Fantomas, Drácula, el Hombre-Lobo), hasta los seres deformes de Buñuel y Bergman. Sobre todo, los demonios toman una forma característica en la cinematografía de los Estados Unidos con el advenimiento de Mulligan, Kubrick y Friedkin, hasta el emigrado Polanski.

Los monstruos y demonios del cine

JOSE LUIS SAEZ

*Los "monstruos" las "crónicas negras", los "demonios" y la "ciencia-ficción" con todas sus caracterizaciones a través de la historia del cine son enfocados desde una nueva óptica.*



"Los mellizos del terror" ("The other") de Robert Mulligan, 1972.

mundial no son precisamente fantasmas para asustar a los espectadores pusilánimes, como decía Karl C. Jung, sino verdaderos símbolos de la tortura espiritual de las épocas de crisis. Naturalmente, los monstruos norteamericanos se diferencian de los europeos, y sobre todo de los alemanes de la época de la primera guerra mundial, en que sus "criaturas" son pura materia sin fondo espiritual, y "llenar a las gentes sencillas del sobresalto que da el miedo no intuitivo" (1). Quizás, el infantilismo del hombre de la calle, y la mala información que poseía el norteamericano promedio en la época de la depresión, hizo posible el comercializar con esos monstruos. La época era propicia en todo sentido, y una vez manipulado el gusto del público, los "monstruos" se hicieron cosa obligada en el cine norteamericano. En cierto sentido, la razón es válida para explicar la vuelta al cine de terror a partir de la primera década de los años setenta.

El problema de los "monstruos" del cine norteamericano, tanto en la década de los treinta como en la actualidad, estriba en lo intrascendente de sus obras. La mediocridad del tratamiento artístico y dramático echa a perder la profundidad de algunos temas, como sucedió con las novelas y cuentos de Edgar Allan Poe. Una película de esa época no puede lograr otra cosa, cuando la volvemos a ver cuarenta años después, que hacernos reír. Lo mismo sucedió hace unos años con "El Exorcista" -una novela mediocre y una película positivamente mala-, "Carrie" y otros esperpentos de los últimos cinco años.

La primera etapa del cine de terror

en los Estados Unidos se caracterizó por la influencia del estrellato. Lon Chaney -el hombre de las mil caras- y Boris Karloff, dominan la escena. Más que temas de terror, son personajes terroríficos que se convierten en personajes taquilleros. El cine comercial de esa etapa desempeña una función social: el recurso del miedo colectivo actúa como sedante en una época de crisis e incertidumbre colectiva. Cuando el público se cansa de los "monstruos", se recurre a crear una nueva forma de terror: el enemigo concreto. Es la época de las películas de guerra y de las "crónicas negras". El alemán ladino y torpe, y luego el oriental sospechoso, se convierten en la amenaza colectiva en nuevos "monstruos" y "demonios". Era preciso entonces crear cierta conciencia colectiva que facilitara, en los años cincuenta, la infortunada "caza de brujas" de McCarthy.

Una nueva modalidad del cine de terror, que ha vuelto a cultivar el cine norteamericano, es el recurso a la llamada "ciencia-ficción", como si tratase de cerrar el círculo que abriera el mago francés Georges Méliés llevando a la pantalla, en la época de la inocencia y el desenfado del cine, los cuentos de Julio Verne. Así, en la década de los sesenta y setenta, reaparece el tema de la invasión de otro planeta o del control de las criaturas mecánicas creadas por el hombre mismo. Ese es el caso de "2001: Odisea del espacio", de Stanley Kubrick, y la más reciente "Guerra de las galaxias", de George Lukas. La diferencia de tratamiento de los temas en el cine norteamericano y en el cine europeo -pongamos por ejemplo la obra de Alain Resnais "Je t'aime, je t'aime",

(1968)- estriba en algo más que la habilidad artesanal o la cualidad artística de uno u otro. Mientras el cine europeo trata de hacer un estudio del problema secular del tiempo, el cine norteamericano se entretiene en depurar una forma vacía de contenido o en una pretenciosa explicación quasi-filosófica, sin otra finalidad que el éxito taquillero, como hará una y otra vez con "Tiburón" y sus secuencias. Lo mismo que le salieron novias e hijos a Frankenstein, ahora le salen a la ballena mecánica.

El estudio pormenorizado del género de terror, de los "monstruos" y "demonios" del cine norteamericano -o al menos del cine que nosotros consumimos-, requeriría páginas y más páginas. Aunque sólo quisiéramos hacer una lista de las películas (desde el "Viaje a la Luna" de Méliés hasta "Encuentros cercanos del tercer tipo", de Stephen Spielberg), sería preciso emborronar muchas páginas. Baste, por ahora, con una historia breve del Mal en el cine.

#### EN LA INFANCIA DEL CINE

Las primeras imágenes que desfilaron en una pantalla ante un puñado de curiosos reunidos aquella noche de diciembre de 1895 en el Salón del Boulevard des Capucins, fueron las de un grupo de obreros saliendo de la fábrica de los hermanos Lumière al mediodía. Y cuando les llega la oportunidad a los cineastas españoles, una de las primeras imágenes que nos brinda la cámara de Eduardo Jimeno en 1897, es la salida de los fieles del Templo del Pilar en Zaragoza. Obreros que salen del trabajo, fieles que salen del templo, un tren que se detiene en el andén, hombres y mujeres que pasean por la avenida: son las primeras imágenes tambaleantes de un arte -ya aparecieron algunos apresurados que lo calificaron de arte-, que nació con vocación de documental, y que nos iría acostumbrando a mirar las cosas desde un ángulo nuevo.

Y la historia se repite cuando el invento de los Lumière llega al Caribe. Gabriel Beyre primero, y después el empresario cubano Enrique Díaz Quesada, filman el Parque del Palatino o al ambiente cosmopolita de La Habana en agosto (1906). Los hermanos Robiou, en agosto de 1894, exhiben las primeras vistas documentales dominicanas: la visita del Presidente Ulises Heureaux a los festejos de la Restauración en Santiago, captadas por un extraño aparato que llevaba el pomposo nombre de "Stereopticon". Y, en la segunda década del siglo XX, las cámaras de Don Salvador Stúñiga y Adán Sánchez captan la llegada de

Lindbergh a Santo Domingo, las procesiones de Semana Santa en la Capital o, simplemente, los personajes pintorescos que deambulan por sus calles.

Cuando el cine recurría a divertimos con esas escenas breves de la vida -tan parecidas a "La comida del bebé" o "El regador regado", de los Hermanos Lumiere-, nos hacía pensar también, sin el mohín de quien se toma demasiado en serio, y nos ponía un espejo para que nos viésemos más parecidos a como realmente somos. De esas escenas con la frescura de la primitivo, al cine humanista de Chaplin, pasaron varios años. Pero, la llegada del vagabundo genial ya se apuntaba en ellas.

Cuando el invento de los Lumiere empieza a tomarse en serio, un joven cineasta norteamericano descubre las posibilidades de expresión del nuevo medio, y se propone como meta enseñar a los espectadores a mirar la realidad que les circunda y mirarse a sí mismos. "Mi empeño -decía David W. Griffith- es hacer que la gente aprenda a ver". Y frente a los ojos del público norteamericano, que a duras penas aceptaba las propuestas de Woodrow Wilson en pro de la Reconstrucción, Griffith hizo desfilar la imagen -su imagen- de la realidad social norteamericana y sus raíces.

Desde la sencillez provinciana de "El sombrero de New York" (1912), al barroquismo de "Intolerancia" (1916), el drama social norteamericano nos puso frente al afán del hombre que lucha por su seguridad contra el Mal y en pro de un Bien duradero. El complejo histórico-cultural en que se mueven Griffith y sus contemporáneos, da origen a una simbología del Mal como negación, en contra de una imaginaria del Bien como afirmación de los mismos valores que

fundamentarían el credo político de esa nación. La guerra de "El nacimiento de una nación" (1915) es un mal en sí, porque arrasa con cuanto el hombre había logrado construir (hogar, tierras, tranquilidad), pero también sería un mal dejar que los "otros" acaparasen todo eso y, de libres pasasen a ser esclavos. Frente a la guerra, los personajes de Griffith se comportan como quien no tiene otra salida: unos y otros -los "nuestros" y el enemigo- se sienten impotentes frente a una fuerza superior que parece convertirse en personificación del Mal: la misma guerra, que nivela a unos y otros en la misma tragedia colectiva.

Los personajes de Griffith, y en general del cine social norteamericano de los años veinte y treinta, se convierten en estereotipos del Bien o del Mal, o simplemente en "buenos" y "malos". Como ocurre en las telenovelas, el bueno es siempre bueno y sufrido y, en la mayor parte de los casos, es de origen humilde, pero noble corazón. El "malo", por el contrario, es siempre malo, y fácilmente se convierte en explotador del bueno, que queda reducido a la impotencia o perseguido si exige que se le haga justicia.

Precisamente por la influencia del cine social norteamericano, y más adelante del llamado "cine negro", hasta nuestra concepción del héroe ha sido afectada, y asociamos ciertas nacionalidades o razas con la bondad o maldad innatas del protagonista. Sospechamos del oriental, por muy bueno que demuestre ser, vemos algo torcido en el que acusa un acento germano, o simplemente acusamos de vividor al que tiene todas las trazas de ser mejicano. El estilo de actuación, de marcada influencia teatral, a que obligaba el cine

mudo, contribuyó a la creación de esos estereotipos.

El mundo en que están encerrados los personajes del cine de Griffith, se convierte en una versión popular de la tragedia griega. El "fatum" de la guerra de secesión -a pesar de los prejuicios sureños del director norteamericano-, la lucha de clases o, simplemente, el egoísmo que convierte al hombre en verdugo de sí mismo, representan esa amenaza constante del Mal que cambia de cara, pero no muere. En el mundo de Griffith, como en el poema de William Blake, "la crueldad tiene un corazón humano, y los celos un rostro humano. . . y el misterio tiene el vestido de hombre".

No es preciso recurrir a una encarnación individual y personal del Mal, porque el Mal mismo utiliza los disfraces del hombre, que hubiera preferido la escapatoria de un "pecado original" para calmar sus afanes de lógica, y responsabilizar a otro de los males que no puede esquivar. El triunfo del Bien, como en el caso de "Intolerancia", agudiza la atmósfera de ambigüedad de ese mundo ideal del cine social norteamericano de la década del veinte. El "final feliz" oculta la verdadera realidad de la tregua: el Mal no ha sufrido una derrota definitiva, y permanecerá sometido, como adormilado, hasta que cambie su máscara y salga a dar una nueva batalla, amparado por las sombras de una sociedad que le da vida cada vez que cree encontrar el Bien definitivo.

A fin de cuentas, los personajes de Griffith luchan por llegar a un punto en que el Mal -y el supremo Mal es la Muerte-, no tenga dominio sobre ellos. Unos y otros se esfuerzan por alejarse del dominio de la Muerte y, como dice George Bataille, quisieran poder borrar las huellas de su esfuerzo por huir de la muerte. "El horror que los ricos tienen de los obreros, el pánico que se apodera de los pequeños burgueses ante la idea de caer en la condición obrera, es porque, a sus ojos, las pobres gentes están más que ellos bajo la amenaza de la muerte. Y algunas veces esos caminos de suciedad, de impotencia, que descienden hasta la muerte, son más que la muerte misma, el objeto de nuestra aversión" (2).

Aparte del escándalo provocado por "El nacimiento de una nación", y del aparente fracaso de la "única fuga cinematográfica", como llamó Terry Ramsay a los cuarenta rollos de "Intolerancia", el romanticismo social de Griffith legó al cine una imaginaria, quizás incipiente y un tanto ambigua aún, del mal social. Esta serviría para que el austria-



"El resplandor" ("The Shining") de Stanley Kubrick, 1980.

co Eric Von Stroheim ("*Greed*", 1924), y el inglés Charles Chaplin ("*The Gold Rush*", 1925), le diesen forma definitiva.

En su afán de decir la verdad, tal como la veía, Eric Von Stroheim creó una nueva forma de "narrativa visual", emparentada con la narrativa social de la década de 1920-1930. A base, simplemente, de una metáfora simultánea -recuérdese la escena de la boda en "*Avaricia*" (1924), mientras desfila en silencio un entierro-, el director austriaco dotó al cine norteamericano de una retórica nueva. "*Dirán algunos que tengo tendencia a ver lo sórdido -diría Stroheim en 1956 en una especie de "credo" cinematográfico-. Es que hablo de lo que la cortesía y el buen tono quieren que no se hable, porque lo que se hace a escondidas explica el comportamiento a plena luz, y no es posible disociarlos*". En una especie de "subrealismo" incipiente, el "hombre de las cien caras" cambió la cara del mal social, aunque permaneciera idéntico su origen y su realidad: el Mal es algo irremediable e ineludible que toma carne en el hombre y le convierte en fiera que busca su presa entre los hombres.

A partir de 1903, con la aparición de la primera película del Oeste (*El robo del Gran Rápido*, de Edwin S. Porter), el cine norteamericano elaboró paulatinamente la fórmula dramática del género que sería su representante típico: el "western".

A mitad de camino entre la epopeya y el poema lírico, el "western" encontró su fuente de inspiración en la literatura de Samuel L. Clemens (Mark Twain), Bert Harter, Max Brand y J. Fenimore Cooper, aparte de la lista sin fin de aventuras del legendario coronel "*Buffalo Bill*", Cody, y las baladas de los "*minstrels*" de fines del siglo XVIII.

Al igual que la epopeya, el "western" supone una determinada visión del mundo y del hombre. En ella se identifican la naturaleza y el hombre de tal modo que, el pionero y el legítimo propietario de la tierra, es decir, el indio, encarnan los dos polos de la lucha que se escenifica en las llanuras resacas del Oeste entre las dos fuerzas inevitablemente antagónicas, el Bien y el Mal.

Si el cine de Griffith y Von Stroheim recurrió a la creación de estereotipos expresionistas, forzado por la naturaleza del cine mudo (rostros típicos, rasgos regionales precisos, e incluso atuendo propio del "malo" y el "bueno"), el "western" de los años veinte perfila aún más esos estereotipos, simplificando el esquema del "bueno" y el "malo" para

contar la historia de una nación de emigrantes.

Las baladas de héroes tan discutibles como Billy the Kid, Calamity Jane, el Juez Roy Bean, John Ringo o Jesse James (3), así como el papel simbólico que fue adquiriendo el paisaje mismo del Oeste, convirtieron en epopeya lo que no hubiera pasado de melodrama, aunque fuese Europa, y no América, la que supo interpretar estos símbolos. "*Llanuras de una inmensidad gris -decía Louis Delluc-, montañas tan llenas de luz como la misma pantalla, hombres y caballos. . . la fuerza tremenda de una vida tan simple que permite admirar la belleza, la armonía y el contraste, y alumbra con un chispazo de humanidad el amor y la venganza que brotan de ella*

*Como sucedía con el "WESTERN"  
el film de guerra llegará a caricaturizar la  
encarnación de los "Buenos" y los "Malos".*

misma" (4). He ahí los ingredientes del género que verdaderamente dio Norteamérica al cine mundial.

Antes de finalizar la década de los años veinte, aprovechando el atractivo que ofrecían las memorias de los veteranos de guerra, la industria del cine emprende la manufactura de un nuevo tipo de epopeya: el film de guerra.

Valiéndose de noticieros y de metraje filmado por unidades del ejército norteamericano, King Vidor reconstruyó una crónica neutral, ni pacifista ni militarista, como dice él mismo, de la guerra como un mal inevitable y absurdo. Su obra "*The Big Parade*" (1925), en la que no podía faltar el toque melodramático del raso norteamericano y la joven campesina francesa (John Gilbert y Renée Adorée), fue uno de los primeros intentos exitosos de un género que volverá a surgir con cada episodio bélico que protagonicen los Estados Unidos -Europa en 1945, Corea en 1950 y Vietnam en la década de los sesenta.

Como sucedía con el "western", el filme de guerra llegará a caricaturizar la encarnación de los "buenos" y los "malos". El Mal cambiará de cara, y una vez tendrá rostro severo o inmutable, como el Führer, y otras los ojos oblicuos. Pero, como el Maligno de la literatura hebrea, siempre será extranjero. Por supuesto, el Bien insistirá en llevar la máscara del joven campesino norteamericano,

no, obligado a correr y matar por no se sabe qué ideales.

Entre 1925 y 1926, aparece en los escenarios de Broadway y en las pantallas de Hollywood, un personaje nuevo que desplazará, aunque sólo sea provisionalmente, a los glamorosos maniqués del cine musical de los años veinte, con un lenguaje callejero, impropio del refinamiento barato de la sala de cine. El "gangster" acaparará gran parte de la producción de Hollywood, hasta que los sectores escandalizables de siempre, obliguen a Will Hays a retirar de la circulación esos "retazos de la Depresión", que tanto herían la sensibilidad forzada de la "American Legion" y de las "hijas" de la Revolución.

El "cine negro", con sus dosis estimulantes de chirriar de ruedas y claqueteo de ametralladoras, y su galería de anti-héroes (Buck Raymond, Al Capone, Rico Bandello, Tom Powers o Duke Mantee), dio en poco tiempo un giro a los gustos del público joven de la Norteamérica de los años treinta (5).

Como sucedía con el cine del Oeste, los anti-héroes del cine de gangsters estaban sacados de las páginas de los archivos criminales, o simplemente de los reportajes periodísticos de la década de 1920 a 1930. Aparte del atractivo popular de este género en todo el continente, que sacó del anonimato a tres grandes figuras del mundo de los "malos" -Edward G. Robinson, James Cagney y Humphrey Bogart-, el "cine negro" pretendía poner al descubierto el fracaso institucional de la sociedad norteamericana, que se mostraba impotente ante la aparición de uno de los tantos fenómenos incontrolables de la crisis económica de los años treinta.

El anti-héroe de "*Millones fáciles*" ("*Quick millions*", 1931) de Roland Brown, confiesa que es demasiado nervioso para robar, y demasiado apático para trabajar. Pero, un hombre es estúpido -confiesa el personaje- si "pretende meterse en negocios legítimos, cuando puede forrarse bien con sólo aplicar los negocios al crimen organizado".

Frente a los que se consideran "bue-

nos ciudadanos”, el anti-héroe: responde es el caso de Tom Powers en “El enemigo público” (“*The Public Enemy*” 1931), de William Wellman- que no ve la diferencia que hay entre matar en defensa de la Patria, y matar para eliminar a una banda rival (6).

En realidad, el cine negro constituye una modalidad del cine social norteamericano, que más adelante adoptará una cara nueva con la aparición del llamado “cine de confesión” -“Millie” (1931), de Henderson Clarke, parece haber sido la obra que inauguró la corriente-, de tono melodramático, que intentaba retratar otro de los problemas de la Depresión: el fracaso moral. Este género, como dirá Richard Griffith en su historia del cine americano, era “una respuesta a la frustración de la mujer de clase media que había gustado el lujo y la aventura que le prometía la civilización industrial, y no veía otro camino para lograr hacerlos realidad en el mundo económico de los años treinta, que no fuese negociando con su cuerpo” (7).

En ambas modalidades del cine social norteamericano -el “cine negro” y el “cine de confesión”, el mal social se encarna siguiendo moldes similares a los del cine del Oeste. Interesado, ante todo, en lo documental y lo periodístico, sin ahondar en las raíces sociales del problema del gansterismo o la crisis moral, el cine norteamericano de los años treinta creó sus propios “demonios” (el hijo de unos emigrantes italianos, convertido en “enemigo público”, por ejemplo), en vez de someterse a la autocritica, como sucederá en la década de los sesenta con directores de la talla de Dalton Trumbo, Robert Altman, Arthur Penn o Sam Pechinpah (8).

La imaginería del Mal en esta etapa de la infancia del cine norteamericano estaría incompleta sin la mención del ci-

ne de terror que, de la mano de Paul Leni (“*Waxworks*”, 1924), ejerció su influencia en Hollywood a partir de 1931 con la obra de Tod Browning “*Drácula*”, basada en la centenaria novela del irlandés Bram Stoker.

Aunque el género terrorífico no era nuevo en el cine -el primer ejemplo lo constituye “*Le manoir du diable*” (“La mansión del diablo”, 1896), de Georges Méliès, y en Norteamérica probablemente “*Frankenstein Trestle*” (1902), de la American Mutoscope & Biograph-, la influencia del expresionismo alemán importado, se hizo sentir sobre todo en la producción de los años treinta, cargada de símbolos que, el divismo de Bela Lugosi, Boris Karloff y Lon Chaney convertiría en “pura materia sin meollo espiritual” (9).

La resurrección del mito de Prometeo, en el caso del Dr. Frankenstein, así como la reaparición de zombis, momias, vampiros o monstruos humanoides, refleja además “una postura hostil al progreso científico”, que coincide con una crisis económica y social, y representa una escapatoria para el espectador que quedaba satisfecho con la explicación que se daba a fenómenos a todas luces sobrenaturales. La reaparición de los “monstruos” del primitivismo religioso medieval o las criaturas de Edgar Alan Poe y Victor Hugo, representa además la actualización del mito del pecado original a base de símbolos “más o menos claros, creados por un deseo de purificación” en una época de inestabilidad (10).

La aparición de “*King Kong*” de Ernest B. Schoedsack (1933), una especie de versión doméstica del mito de la Bella y la Bestia, marca el comienzo de un tipo de cine de consumo, que parecía haberse abandonado con la aparición del sonido. Debido a las dificultades que re-

presentaban los estudios de sonido para el rodaje, los trucos de Méliès tuvieron que abandonarse en favor de las películas musicales. Pero, en ese año de 1933, con la introducción del procedimiento de “back projection” y el uso de maquetas en miniatura, se abrió la posibilidad de renovar el cine fantástico, que había iniciado Zecca en 1901.

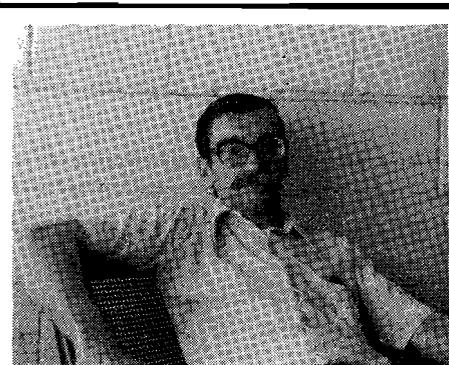
La historia del enorme gorila que es llevado a la gran ciudad -así le ocurrirá más tarde a Tarzán-, y exhibido en el escenario del “music hall”, que luego huye con su favorita para acabar acribillado a tiros, constituye una historia pueril- la historia del cine norteamericano de dos décadas, como dice el historiador francés Georges Sadoul.

Como en la derrota decisiva de la Bestia de Harmagedón (Apocalipsis 16, 16, 19, 11), el final feliz de las películas de terror confirma la esperanza del hombre en el triunfo final del Bien sobre los males, aunque siempre quede la incógnita de si también podrá triunfar sobre el Mal, que volverá a reproducirse una y otra vez en la interminable lista de “hijos” y “espíritus” de King Kong y Frankenstein (11).



#### NOTAS

- 1) Manuel Rotellar, “Lo terrorífico en el cine”, Revista Internacional del Cine, año I, núm. 5 (Diciembre 1952), p. 49.
- 2.- G. Bataille, La literatura y el Mal (Madrid: Taurus, 1959), p. 49
- 3.- Cfr. Jean - Louis Hieupeyrou, Le Western on le cinéma américain para excellence (Paris: Ed. du, Cerf, 1953), p. 34.
- 4.- Citado por R. Griffith en The Movies (New York: Bonanza Books, 1957), p. 89.
- 5.- El fenómeno no era totalmente nuevo en el cine norteamericano. Ya en 1914, Louis Gasnier, de la Casa Pathé, iniciaba el serial “Las peripecias de Paulina”, bien conocido entre nosotros, que apuntaba algunos de los elementos del género. Cfr. A. Cauliez, Le Film criminel et le film policier (Paris: Edu, du Cerf, 1956).
- 6.- Cfr. Stephen L. Karpf, “The ganster Film”, en D.E. Staples (ed.) The American Cinema (Washington: VOA, 1973), p. 255 ss.
- 7.- R. Griffith, op. cit., p. 275
- 8.- Sobre la imaginería de los demonios en la literatura de habla inglesa, véase J. Navone, “El Mal y sus símbolos”, Concilium, n. 92 (Febrero 1974), p. 213-17.
- 9.- Manuel Rotellar, “Lo terrorífico en el cine”, Revista Internacional del Cine, año I, n. 5 (Diciembre 1952), p. 48.
- 10.- Ibid., p. 46.
- 11.- Para una lista de las recreaciones del cine de terror, véase la filmografía de M. Rotellar, op. cit., p. 92-93.



**JOSE LUIS SAEZ**, español-dominicano, es profesor de periodismo cinematográfico en el Departamento de Comunicación Social de la Universidad Autónoma de Santo Domingo. Realiza crítica de cine en *El Nuevo Diario* de Santo Domingo. Entre sus publicaciones se cuentan “Teoría del Cine: apuntes sobre el arte de nuestro tiempo”; “La prensa de celuloide: lecciones de periodismo cinematográfico”

Dirección: Apartado 76, Santo Domingo, República Dominicana

## La educación por



José Ignacio López-Vigil

*Pudimos haber imaginado una controversia entre emisoras comerciales y emisoras educativas. Pero es un tema algo gastado, que se habría resuelto en líricas declaraciones y en mutuas acusaciones, sin mayor trascendencia para la práctica de las emisoras educativas. En cambio, situamos el tema de la controversia al interior de lo que es hacer hoy radio educativa con sentido de lo popular. Cómo concebir lo educativo sin violentar la especificidad del medio radio y, por el contrario, potenciando sus características al servicio de lo popular.*

*Así, esta controversia no es una disputa académica medieval. Es un encuentro y desencuentro de opiniones y experiencias sobre caminos reales, provenientes de gente que los ha andado y desandado y que sigue haciéndolo.*

*Sujeto y tema de la controversia es José Ignacio López Vigil, productor y formador de larga tra-*

**CHASQUI:** *Alguna gente plantea que la radio como medio de comunicación no tiene ningún valor ni posibilidad para la educación. Aunque sea una tesis un poco vieja, hay gente que todavía la mantiene con mucha seriedad. Se afirman en que la radio es un medio impersonal, unidireccional, unisensorial; que por tanto es la antítesis de cualquier proceso educativo. ¿Qué dirías tú al respecto?*

**JOSE IGNACIO:** Creo que esa caracterización de la radio como medio unidireccional, unisensorial, tiene sólo parte de razón. Por supuesto, en América Latina muchos educadores populares se han desencantado de la posibilidad educativa de la radio, y hay todo un movimiento en los setenta por preferenciar los medios grupales buscando más participación, más diálogo, un proceso educativo más bidireccional, lo cual también es correcto.

Sin embargo, me parece que muchos de los que han pasado a los medios grupales o que han desestimado la posibilidad educativa de la radio lo hacen por no saber cómo utilizar este medio. Yo he visto en América Latina muchas experiencias de combinación de medios grupales con el medio masivo radio que muestran una enorme potenciación mutua. Pero sin siquiera buscar este tipo de combinaciones, creo que al interior mismo del medio radio hay también suficientes experiencias -no teorías, tal vez, pero sí suficientes experiencias- que muestran el valor educativo de la radio. Cuando caracterizamos la radio como medio vertical, estamos echándole mano a una definición clásica que no se corresponde a las prácticas reales que ya se han hecho de educación popular a través de la radio.

**CH.:** *Pero aun si aceptáramos que la ra-*

*dio tiene potencial educativo, en todo caso ésta habría quedado como pariente pobre frente a la televisión. Así que en cualquier caso sería un medio en decadencia, ¿o no?*

**JOSE IGNACIO:** Creo que la radio no entra necesariamente en competencia con la televisión. Muchos han escrito artículos sobre el gran valor de lo visual dentro del campo educativo, pero hay también otros que han hecho lo contrario: que la radio deja un espacio mucho más amplio a la imaginación, y la imaginación es básica en todo proceso educativo. En todo caso, creo que es una discusión un poco estéril para nosotros, cuando en nuestro continente sigue siendo mayoritaria la incidencia de la radio respecto a la televisión en las capas populares; la radio sigue siendo no el pa-

*pasa a la pág. 42*

# RADIO

*yectoria en el campo de la producción radiofónica educativa y popular. José Ignacio no tiene pelos en la lengua, habla con convicción, urgencia y pasión. Además, CHASQUI deliberadamente planteó preguntas provocadoras con el ánimo de obtener respuestas indiscretas. Reaccionan ante él Ana María Rodino, Helena Pinilla, Esmeralda Villegas, José Cabanach y Pedro González-Llorente. Participaron en el Curso Especializado de Radiodrama dictado por Radio Nderland en CIESPAL, en Quito, y todos son "hacedores" de radio educativa. Eduardo Contreras Budge entrevistó a José Ignacio, y éste no estuvo presente ni tuvo derecho a réplica en la conversación colectiva que preparó y coordinó Ronald Grebe López. Por razones de espacio, CHASQUI tuvo que recortar temas e intervenciones.*



*De izq. a der.: Esmeralda Villegas, José Cabanach, Ana María Rodino, Helena Pinilla y Pedro González-Llorente.*

**JOSE CABANACH (Bolivia):** La radio tiene una forma de ser tal que si se la violenta, si se hace otra cosa, deja de ser radio. Y aquí viene un problema de quienes trabajamos en sistemas de enseñanza formal por radio: corremos el riesgo de violentar ese sistema, ese método de la radio. En Bolivia hay emisoras que están trabajando en educación formal a distancia para adultos; algunas de las emisoras aplican el sistema de la clase: el profesor explica la lección por radio, lo que interesa solamente a los alumnos inscritos en un curso y a los que se les ha dado previamente unos folletos que ellos van siguiendo a través de las explicaciones radiales. En Santa Cruz de la Sierra hemos visto la necesidad de cambiar un poco el sistema y de no ofrecer solamente clases como tales; sino pequeñas revistas radiales que puedan ser seguidas por los alumnos pero

también por quienes no lo son. Eso sí, aplicando toda la metodología de enseñanza, pero tomando muy en cuenta el medio radio. Es una experiencia única que recién se está implementando pero que resulta de años de experiencia. Las demás emisoras educativas siguen con sus sistemas. La nuestra era la única emisora que seguía exactamente el sistema ECCA.(CH: Emisoras Culturales Canarias, origen del modelo).

**ANA MARIA RODINO (Argentina):** Lo que hay que tener claro es primero que medio estamos utilizando; lo educativo viene después. En cualquiera de los medios podríamos plantear posibilidades y recursos que se nos ofrecen y también obstáculos o límites.

Creo que la clave está en potenciar las posibilidades de cada medio y salvar sus limitaciones. Otra posibilidad importante es trabajar con la combinación de los

medios. Pero hay otro aspecto: generalmente se suele plantear qué medio se escoge, con un balance cuidadoso de pros y contras de cada uno. Pero no siempre podemos elegirlo, y en lugar de partir de una selección de medios un poco artificial y teórica, hay que ponerse frente a las posibilidades reales.

A mi me preocupa también qué pasa en el caso de la educación formal. José Ignacio nos lanza un montón de desafíos, entre otros, que no podemos seguir haciendo la clase tradicional, y que además debemos pensar siempre en términos de audiencia abierta, porque la radio es un medio masivo. Cuando esto queremos aplicarlo a una educación formal, se suelen encontrar grandes problemas: por ejemplo, con los docentes, que están acostumbrados a una manera de hacer la

*pasa a la pág. 47*

riente pobre, sino el pariente de mayor convocatoria, de mayor penetración. En ese sentido, el primer argumento para la elección de la radio en la educación popular responde a la masividad del medio respecto a otros de menos alcance.

**CH.:** *En América Latina hay una proliferación enorme de emisoras radiales. Muchas se autocalifican de populares, en el sentido que 'llegan al pueblo' y responden a 'lo que éste quiere'.*

**JOSE IGNACIO:** Muchas veces se ha entendido por "radio popular" una especie de popularización o de divulgación de la comunicación radiofónica tradicional, como si la radio popular fuera una especie de hermana menor de la radio profesional. Esto hay que romperlo: No somos parientes, sino enemigos. Es decir, hay una confrontación, un antagonismo entre la radio popular y la radio tradicional: a nivel de objetivos, de productores, de metodologías, de producción.

Si nos interesa precisar bien la popularidad de la nueva radio, de la radio nuestra, es para definirla como proyecto autónomo respecto al modelo tradicional de radiodifusión y por autónomo, frontalmente antagónico.

**CH.:** *Hay definiciones ideológicas, teóricas y prácticas de lo que es una radio popular. Se definiría por su compromiso militante con el proyecto histórico popular. Ahora, ¿cómo se traduce esto en la programación? Por un lado, en la protesta, la denuncia, y el llanto verbalizados; por otro, en sólo difundir música 'comprometida', canciones protesta. Y así cada hora, cada día ¿Va por ahí la cosa, si se quiere ser de veras popular?*

**JOSE IGNACIO:** Creo que es un error de muchos educadores populares que somos mucho más impacientes que el pueblo al cual servimos y seguimos inductrinando, manipulando: donde antes se anunciaban jabones o refrescos ahora se anuncia revolución, pero seguimos con la misma metodología verticalista, impositiva. Se cambia el contenido, pero no se cambia ni la metodología (participativa, dialogal) ni lo que yo considero fundamental en lo popular, que es el cambio del productor.

Hay que cambiar al productor de esos contenidos: ¿quién hace la protesta, la denuncia? Allí es donde se decide lo popular de un programa y de una programación. Hay muchísimas experiencias de radios militantes superagresivas en su forma y su contenido, con una línea ideológica muy clara y, sin embar-

go, siguen siendo verticales; son muy directivas porque los productores siguen siendo los profesionales, los portadores del saber (sacado de las aulas de la universidad o de grandes estudios), los que ahora inductrinan al pueblo con la misma metodología vertical, cambiándole simplemente los contenidos. Creo que por allí no va el camino, creo que se trata de cambiar el productor.

**CH.:** *Pero cambie o no el productor, ¿va a ser sólo denuncia? Muchos han planteado -vivenciado- que los propios sectores populares también quieren tener sus alegrías y su vida cotidiana reflejadas en la radio y no sólo el llanto, la denuncia verbal permanente.*

**JOSE IGNACIO:** Bueno, en el cambio del productor vamos a descubrir ese balanceo de una programación que toma no sólo aspectos agrios de la vida, no sólo los aspectos de reivindicación, básicos

**Hay una confrontación,  
un antagonismo  
entre la radio popular  
y la radio tradicional.**

en una programación popular, sino que toca todos los aspectos de la vida. Cuando definimos la radio como medio masivo, esa masividad no sólo pasa por una audiencia abierta, no sólo pasa por tocar a muchos sectores populares a los que se dirige la emisora. Entiendo que la masividad pasa también por tocar todos los aspectos de la vida, las alegrías y las penas.

Cuando una radio solamente está en plan de protesta, en plan reivindicativo, o cargando la programación con programas supuestamente educativos, se pierde de vista la enorme variedad que hay en la vida de una persona, aspectos que van desde el entretenimiento más tonto hasta el compromiso más serio. Todos esos lados de la vida que tocan a lo emocional, lo afectivo, el descanso, la alegría, el dolor, la fiesta (y que toca también, por supuesto, la lucha organizada para cambiar las cosas) forman parte también de la definición de masividad en una radio popular. Y en eso el pueblo nos enseña una paciencia, una sabiduría, una relativización de muchos apresuramientos y de muchas impacencias de los educadores populares.

He conocido emisoras muy radicales, muy buenas, muy comprometidas en la

lucha popular, que sobre 16 horas de programación tenían 14 de programas educativos facturados por ellos mismos, por los "profesionales" y, por cierto, 14 horas de programas educativos todos en línea dura y militante. Yo creo que la primera militancia de un comunicador o de un educador popular, es dejar que el pueblo milite, es hacer que el pueblo hable, que produzca conocimientos. Ese mismo pueblo se encargará de balancearnos la programación, recogiendo todos los aspectos de la vida, desde los más triviales hasta los más radicales.

**CH.:** *Veamos la programación educativa en una radio popular. Más allá que sea programación para los sectores populares, y por benévola que sea, existe la creciente sospecha que son programas aburridos. ¿Hay que sobrellevar ese aburrimiento en aras de un fin educativo? La educación radial, sobre todo la más formal y escolarizante, ¿está condenada a aburrir para educar? ¿Acaso sirve entonces?*

**JOSE IGNACIO:** La enfermedad número uno de nuestros programas educativos es el aburrimiento. No son programas radiofónicos -porque no respetan el lenguaje dramático de lo radial- ni educan a nadie, porque no se escucha. Creo que este problema ha llevado a muchos comunicadores a desilusionarse de la capacidad educativa del medio radio, los ha llevado a brincarse a otros medios ligeros, buscando mayor participación y diálogo, pero posiblemente repitiendo el aburrimiento a niveles pequeños, que para el caso es lo mismo.

La piedra en que chocan muchos productores de radio educativa es la pesadez, el aburrimiento. Piensan que por radio pueden repetir el mismo rollo que se largan en un salón de clase. Pero, claro, en un salón de clase tú, por lo menos, puedes ver un garabato en el pizarrón o te entretienes viéndole las piernas a la maestra. En radio tú no ves nada. En radio simplemente recibes una, dos voces, un conductor y una conductora soltando un rollo educativo. Y esos formatos, que suelen ser siempre la charla, el diálogo, están mal hechos además, porque dentro de ellos habrían mil recursos, efectos de sonido, música, lenguaje gráfico, que se tendrían que utilizar. Pero ni siquiera eso utilizamos.

**CH.:** *Obviamente, tú crees que la educación radiofónica no puede ser aburrida si se quiere que sea educación. Veamos entonces cómo, porque ahí está el problema.*

**JOSE IGNACIO:** ¿Cómo hacer que esas clases por radio no sean clases a través

de la radio, sino que sean clases radiofónicas, educación radiofónica? Yo creo que el desafío es dramatizar la información, dramatizar los contenidos educativos. Hay que traducirlos a formatos dramáticos, radioteatralizados, sociodramatizados, incluyendo recursos musicales, efectos de sonido, un tipo de lenguaje realmente radiofónico y popular. Esto es un desafío, porque la rutina, además de la falta de tiempo o de capacitación, suelen ganarle la pelea a los productores de la radio educativa.

Un segundo elemento básico en esta traducción al lenguaje radiofónico de los contenidos educativos es el humor. El aburrimiento viene porque ni hacen llorar, pero tampoco hacen reír a nadie. Son programas insípidos, incoloros, inodoros; son programas que no logran cautivar a la audiencia que no está matriculada, pero tampoco logran retener en el dial a los alumnos que siguen esos cursos. ¿No es realmente una tortura, después de trabajar toda la jornada, tener que soplar una clase de estos de una hora o media hora, con dos locutores hablando conceptualizaciones y sin ningún humor? Pienso que el humor es clave en toda pedagogía, y mucho más en la pedagogía de adultos. Siempre está el viejo refrán de los abuelos de que la letra con sangre entra. Es mentira. La letra entra con risa. La educación popular pasa mucho por la risa, por el humor. No es casual que nuestro continente tan oprimido tenga toda una resistencia de fiestas, de picaresca, precisamente para poder sobrellevar la carga de esa misma opresión. Claro, ese humor no es hacer tres o cuatro chistes y mal pegados dentro de una clase aburrida. El humor es todo un estilo, toda una manera de enfocar la cosa, de simpatizar y empatizar con el oyente.

**CH.:** Esta despreocupación por el aburrimiento, ¿no tendrá que ver con una actitud similar respecto a la audiencia abierta? El hecho es que inicialmente se parte con una noción de la radio llegando a audiencias cautivas (literalmente cautivas): los pequeños grupos, la misma noción de escuelas radiofónicas, etc. Lo que vemos en varias emisoras educativas populares es una grave despreocupación por el potencial de audiencia abierta. En algunos casos encontramos que la radio dice "si, tenemos una audiencia abierta muy grande" y pasan a definirla en términos del área de cobertura radial. Así, toda persona, desde bebidos hasta moribundos, es parte de esa monumental audiencia abierta. Pero si uno insiste en cuánta gente efectivamente escucha, rara vez habrá un dato fidedigno, y se van al otro extremo, es decir, no pueden sino reducir de, digamos, unas doscientas mil personas falsamente potenciales, a no más de quinientas o mil personas que están efectivamente controladas, porque siguen algunos cursos. ¿Tú crees que realmente hay desaprovechamiento o desconocimiento de este potencial de audiencia abierta, o es más bien una opción deliberada para favorecer el seguimiento grupal e interpersonal, y contra la masificación y la impersonalización?

**JOSE IGNACIO:** Creo que tocas uno de los problemas más graves de las radios educativas: El famoso conflicto no resuelto todavía entre audiencias abiertas y audiencias controladas. Ya a mí esa palabrita de audiencias "controladas" me da un poco de sospecha en tanto a control; audiencia cautiva me huele a cautiverio; allí hay algo que está raro. Yo pienso que hay que redefinir la relación de esos tres elementos: emisoras, grupos más organizados de audiencia y grandes mayorías o lo que se llamaría audiencia abierta. Para mí es un absurdo, un desconocimiento del medio el dirigir una programación o un programa con una audiencia potencial, ponerle tú de medio millón de personas, dirigirlo a grupos cerrados a lo mejor de 20 a 30; ni que sean mil personas.

Creo que es un absurdo, porque se está violentando la naturaleza masiva del medio, y cuando hablamos de masivo no estamos hablando de masificante, sino de una audiencia mayoritaria. Se están confundiendo los medios, se está pensando que la radio puede ser una especie

de altoparlante, una especie de casa de cursillos o un centro de promoción con una bocina para teledirigir esos cursillos. Estos se dan bien para 40 o 50 personas en un taller o en un seminario, pero si se teledirigen mediante la antena exclusivamente a grupos de radioescuchas creo que se violenta la naturaleza del medio.

Con muy buena voluntad, con el afán de apoyar a los grupos organizados, estas emisoras han perdido de vista la relación con sus audiencias. Cuando hablamos de que la emisora tiene que fortalecer a los grupos organizados, ese fortalecimiento no es tanto que la emisora dirija programas a grupos pequeños, dejando descolgada y olvidada a la gran mayoría. No, precisamente allí es donde entra en juego el concepto de un nuevo productor. Es decir, fortalecer a esos grupos organizados no consiste tanto en dirigirles programas a ellos, sino en hacer que ellos sean los nuevos productores, en brindarles la fuerza del medio de comunicación para que ellos hablen a las grandes mayorías a través de la emisora.

Allí pienso que está la inversión de un medio popular: no tanto en dirigirle programas a audiencias controladas y reducidas, sino en hacer que esas audiencias, esos grupos más concientizados, con un nivel de organización mayor, se proyecten a las grandes mayorías a través de la fuerza masiva de un medio de comunicación que uno pone en manos de ellos con un proceso de capacitación, naturalmente, y con una orientación técnica, porque tampoco es el populismo de entregar sin más un micrófono o una programación al primer dirigente que venga a hablar.

**CH.:** Con esto nos asaltan dos dudas. La primera es el caso de los programas educativos. Precisamente lo que alegarán los propulsores de programas educativos más formales es que efectivamente dirigen sus clases a alumnos los cuales esperan una serie de requisitos formalizadores del proceso: inscripción, seguimiento regular, deberes, exámenes, acreditación del estudio. Y claro está, este proceso educativo más formal no es para todos, ni para audiencia abierta, sino para un grupo que quiere el rigor de estudios acelerados de equivalencia. Lo que tú planteas parece demagógico o, en el mejor de los casos, es respuesta a otro asunto, no a la cuestión de brindar explícitamente educación formal.

**JOSE IGNACIO:** Sí, es más problemático el que los alumnos sean productores de conocimiento para los mismos alumnos. Es más complicado porque esos alumnos no manejan la información que supuestamente debe darse a través del programa educativo de alfabetización, de primaria, de educación básica.

Pero me parece que sigue siendo válido el principio de que la radio es un medio masivo y por lo tanto su audiencia tiene que ser una audiencia masiva.

*El humor es todo un estilo, toda una manera de enfocar la cosa, de simpatizar y empatizar con el oyente.*

El desafío tendría que ser el que esos programas educativos formalizados (por ejemplo, el sistema ECCA) que a lo mejor se dirigen a quinientos o a mil alumnos, sean de tal manera interesantes, radiofónicamente válidos, dramáticos (entendiendo por dramático el lenguaje propio de la radiodifusión) que interesen a los no matriculados, a las amplias audiencias que no tienen ningún esquema o cartilla al frente, no están matriculados, que ni siquiera les interesa educarse por la radio. Deben ser programas entretenidos. Y esto es posible hacerlo, porque hay muchas experiencias que ya lo han hecho: han cautivado, no en el sentido de cautiverio sino de entusiasmo, de audiencias muy grandes. Después, por X razones se ha ido regresando a la rutina y al aburrimiento. Pero es posible hacerlo.

**CH.:** *La segunda duda es respecto a entregar el micrófono a grupos populares. Hay gente que quizá con un paternalismo sutil (y a veces hasta mal intencionado) dice: "bueno, le damos entonces el micrófono a los grupos populares para que se expresen sin más, y allí ya tendremos radio popular". Y en muchos casos lo seguirán con un "¡vean, yo les dije!" cuando los grupos populares no logren dominar completamente el medio. Es decir, se les deja indefensos ante la complejidad de la producción radial y luego se dice "¿ven ustedes?: los grupos populares todavía no están listos, debemos seguirlos guiando, etc."*

**JOSE IGNACIO:** Sí, creo que una entrega sin más de los micrófonos, de los programas o hasta de la programación, sería

*No se trata de enviar  
a los dirigentes  
o a la gente del pueblo  
a sacar un master o  
un título en  
comunicación social.*

un populismo, un basismo barato. Y esto por dos razones: primero, porque hay todo un proceso de aprendizaje, de capacitación para dominar la técnica de producción radiofónica. Esto no se aprende así no más. Hay todo un proceso para lograrlo. Por supuesto, hay que aprender técnicas de producción popular, es decir, no valen los mismos modelos de producción de la radio tradicio-

nal. O sea, cuando hablamos de la complejidad de la técnica de la producción radial no me refiero yo a una especie de tecnicismo o pseudo-profesionalismo de la radio tradicional. Pero no cabe duda que hay que aprender a hacer un argumento, hay que aprender a manejar una entrevista, o a conducir un audiodebate. Esto no se aprende por nacimiento sino por práctica, por repetir prácticas, por evaluar prácticas.

Pero en segundo lugar, sería un error el dar el micro así sin más, porque el mismo pueblo ha introyectado, ha llamado la ideología dominante. Ella está latente, fermenta en el interior del oprimido, de tal manera que cuando el pueblo toma la palabra muchas veces está sacando fuera los mismos criterios consumistas, la misma ideología que trata de combatir. Entonces, no es sin más que se pueda entregar el micrófono al pueblo.

**CH.:** *Entonces tú vas a defender la idea de capacitación, tanto técnica como ideológica. ¿Pero quién capacita al capacitador, cómo capacita este capacitador sin imponer sus concepciones técnicas, y sobre todo las ideológicas?*

**JOSE IGNACIO:** Vamos por partes. Sí, sin duda esto supone un proceso de capacitación. Pero no se trata de enviar a los dirigentes o a la gente del pueblo a sacar un Master o un título en Comunicación Social. Es un proceso muy humilde, muy sencillo: hacer, revisar lo hecho, volver a hacer, volver a revisar, meter la pata una, dos y cuatro veces. . . y volverla a sacar; es ir a todo un proceso de capacitación desde la práctica, desde la producción para que ellos vayan siendo mejores productores de radio, para que manejen mejor las técnicas radiofónicas, y para ir también decantando toda la ideología contraria que se ha filtrado en nuestros esquemas de pensamiento, en nuestra manera de ver al mundo y de accionar sobre el mundo.

Yo sí creo también que en ese darle el micrófono al pueblo, tenemos también una serie de conceptos, preconceptos, prevenciones. A nivel de lenguaje, por ejemplo, cuando uno entrega el micrófono al pueblo, nosotros los cultivados, los de un lenguaje pulido, nos sorprendemos y nos choca el lenguaje áspero, crudo, muchas veces incorrecto, incoherente del pueblo -incoherente desde nuestra coherencia cultural, chabacano desde nuestro lenguaje urbano. . .

Así como el pueblo requiere todo un proceso de capacitación para dominar la técnica y definir mejor sus ideas, también nosotros los productores dizque

profesionales necesitamos una capacitación para comprender esa voz popular. Nosotros necesitamos también una capacitación, una recapitación, un reciclaje para descubrir una nueva técnica popular de producir, y para saber entender el lenguaje del pueblo.

Muchas veces he visto productores profesionales que acaban sumamente insatisfechos de las producciones populares en las que lo técnico, sin ser discutido, pasa a un segundo plano; en donde hay otra manera de armar el argumento en un radioteatro, en donde hay otra manera de interpretar los actores, en donde hay formatos distintos a los que a nosotros nos gustarían, en donde la noticia no es objetiva: está comentada, y comentada muy intencionalmente. Y a nosotros, con todos nuestros esquemas de producción tradicional, nos sorprende, nos choca, y tratamos de domesticar nuevamente al pueblo. Yo creo que nosotros también tenemos que someternos a un proceso de capacitación para aprender. Y esto a partir del nivel del lenguaje. Nos choca enormemente el lenguaje popular y no lo comprendemos, ¿verdad? Responde a otra cultura; tenemos otras palabras para expresarnos y tratamos entonces que el pueblo se exprese según los criterios técnicos e ideológicos que nosotros utilizamos.

Entonces, ni populismo de dar sin más el micrófono al pueblo, sino todo un proceso de capacitación popular. Pero recalco al mismo tiempo que tampoco nosotros estamos exentos de ese mismo proceso de capacitación.

**CH.:** *Hemos visto casos de algunas radios culturales y populares que entienden que el rescate cultural, la "elevación cultural" de los sectores populares se traduce en una entrega de la cultura "culta". Así, transmiten óperas o un concierto comentado mediante la lectura previa de lo que puede estar en la carátula del disco o en algún folletito o página de una enciclopedia musical. Eso sería entonces una elevación y hasta un rescate de lo cultural. Es un rescate de las garras de la música chabacana, populachera; es un rescate del gusto estético atrofiado. ¿Qué te parece tal posición?*

**JOSE IGNACIO:** El rescate pasa mucho por una especie de metodología negativa. Más que dar cosas, más que trasplantar cultura se trata de quitar bloques, quitar "autodesprecios" que tiene el pueblo respecto a su misma cultura, fruto evidentemente de tantos años de hacerle creer que lo suyo no es cultura, que cuando más puede tener el

nombre de folclore. Bach y Beethoven, en cambio, nunca serían folclore. Una fiesta india se cataloga en el mejor de los casos, con una especie de conmisericordia, como folclore. Yo creo entonces que el rescate pasa mucho por esa vía negativa de abrir puertas para

**Hay que darles prioridad a los productores reales y concretos que tienen en sus manos las emisoras educativas.**

que el pueblo tenga toda su expresión cultural en los medios de comunicación. Sin puritanismos, sin perfeccionismos, sin los moralismos típicos de nuestra cultura. Esos conciertos de música clásica con explicación previa creo que no responden ni a su gusto musical ni a la larga logran nada. Estoy pensando en varias emisoras que hacen esto, que incluso han metido un piano de cola dentro del estudio de grabación para tratar de "culturar" y "cultivar" la sensibilidad del pueblo. Es una especie de colonialismo musical inútil.

Pero sin llegar a esos niveles tan absurdos, uno piensa en tantas emisoras en que se toca a Julio Iglesias y no se toca la música de las chicherías. Y uno se pone a ver cuál es la diferencia entre este cantante o cualquier otro: José Luis Rodríguez, Marco Antonio Muñoz, o el que sea. . . ¿Cuál es la diferencia entre estos cantantes y nuestros guitarristas de chichería, nuestros guitarristas de bachatas, como diríamos en Dominicana? Bueno, que uno tiene una orquesta muy buena y que otro tiene una guitarra vieja con dos cuerdas rotas.

Tengo una experiencia muy linda allá en Radio Enriquillo (Rep. Dominicana): durante dos o tres años nosotros mismos en la programación eliminábamos músicas muy de chichería porque eso estaba tan connotado de valores machistas, etc. Sin embargo, una vez que le dimos entrada y chance en la programación, el mismo pueblo, poco a poco, al interior de su ritmo y de sus letras muy simples, fue elaborando toda una canción de protesta. Ahora, a unos siete años de la experiencia, uno encuentra ahí las mejores canciones de protesta, que responden realmente a la idiosincracia de nuestro pueblo; las encuentra uno saliendo de las guitarras viejas, de la pulpería, mucho mejor que la canción protesta que pueda elaborar un Silvio Rodríguez, que

es medio incomprendible en su letra para el campesino.

Pienso que es, por resumir, una vía negativa de dejar hacer, de permitir, de dar entrada y de conducir, comadronear, ayudar a parir a esos músicos populares, a esas expresiones populares culturales, ir decantando, ir viendo cómo se va construyendo una nueva manera de expresión musical.

**CH.:** *Alguna gente plantea que es realmente una fortuna para las emisoras educativas culturales y populares, que no hayan estado desde el inicio comunicadores profesionales orientando y conduciendo la programación. ¿Cómo ves tú, a través de tus experiencias la situación del comunicador profesional que se quiere insertar en estas labores?*

**JOSE IGNACIO:** Yo en ningún momento trataría de subestimar el valor que pueden tener carreras universitarias en comunicación, ni muchísimo menos la grandísima buena voluntad que puedan tener compañeros universitarios que tratan de hacer comunicación popular: en absoluto subestimo eso. Sin embargo, a mí la experiencia de los talleres de capacitación que he dado me indica que los menos preparados para esta producción popular son muchas veces los que creen que saben, los que vienen de institutos, de centros, de universidades. En uno de los últimos cursos que di, en Puno, Perú, yo diría que de los 20 participantes había unos 5 o 6 que habían pasado por una capacitación profesional de radio, y en las prácticas que hicimos yo creo que ellos eran los que más inválidos estaban, es decir, los peores dentro del estilo de trabajo que llevábamos en el taller. ¿Por qué? Primero, porque ya vienen con muchos esquemas preconcebidos, ya vienen con una conciencia de creer que saben, tienen la idea que ellos ya son profesionales y están muchas veces bloqueados para escuchar la voz popular y para acercarse más democráticamente al pueblo, para hacer que el pueblo produzca.

Igualmente pienso ahora en un taller que tuve en Bolivia. Los compañeros venían ya no de las aulas de comunicación social, sino que venían de ser maestros, que venían de normales, y que eran profesores por radio: eran los más inválidos también para hacer esas clases educativas radiofónicas; tenían tal cantidad de actitudes directivas, verticalistas, que te resultaba bien difícil invertir las reglas del juego, hablar de compañero a compañero, a través del micro. Estaban bien condicionados por su extracción de maestros.

Y en otros talleres de locución, los locutores que ya vienen con su carnet de locutor, que han hecho sus cursos de locución, están de tal manera condicionados, están de tal manera afectados en su voz, en su lenguaje, en su construcción sintáctica, en su entonación, que el trabajo con ellos, más que enseñar a hacer, consiste en deshierbar el campo, en desbloquear; y se le va a uno cantidad de tiempo en desbloquear esas falsas ideas de lo que debe ser un buen locutor, de lo que debe ser un buen profesional de la comunicación.

¿A qué se deberá esto? Yo creo que a todos los preconcepciones, al falso profesionalismo y, también hay que decirlo, al que en muchas aulas de nuestras universidades y en muchos centros de formación en comunicación social no se hace otra cosa que traducir al castellano los manuales gringos, traducir prácticas y modelos de comunicación tomados de fuera, tomados del enemigo, tomados del colonizador, y los alumnos piensan que están realmente capacitándose en radio y no están haciendo más que repetir -y mal repetir muchas veces- el modelo tradicional de fuera. Hay que hacer un replanteamiento de fondo, de lo que se llama comunicación social en nuestras universidades latinoamericanas, e inventar desde América Latina, desde nuestro pueblo, otra manera de hacer radio, es decir, radio popular.

**CH.:** *Recapacitar y 'desapacitar' a los capacitadores es una enorme tarea que tenemos por delante. ¿Cómo ves tú, desde tu experiencia, las prioridades en capacitación de grupos populares, universitarios y otros? ¿A qué tipos de personas le das tú prioridad en la capacitación y sobre todo, qué tipo de aspectos son los prioritarios en estos momentos para la capacitación?*

**JOSE IGNACIO:** Bueno, respecto a quién hay que darle prioridad es relativamente fácil de responder: hay que darle prioridad a los productores reales y concretos que tienen en sus manos las emisoras educativas, los programas educativos. Ellos son los que están produciendo día a día con enormes dificultades los programas alternativos y a ellos hay que echarles una mano en la capacitación.

Por supuesto hay que ir enrolando en esa producción popular también a los productores potenciales, es decir, a mucha gente, a muchos dirigentes, a muchas personas del pueblo que deben tener acceso a la producción en una nueva radio.

En cuanto a los temas, a los forma-

tos, ¿qué es lo que preferenciamos nosotros en los talleres que estamos dando? Para mí una preocupación constante en esos talleres es el problema del lenguaje. Yo creo que mucho de la comunicación popular se juega y se decide en el lenguaje. Lo hablábamos un poco antes. Cómo hacer que nuestros productores, antes de enredarse en técnicas, en modos de producción, en formatos radiales, descubran la enorme riqueza, el enorme valor educativo del lenguaje popular. Cómo incorporar en nuestros programas educativos el refranero, las expresiones, los giros. Cómo hacer que todo el vocabulario popular, la riqueza de la expresión popular, se incorpore de modo habitual y no entrecomillado al lenguaje de los productores radiofónicos.

Hay que nacer de nuevo, como decía Jesús a Nicodemo, hay que redescubrir, hay que aprender a hablar de nuevo. Nosotros hemos sido deformados por todo un lenguaje conceptualista, teórico, abstracto, discursivo, o toda una sintaxis enredadísima, con todo un rollo (porque yo creo que lo nuestro no es más que un rollo). . . . Cómo nacer de nuevo, cómo aprender a hablar de nuevo en el lenguaje del pueblo. Con la gracia, con el humor, con la vivacidad, con el graficismo, con el ejemplo constante como manera de argumentar que tiene el

*Hay que nacer de nuevo,  
hay que redescubrir,  
hay que aprender  
a hablar de nuevo.*

pueblo. Allí es donde nosotros ponemos el primer asunto en los talleres de capacitación.

**CH.:** Pero eso no agota el asunto, ¿verdad? ¿qué sucede con la capacitación propiamente radiofónica?

**JOSE IGNACIO:** No, no es todo, y enfatizaba un aspecto que creo esencial. Pero una vez partido de ese problema del lenguaje creo que hay que darle mucha preferencia a los formatos que más permiten la participación popular y a los que más permiten la producción popular. A mí siempre me ha llamado la

atención en los manuales de radio, incluso en los manuales de radio popular, cómo se descuidan formatos enormemente participativos, cómo siempre echamos manos a formatos clásicos: se habla de radioteatro, pero no se habla tanto de sociodrama, porque el radioteatro supone toda una batería y toda una profesionalización que a lo mejor una doña vendedora de papas no tiene acceso a ella. Sin embargo, al sociodrama tiene acceso todo el mundo. ¿Por qué preferenciamos al radioteatro y no preferenciamos al sociodrama, un formato sin libreto sólo bien caracterizados los personajes, con un argumento fabricado por el mismo pueblo? ¿Por qué preferenciamos tanto, vamos a decir, a la mesa redonda, formato en que se seleccionan personajes, muchas veces especialistas, para tratar un tema, y no preferenciamos, la entrevista abierta, la entrevista comunitaria, el audiodebate? Eso es lo que hacemos nosotros en la mayoría de los talleres que damos: darle mucha preferencia a los formatos en los que el pueblo puede participar.

**CH.:** Reflexionando un poco sobre tus experiencias, tu propia capacitación en tanto productor y capacitador: ¿Qué es lo que sacarías tú como lo más provechoso en cuanto a tu propio aprendizaje?

**JOSE IGNACIO:** Bueno, yo he tenido la suerte o la desgracia (no se cuál de las dos) de no haber recibido capacitación profesional en producción radial. He tenido un poco de autodidactismo, un poco de querer aprender desde la práctica. Ahora, yo he escrito muchos libretos malísimos y sigo escribiendo libretos bastante mediocres. De todas maneras, a mí la experiencia en varias series radiofónicas que he producido o coproducido con otros compañeros me ha dado sí muchas pautas. Una primera pauta que he descubierto es esta importancia del lenguaje popular para la producción popular. Otra pauta que he ido descubriendo es la enorme importancia de lo humorístico dentro de los libretos que he producido. He visto cómo libretos a lo mejor argumentalmente más malos, técnicamente más malos, gustaban más y tenían más impacto en la audiencia por el género humorístico que se había adoptado. Y a lo mejor otros libretos muy serios y muy perfectos gustaban menos, aunque estuvieran mejor facturados. Insisto mucho en este asunto del humor como clave para lo educativo popular.

Bueno, uno ha aprendido así sus cosas: haciendo cosas. Y ese mismo proce-

so que uno ha vivido a nivel personal, y que ha visto vivir a otros compañeros, de alguna manera uno trata, no de repetirlo, pero sí de aprovecharlo para los talleres de capacitación. La metodología que utilizo y que utilizan otros compañeros en los talleres de capacitación no es nada teórica (ni siquiera hay pautas previas a los formatos que se van a ejer-

*Hay que darle mucha  
preferencia a los  
formatos en los que  
el pueblo pueda participar.*

citar): es hacer. Claro que con unas pistas mínimas de cómo se hace un formato, pero bien mínimas. Es hacer y aprender de las metidas de pata.

Yo pienso que hacer radio es como nadar. Uno a lo mejor ha leído diez manuales de natación y acaba ahogado en la piscina. Es tirándose en el agua y dándose unos buenos ahogones que uno puede aprender a nadar. En la capacitación es lo mismo. Yo he aprendido que la gente aprovecha mucho más cuando hace las cosas, no cuando le dicen cómo hacer las cosas. La gente aprende mucho más cuando mete la pata y evalúa cómo sacarla. Posiblemente la meterá unas cuarenta veces más, pero es en ese ensayo donde el productor popular aprende a hacer producciones populares.

**CH.:** Para terminar esta conversación, simplemente te dejamos el micrófono y luego una columnita de CHASQUI para un mensaje mayúsculo, de esos que cierran bien una entrevista.

**JOSE IGNACIO:** Sí, bueno, yo lo que creo es que tenemos que renacer desde el pueblo. Es lo que conversábamos antes sobre los programas para que el pueblo "suba" a nuestro nivel cultural. Creo que somos nosotros los que tenemos que subir.

Siempre me ha impresionado una canción boliviana, que resume lo que es el deber de un comunicador popular: "voy subiendo a tu estatura, minero boliviano". La estatura del minero boliviano, la estatura del trabajador latinoamericano, la estatura de nuestro pueblo, es infinitamente mayor que la nuestra. La cultura, el acervo de sabiduría, de comprensión de las cosas de ese pueblo nues-

tro, al que nos debemos, es infinitamente superior a la nuestra.

Con esto no quiero hacer ninguna simplificación y ningún pueblismo, pero creo que nosotros hemos sido bien formados en nuestras carreras y educaciones universitarias, en nuestros profesionalismos y tenemos que aprender mucho, muchísimo de la gente.

Somos nosotros los que tenemos que subir a la enorme talla del pueblo lati-

noamericano; tenemos que aprender de ellos, tenemos que ir donde ellos.

El deber de una emisora popular es un deber de servicio; somos instrumentos al servicio de ese pueblo latinoamericano. Cuando redescubramos esa enorme dimensión de nuestro pueblo crecerá en nosotros no sólo el respeto, la admiración, la simpatía, sino la posibilidad real de invertir las reglas del juego: de hacer que sea el mismo pueblo el

nuevo productor de programas educativos, de programas radiofónicos. Allí se jugará, como decíamos antes, allí se decidirá la **popularidad** de nuestras emisoras y de nosotros mismos.



*viene de la pág. 41*

educación y que encuentran impedimentos en sí mismos para realizarla de otra forma; también con las mismas autoridades educativas. En general hay un concepto de asociar necesariamente la educación formal a la clase, tradicional, seria, doctoral, solemne, y en muchos casos algo obscura también. La obscuridad del discurso es vista a veces como sinónimo de profundidad. Entonces ahí ya tenemos un conflicto, y tenemos que empezar a desplegar el medio y sus características frente a esos docentes formados en un sistema más tradicional y frente a esas autoridades que piensan que si se modifica la forma de la clase tradicional, se está actuando en detrimento de la seriedad y el rigor de la transmisión de conocimientos. En este caso, hablo de la experiencia concreta

***La obscuridad del discurso  
es visto a veces  
como sinónimo  
de profundidad.***

de la Institución en que trabajo que es una Universidad que hace educación universitaria a distancia en Costa Rica. Pero luego está el problema de los mismos contenidos. De hecho, en educación formal a veces tenemos que hacer transmisión de conocimientos de tipo científico con rigor y precisión, y más de una vez el docente que produce para el medio, encuentra en el contenido mismo una especie de barrera para transmitirlo de una manera diferente. Pero el

conocimiento científico no tiene que ser visto como obstáculo para poder hacer comunicación popular. Tal vez, el problema está en que somos los productores docentes los que no encontramos o no sabemos cómo hacer que este conocimiento realmente se dé para que sirva. Si la transmisión que hacemos aburre -y José Ignacio llama mucho la atención sobre eso- el problema es de cómo lo estamos presentando y por qué?

**PEDRO GONZALEZ-LLORENTE**

(República Dominicana): Parto de una experiencia muy concreta que es la de una emisora que tiene 26 años de vida y creo que eso significa mucho. Son 26 años manteniendo una línea bastante coherente. Creo que Radio Santa María, en la República Dominicana, ha creado una audiencia muy particular que se ha ido descondicionando de la radio que José Ignacio llama tradicional o comercial, de la radio que se oye de fondo como puro entretenimiento y ha ido creando un nuevo tipo de oyentes que se interesan por otro tipo de programas. He notado, por ejemplo, que un oyente que nunca ha oído esa emisora y que está acostumbrado a la radio tradicional muchas veces le cuesta comenzar a oír ciertos programas, se le hacen difíciles: ese proceso es largo pero es importante seguirlo. Durante los primeros años la emisora era bastante exclusiva en su zona, cubría más o menos la tercera parte del país, luego ha ido surgiendo una competencia muy grande en radio y en televisión, lo que nos ha obligado a ser más creativos para poder competir. La emisora trata de tener una programación muy balanceada que incluye el entretenimiento, y tiene la parte educativa y promocional en dos vertientes, la educación formal y la no formal. En cuanto a educación formal, hay unas escuelas radiofónicas que funcionan hace unos 13 o 14 años. Han graduado en este sis-

tema (que nace del sistema ECCA) más de cien mil estudiantes de sexto y de octavo curso, y mantienen un promedio de 25 mil a 30 mil estudiantes por semestre. O sea, que ya de por sí la audiencia es masiva. No la llamaría cautiva sino inscrita, porque sólo quien voluntariamente quiere estudiar y paga su educación, (muy barata, pero la paga) se ins-

***Creo que Radio Santa María,  
en la República Dominicana,  
ha creado una  
audiencia muy particular.***

cribe. Se sabe que hay mucha más gente que lleva años escuchando esas clases porque le gustan. Personalmente considero que las clases son flojas en cuanto a radio; creo que admiten una mejoría grande, pero a pesar de todo hay gente que oye porque le gusta el tono coloquial, la conversación a dos voces con el estudiante, de vez en cuando un pequeño socio-drama, algo de música. Creo que el sistema ECCA y los que han ido naciendo después, inspirados en él, han creado algo diferente con esta combinación de dos medios: radio e imprenta. Para mí ahí ha surgido algo nuevo que creo que merece estudiarse mucho más: un nuevo tipo de lenguaje masivo, que ni es radio sola, ni imprenta sola, sino que es otra cosa. He trabajado mucho en los folletos de "Puebla para el Pueblo" que más o menos se han divulgado por algunos países y he tratado de combinar los dos medios y crear un nuevo tipo de lenguaje que utiliza los formatos radiofónicos más dinámicos y tiene el apoyo del papel impreso en manos del estudiante. Por otra parte, comprue-

bo que la persona que oye el programa sin el papel impreso se interesa, porque el formato que se utiliza es interesante y la persona que recibe el folleto sin el programa también se interesa, porque el folleto tiene un contenido resumido, es ameno, cómico, con dibujos, etc.

O sea, se da radio, se da prensa y se da una cosa nueva que es un lenguaje distinto y que es un folleto que en manos del estudiante cobra vida, hay personajes en el folleto que empiezan a hablar, hay un dibujo que se dramatiza, que tiene un significado, hay preguntas que se le hacen a los participantes y que después responden por carta. Surge algo nuevo que creo que ha sido poco estudiado.

*Descubrimos poco a poco  
que las escuelas sacan a  
la persona del individualismo.*

Volviendo al sistema ECCA, cuento una experiencia curiosa que creo que nos da a entender algo de su eficacia. La eficacia no se puede medir sólo en la cantidad de conocimientos que adquiere un estudiante en un determinado tiempo sino que hay otros valores. Por ejemplo: un día uno de los coordinadores que trabajan en la base descubrió que varios grupos de estudiantes de lo que nosotros llamamos sectores, (son grupos que están alrededor de un maestro local) se habían organizado y habían creado lo que ellos llamaron "el comité de alumnos". Era para supervisar al maestro, exigirle al maestro el cumplimiento en cuanto a conseguir los esquemas, las reuniones semanales, etc. Entonces nos dimos cuenta que el sistema de las escuelas estaba aglutinando grupos nuevos y que de estos grupos iban naciendo luego organizaciones campesinas, clubes de amas de casas, clubes de jóvenes. Descubrimos poco a poco que las escuelas sacan a la persona del individualismo, de su casa, los van reuniendo para estudiar y de ese grupo nacen otros que tienen otras finalidades dentro de la comunidad. Creo que es un valor muy grande. No es sólo el aprender a sumar, a restar o el aprender a escribir (que también lo tienen) sino que se van organizando y toman iniciativas de organizaciones

nuevas que nosotros ni siquiera habíamos pensado que existieran, las descubrimos y entonces las estamos fomentando porque son interesantísimas. Otra cosa que descubrimos, fue que los estudiantes de diferentes regiones se reunían entre ellos, tenían una gran reunión zonal, entonces nos invitaban a nosotros los de la emisora para que participáramos, y esa reunión tenía su parte festiva, su parte cultural, su parte de comida, era un día entero de convivencia donde había cosas muy diferentes. Con esto quiero decir que se va rompiendo con esquemas de individualismo, se van creando grupos que cada vez van creciendo más. No era la finalidad original de las escuelas radiofónicas; sin embargo, es un subproducto que para mí es más importante que el primero. Esta es una experiencia nuestra de educación formal.

Pasando a la parte no formal: en donde más he trabajado personalmente es en una revista educativa que se llama "Universidad para Todos" que está cumpliendo 10 años en estos días. La revista siempre fue concebida como abierta a cualquier tema que fuera de interés en el momento que se estaba viviendo, con mucha comunicación de retorno. Hemos concebido el programa sobre todo como provocador de la palabra del campesino, o sea que nosotros pasamos espacios educativos, planteamos problemas, y lo que buscamos es una respuesta: a nosotros nos interesa más la respuesta, la cual pasa a ser radio enseguida. Esa respuesta puede ser por cartas (que son bastante abundantes), por entrevistas de personas que vienen a la emisora o que vamos a buscar al campo y sobretodo por medio del teatro popular que ellos hacen en las comunidades.

*El programa se convierte  
en un alimentador  
o suministrador de  
temáticas para  
grupos populares.*

Nosotros lo grabamos y lo transformamos después en radio, con algunos pequeños cambios de corte musical, efectos sonoros, etc. El programa por cierto es como un diálogo, en que nosotros provocamos con nuestras preguntas y espacios educativos una respuesta que

también nos provoca a nosotros una nueva palabra; hay un continuo va y ven. Diría que no hemos llegado a lo que es la definición ideal de radio popular. Entiendo por radio popular una radio que está ya en manos del pueblo, que no es dirigido por ninguna institución ni del gobierno, ni privada, ni de iglesias, sino que es del pueblo, algo así como las emisoras mineras de Bolivia. No hemos llegado a eso, pero sí creo que hemos llegado a una radio donde hay una gran participación de los oyentes, donde el oyente puede expresar su opinión sobre cualquier momento. En este programa en concreto el oyente siente que el programa es suyo y llegan muchas veces grupos de una comunidad a plantear un problema, a hacer una denuncia, a hacer una petición, a presionar a un funcionario político para conseguir algo; ellos han llegado a sentir que "el programa es nuestro y podemos hablar a través de ese programa". Generalmente lo oyen grupos organizados.

Nos ha pasado otra cosa muy curiosa que toca otro tema: la combinación del medio masivo con el medio grupal. Muchos de los espacios educativos que pasamos por ese programa, la gente los graba o por lo menos toman notas, y ese material después lo pasan en su grupo para discutirlo. Así el programa se convierte en un alimentador o suministrador de temáticas para grupos populares. Se combina lo masivo con lo grupal y se crea una dialéctica muy interesante. De muchas de esas reuniones escriben después a la emisora con lo cual hay una nueva retroalimentación al mismo programa.

**ESMERALDA VILLEGAS (Colombia):** Yo he estado trabajando en una Emisora Universitaria. Este hecho obviamente le da características especiales en objetivos, filosofía, programación, contenidos emitidos, etc. . .

Como aquí queremos dialogar sobre la Emisora Popular, es conveniente decir que el trabajo que se ha realizado en la Emisora en donde me ubico, ha tenido en su mira otros objetivos y otras audiencias. Generalmente la programación de contenidos se dirige hacia la comunidad universitaria y es una programación de carácter cultural y educativo, aunque existen otros programas, que cubrirían toda la gama de audiencias posibles.

Tengo una experiencia que se acerca más al tema. Estuve realizando y dirigiendo por largo tiempo un programa llamado "Eco del Pueblo" que se realizaba en conjunto con las comunidades

marginadas de Bogotá. El hecho de estar en contacto continuo y permanente con ellas me permitió conocer muy de cerca sus problemáticas diarias.

Uno de los objetivos del programa era sacar al aire la situación en que se encontraba la comunidad X, analizar las causas y consecuencias, la participación de la comunidad en la búsqueda de alternativas de solución, y el colocar un poco contra la pared a las entidades o empresas encargadas de las obras de infraestructura, alcantarillado de aguas negras, luz, obras públicas, etc. . .

*No creo conveniente que los micrófonos se conviertan en el muro de las lamentaciones.*

El granito de arena que podría aportar una radio se convierte en granote cuando son las mismas comunidades las que toman conciencia de sus derechos y los hacen valer, como el hecho de organizarse para solucionar sus problemas es también ejemplo para otras comunidades que escuchan el programa.

Lo interesante de eso, es que las comunidades empiezan a buscarte para decirte que también quieren hacer uno o varios programas sobre lo que pasa en su barrio y se genera una especie de movimiento que te va marcando pautas para un trabajo de educación y comunicación popular. No creo conveniente que los micrófonos se conviertan en el "muro de las lamentaciones", sino que además de estar al alcance de sus manos (porque deben estar), deben ser el elemento de integración, de conciencia, de intercomunicación, de acción, de un pueblo que, como dicen por ahí, "le han robado la palabra".

Los micrófonos de esta Emisora y ese programa facilitaban el acuerdo de las citas y reuniones entre los líderes de las comunidades y los encargados de las empresas públicas para plantear conjuntamente las acciones con miras a la solución de los problemas. Algunas veces los resultados eran bien positivos, otras no.

Hay otra experiencia interesante con respecto a la participación popular en la realización de un programa de radio. Actualmente realizamos un programa

sobre folclore colombiano. Uno de sus objetivos es dar a conocer, valorar, y hasta disfrutar la enorme diversidad folclórica que tenemos en Colombia. Aparte, del material de contenido y el musical que se emite en el programa, se tiene contactos con grupos musicales campesinos o barriales que quieren expresar y compartir con otros tantos su trabajo musical. Estos vínculos sirven para la autoevaluación de los mismos grupos sobre el objetivo de su trabajo, su valor cultural y educativo y para aunar esfuerzos contra las distorsiones que se le hacen al folclore (aculturación, moda, comercialización, etc.). Si se mira este hecho con detenimiento, podemos ver que hay organizaciones de personas que traducen, que plasman en sus manifestaciones culturales las reivindicaciones de su propio grupo social. Este aspecto posibilita darle el sitio que se merece a nuestro propio folclore, y la participación consciente del pueblo en la producción y recreación de dichas manifestaciones.

**ANA MARIA RODINO:** Creo que vos planteaste un problema: ¿por qué una institución de educación formal de pronto elige un medio masivo? A veces las instituciones de educación formal se plantean usar el medio para reemplazar al docente, y creo que ese es un punto de partida totalmente equivocado. Plantear que los medios van a ser sustitutos del docente no puede ser, porque por más mecanismos participativos que encontremos, de ninguna manera podemos sustituir, reducir o eliminar la relación personal que es totalmente esencial, riquísima.

*Que haya una participación lo más plena posible de los intereses de la comunidad en la emisora.*

Otras veces una institución se lo plantea como una pura cuestión de modernización de la educación, es decir, creen que en el mundo contemporáneo los medios ocupan un lugar tan importante que no se puede prescindir de ellos, entonces usemos radio, usemos televisión, para darle un aire más moderno a una institución tradicional.

**JOSE CABANACH:** Quisiera referirme a otro asunto: la participación popular. En Radio Yungas, en La Paz, se vio que la participación popular era una de nuestras metas más importantes. Las comunidades yungueñas están muy bien organizadas. Por eso, aprovechando la presencia de los secretarios de prensa y propaganda de los sindicatos de cada comunidad se ha creado todo un sistema de reporteros populares que tratan en cierta forma de alargar la emisora hasta la comunidad y a la vez también que la comunidad se sienta metida dentro de la emisora; es decir, que haya una participación lo más plena posible de los intereses de la comunidad en la emisora. Esta extensión me parece interesante, sobre todo desde el punto de vista de saber aprovechar algo que ya existe en la comunidad. Creo que deberíamos ver en la emisora popular cuál sería el canal más viable para que los reporteros populares sean una presencia viva de la comunidad en la emisora, y ese es un reto diferente en cada emisora y en cada lugar. Los reporteros populares son los secretarios de prensa en nuestro caso. Su formación es muy pequeña, en cuanto a reporteros populares como tales; la emisora los prepara con varios cursos de dos o tres días. Así, ha habido un curso sobre lo que es la noticia y cómo se la puede hacer, y eso con trabajos prácticos. Como resultado de este primer taller se imprimieron unas hojas en las que estaban explicitadas las preguntas de todo periodista: qué, cómo, cuándo, dónde, etc. y ellos casi lo único que tienen que hacer es responder a cada una de esas preguntas, y de esta forma la emisora al recibir cada una de estas hojas, trata de sintetizar lo que ellos han explicado de un modo mucho más concreto y quizá desgranado. En un segundo taller se les preparó un poco para hacer entrevistas con grabadora, y la emisora les colaboró con pilas y cassetes. Un tercer curso fue una especie de síntesis de los dos, para tratar de que funcione todo bien. Esto se ha producido en un lapso de un año y medio a dos, o sea, cuando el reportero logró demostrar que podía hacer noticias se pasó a la entrevista, y así sucesivamente. El éxito ha sido bastante notable con más de 80 por ciento de perseverancia. Esto lo atribuyo al haber sabido encontrar la vena del éxito en el nivel sindical. Por eso, valdría la pena que cada institución, cada emisora, busque cuál sería el gancho más propicio para que eso tenga éxito. De hecho ahora estoy trabajando en otra emisora y lo anterior no funciona,

El radio de acción de un reportero popular generalmente se da dentro de una sola comunidad, ahí en Yungas, pero también hay extensión a las comunidades vecinas, y hemos procurado que tenga el aval de su propia comunidad. La base del éxito está ahí: la comunidad se queja si no ha sido transmitida una noticia o si no han mandado una información. Le pide cuentas, diríamos así, al reportero.

Naturalmente, no siempre se puede pasar todo el reportaje, porque además muchas veces ellos esperan hasta completar el cassette o parte del cassette para así mandar más material, pero es material que sirve para diferentes cosas.

**HELENA PINILLA (Perú):** Quería agregar un punto referente al cambio de productor al que hace alusión José Ignacio. Concretamente, se refiere a un fenómeno que está ocurriendo en Lima, Perú, desde hace unos dos años aproximadamente y que ha revolucionado los moldes clásicos de la radiodifusión comercial. En medio de la multiplicidad de emisoras que existen en la capital peruana ha aparecido un nuevo tipo al que se le ha llamado "emisoras folclóricas" por no disponer de otro nombre. Lo que voy a mencionar con respecto a ellas forma parte de los datos iniciales de la investigación que viene realizando mi colega Rosa María Alfaro con respecto a ellas. Bueno, con respecto a su aparición sería largo enumerar las causas que llevan a su surgimiento y podemos limitarnos a señalar que un cierto número de emisoras pequeñas no puede soportar la competencia de las grandes cadenas y ante el fracaso económico se ven obligadas a alquilar sus espacios. Entonces la gente que los renta no son los productores comunes y corrientes de las otras radioemisoras con experiencia adquirida en la propia práctica, sino grupos organizados de emigrantes de diferentes regiones y pueblos de la sierra andina agrupados en clubes, asociaciones, etc. Estos grupos delegan la conducción y producción del programa a un conjunto de paisanos que no tienen ningún conocimiento particular de cómo hacer radio y que inicia una forma particular y novedosa de hacerla, sobre todo en lo relacionado al uso y papel que debe cumplir. La radio es entendida como un factor de unión, de nexos, entre todos los paisanos de una misma zona, también de difusión de su propia cultura tanto a nivel de música, como de fiestas, comidas, costumbres, etc., y de esta manera han introducido en la radio una

matriz cultural importantísima en el Perú que hasta ese momento había sido totalmente relegada y despreciada por las otras emisoras. Bueno, esto en realidad no es más que una pincelada de un fenómeno muy complejo. El caso es que en la actualidad hay más de cinco emisoras de este tipo funcionando y no sólo están revalorizando los elementos propios de la cultura andina (y además particularizada, ya que los programas son sumamente localistas) sino que además este cambio de productor ha implicado todo una transformación, no sólo en la manera de usar la radio, como ya mencioné, sino también de lenguaje, y de hecho el que se está gestando es mucho más adecuado y responde más a las necesidades y realidades propias del amplio y mayoritario sector de migrantes que habita en Lima.

**PEDRO GONZALEZ-LLORENTE:** Bueno, tocando algunos de los temas que han ido saliendo: lo de cómo capacitar, por qué capacitar, en qué capacitar, son problemas sumamente complejos. No tengo las respuestas, pero sí quisiera decir cosas de la experiencia de nuestra emisora. José Ignacio dice claramente que hay problemas técnicos e ideológicos, creo que él ve la cosa como doble. En cuanto a lo técnico, voy a contar una experiencia curiosa que puede ilustrar un poquito. Cuando nosotros comenzamos el programa "Universidad para Todos", hacíamos visitas a las comunidades y para provocar el diálogo en la comunidad llevábamos un grabador grande con cassettes de programas ya preparados con el formato de radiodramas, programas de 15, 20, 25 minutos. Se ponían en la comunidad y después se provocaba un diálogo. Era una forma de ir recogiendo opiniones de la gente sobre diferentes problemas. Un día caímos en la cuenta de que el medio de cassettes no era el más propio: de pronto estaba uno delante de 30, 40, 100, hasta 200 personas con un aparato, el aparato era el que hablaba y todo el mundo en silencio, escuchando. Nos parecía un poco artificial, y entonces invitamos a un grupo de teatro de una universidad cercana que preparara algunas de estas mismas obras pero en forma de teatro. Entonces, en vez de ir con el aparato de cassettes llevábamos al grupo de teatro. Eso convocaba mucha más gente, provocaba una participación mucho mayor; la gente, aparte de que se reía y gozaba mucho más con el teatro, porque se ve, participaba mucho más en los debates. Pero evidentemente era difícilísimo mo-

vilizar toda esa tropa de teatro a una montaña, que quedaba a cuatro o cinco horas de camino. Era bastante complicado y era más costoso, porque había que pagar algo a ese grupo. Un día nos sucedió una cosa curiosa: en uno de los debates, después del teatro popular, se levantó una muchacha cuestionando la actitud de una de las actrices, que había hecho el papel de esposa oprimida, y dijo "yo en su caso hubiera dicho esto, esto y esto". Notamos que lo hacía con mucha soltura, entonces le dijimos "¿tú quisieras subir a escena y representar con el actor lo que tú hubieras hecho?" La muchacha subió y lo hizo mejor que la actriz. Fue una cosa extraordinaria. Entonces empezamos a descubrir algo que era bastante evidente, pero que no habíamos descubierto: la capacidad de actuación teatral que tiene ese pueblo concreto, el pueblo dominicano, con muy poca inhibición, mucha soltura, gran capacidad de improvisación, y cierta naturalidad. Entonces se nos ocurrió invitar a la siguiente comunidad que nos tocaba visitar, a que ellos mismos prepararan su teatro popular. No les dimos ninguna idea. "Preparen ustedes un teatro, más o menos 15 o 20 minutos, ustedes hacen las escenas que quieren, algunos personajes o escojan el tema que quieren". Y cuando fuimos resultó fantástico, una cosa muy bonita, muy bien preparada, o sea una trama donde había un nudo, un conflicto, un desenlace, etc. Seguimos con ese método, llevamos varios años con ese método.

En cuanto a la parte ideológica, yo usaría una palabra que para nosotros es clave, que es la palabra acompañamiento, acompañamiento crítico: nosotros sentimos que vamos marchando al lado de la gente, no pretendemos ni ir más rápido ni ir más despacio, ni imponerles nuestras ideas ni dejarnos imponer pasivamente las de ellos, sino que utilizamos la radio como un lugar de encuentro entre toda la población que nos escucha y los que estamos trabajando en la emisora, que en definitiva son gente de la misma población con un poco más de estudio, más preparación. La radio es un lugar de encuentro, un lugar de diálogo, donde se manejan ideas de ellos y nuestras, se va intercambiando. Hay una intercomunicación ideológica que va surgiendo, que a veces ni se expresa, pero que existe.

Ahora, creo que esta comunidad y las siguientes habían sido preparadas por todos los programas previos que habían estado escuchando, o sea, todos estos programas se habían pasado por radio y

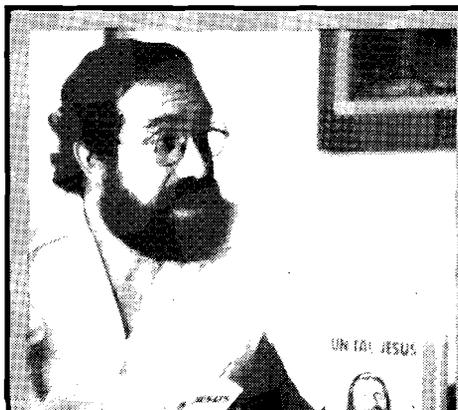
ellos habían ido asimilando lo que es una estructura dramática, lo que es un personaje, cómo se forma un nudo, cómo se hace un desenlace, y eso fue lo que les capacitó para ellos hacer un socio-drama.

**ANA MARIA RODINO:** Respecto al problema de la cultura "cultura" que toca José Ignacio, hoy ya hablar de cultura culta es una contradicción total. Pensemos qué es cultura: si la vamos a definir en términos de cultura como producción de conocimiento de una determinada élite entonces en esos términos sí se puede hablar de una cultura culta. Pero si entendemos cultura en un sentido antropológico, entonces así no tiene sentido, todo es cultura, todo lo que cualquier comunidad ha producido es cultura.

Cuando hacemos radio en Latinoamérica parte de nuestro objetivo es plantearnos la pregunta: ¿qué es lo que nos importa más hacer conocer? En ese sentido sí hay prioridades y es mucho más importante como latinoamericanos que conozcamos y difundamos nuestra cultura que cualquier otra de otro momento histórico o de otro espacio. Esto es lo que nos va a ayudar a afianzar nuestra identidad como pueblo y nuestra unidad como continente.

**PEDRO GONZALEZ-LLORENTE:** Cuento otra anécdota: Se trata de un concurso que hicimos hace poco, precisamente tratando de fomentar la cultura, la creatividad del pueblo. El tema era "un canto de la naturaleza". Su finalidad era ayudar a salvar los pocos bosques que quedan en República Dominicana, fomentar el amor al río, al árbol, a la tierra. Se pedía que los conjuntos que existen en las comunidades hicieran una composición original (letra y música) y vinieran a la emisora. Pusimos un límite de 75 grupos porque si no íbamos a durar más de un año. Tuviémos que frenar las inscripciones, porque ya estaban llegando a las 80. Los resultados fueron muy variados. Los primeros grupos que llegaron eran bastante pobres, utilizaban melodías más o menos conocidas, extranjeras, con letras muy repetitivas, muy pobre. Pero poco a poco se fueron superando y empezaron a aparecer conjuntos que traían composiciones mucho más originales y más bonitas y que hacían referencia a cosas de su región, a los frutos, las flores, los árboles, su paisaje, su tipo de agricultura, su vestuario. Los ritmos eran también nuevos, empezaron a aparecer cosas nuevas. Con todo, la gente habituada al canto ordinario decía "pero qué feo, qué feo", a mucha gente no

le gustaba. Después de un tiempo empezaron a gustar, había algo original, nacido del mismo pueblo. De esa manera se fomentaba la creatividad popular. Pero había que adaptar el oído a ella, a todos nos costaba trabajo al principio captar la belleza que había allí. En definitiva, grabaron los 75 grupos, se hizo el concurso, quisimos sacar un disco con los que ganaron y no logramos que nadie nos pagara la edición del disco, porque no gustaba del todo. Para mí fue bellísimo que de 75 rincones apartadísimos del país, vinieran 75 grupos; a veces se mezclaba, por ejemplo, un conjunto de viejos que tocaban guitarra con un corito de niñas y salían unas combinaciones fantásticas, una cosa de lo más simpática, pero no tuvo acogida entre la gente que podía haberlo puesto en forma de disco. Se quedó a nivel de la misma emisora. Hoy seguimos transmitiendo esas canciones hechas por los oyentes. En resumen, opino que sí, que la emisora puede fomentar la creatividad popular, salvar, rescatar ciertos ritmos, bailes, que van muriendo ante el bombardeo de una canción estereotipada que suelen venir del extranjero, en concreto a la invasión cultural norteamericana, que invade nuestras emisoras.



**JOSE IGNACIO LOPEZ VIGIL** trabajó en Radio Santa María, como jefe de programación, y en Radio Enriquillo de República Dominicana. Escribió algunas series radiofónicas para SERPAL como "Granja Latina" y "Un tal Jesús". Trabaja actualmente en ALER en el área de capacitación.

Dirección: ALER.  
Casilla 46-39 A.  
Quito-Ecuador



**ESMERALDA VILLEGAS**, colombiana, es licenciada en Comunicación Social de la Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, y tiene diploma en Estudios Humanísticos de la Universidad del Rosario de la misma ciudad. Actualmente ejerce la cátedra de Radio en la Universidad Javeriana y se desempeña como Jefe del Proyecto de Comunicación Comunitaria del sector de consultorías universitarias de la Univ. Javeriana.

Dirección: Facultad de Comunicación Social  
Universidad Javeriana  
Bogotá-Colombia



**JOSE CABANACH PADROSA**, español, es director de programación en Radio Santa Cruz en la ciudad del mismo nombre en Bolivia. Fue Director de emisoras en Sucre, La Paz y Yungas, así como libretista y productor de programas de radio. Durante 10 años tuvo a su cargo el cine-club en Sucre.

Dirección: Radio Santa Cruz  
Casilla 672  
Santa Cruz-Bolivia

**HELENA PINILLA:** ver pág. 60  
**ANA MARIA RODINO:** ver pág. 29  
**PEDRO GONZALEZ LLORENTE:**  
ver pág. 27

## LAS VOCES DEL CORAJE

### Radios mineras de Bolivia

GRIDVIA KUNCAR

FERNANDO LOZADA

Las radios mineras bolivianas, uno de los casos más nítidos de autogestión comunicacional en el mundo y la conquista más sólida de espacios participativos por parte de los trabajadores de Bolivia, constituyen un fenómeno poco estudiado y difundido.

A más de treinta años de vigencia de estas emisoras, sus protagonistas siguen avanzando en la experiencia de reconvertir el signo de una tecnología dominante -como la radio- en un instrumento para el desarrollo de su propia comunicación.

La historia de las radios mineras es inescindible del proceso de lucha de clases en Bolivia. En este artículo, más que hacer un recorrido lineal por su desarrollo, nuestra intención es mostrar sus principales características y dimensiones. En este sentido, iniciamos nuestro propósito con algunos elementos de lo que constituye el sindicalismo y la comunicación del sector minero; abordamos el surgimiento de las emisoras, especialmente de dos de ellas: la Radio Católica "Pío XII" y Radio "Nacional" del Sindicato Huanuni, pues su trayectoria ilustra la evolución e importancia de las demás; pasamos después a una síntesis de la accidentada experiencia de las radios a partir del ciclo militar iniciado en 1964 hasta el Golpe de Estado de 1980; posteriormente analizamos los momentos que resumen el funcionamiento de las emisoras mineras; las situaciones favorables al movimiento obrero y aquellas de crisis y enfrentamiento; finalmente tratamos de responder a la interrogante de cómo funcionan y qué hacen las radios en procesos como el que actualmente vive Bolivia. Cerramos haciendo algunas consideraciones sobre las perspectivas que muestra este conjunto de estaciones sobre todo como un paradigma de comunicación horizontal que tendrá que

ser tomado muy en cuenta a la hora de rescatar la comunicación popular para "crear" una política nacional de comunicación.

#### SINDICALISMO Y COMUNICACION (1)

Los mineros bolivianos sólo representan, numéricamente, el 9.2 por ciento del conjunto de la clase trabajadora y sólo el 3 por ciento de la población económicamente activa. El proletariado es cuantitativamente reducido, y de ese conjunto los mineros no llegan a ser la décima parte.

No obstante, la minería y particularmente el estaño, es el "suelo" de Bolivia. Anualmente, los trabajadores de la minería nacionalizada, cuyas empresas están centralizadas en la Corporación Minera de Bolivia (COMIBOL) generan con su trabajo más o menos el 65 por ciento de los ingresos por exportaciones que recibe el país. Sin embargo, los mineros figuran entre los más explotados y reprimidos.

La tradición minera del territorio boliviano se inicia con la brutal explotación colonial de la plata, condición que se mantuvo durante el siglo pasado. El auge del estaño marca una nueva etapa histórica y la formación de un nuevo proletariado. Esta etapa (1910 - 1952) está signada por la constitución de un poder económico integrado por los tres "Barones del Estaño", cuya influencia político-económica fue determinante.

Lo que se ha llamado el "super-Estado minero-feudal", constituido por los tres magnates mineros (Patiño, Hochschild y Aramayo) aliados con los terratenientes, fue una realidad por más de tres decenios. Como clase política que no hacía sino administrar el país en favor de la gran minería está la popularmente conocida como "la rosca", élite de doctores y militares que servían incondicionalmente al super-Estado.

Al igual que los campesinos, semiesclavos de los oligarcas terratenientes, estaban los mineros, sus demandas básicas por un salario más justo como sus intentos de organización sindical y filiación política fueron cruentamente reprimidos.

Con el triunfo popular de 1952, que defenestró a la oligarquía feudal, subordinada incondicionalmente a la burguesía minera, los trabajadores mineros -cuyo rol social y militar en la insurrección fue decisivo para vencer al ejército- ocuparon un lugar hegemónico junto al Movimiento Nacionalista Revolucionario (MNR). Los trabajadores dentro de la Central Obrera Boliviana (COB) tuvieron las armas como milicias revolucionarias y establecieron un cogobierno y control obrero en las empresas mineras. Si bien esta experiencia sólo duró unos meses, fue suficiente para imponer transformaciones históricas como la nacionalización de las minas y la reforma agraria. Entre las iniciativas que se efectivizaron en este período está la instalación de emisoras sindicales en los distritos más importantes.

#### ELEMENTOS CONSTITUTIVOS

A nuestro juicio, los elementos básicos que han permitido la constitución del sindicalismo minero y la utilización alternativa de la radio como medio de comunicación, serían los siguientes:

La intensiva explotación y sistemática represión a las que el sector minero fue sometido por las empresas mineras en convivencia con los gobiernos a su servicio.

El aislamiento de los distritos mineros de los centros urbanos y la implícita ignorancia del país sobre sus aspiraciones, demandas y acciones en pos de mejores condiciones de vida. El significado de su aporte a la economía nacional no estaba incluido en la conciencia nacional y menos la postergación y represión que sufrían como resultado de su exclusión respecto de los derechos básicos de participación en la vida política nacional.

El origen campesino quechua-aymara de una gran parte del proletariado minero, la innegable vigencia de rasgos comunitarios sintetizados en el *ayllu* prehispánico, son factores que se refuerzan con la distribución espacial de los precarios campamentos mineros.

Dentro del legado cultural está la supervivencia de las lenguas originarias, herencia que lleva implícita el de la transmisión oral que vehiculiza casi la totalidad de la memoria colectiva.

El concepto occidental del sindicato es redimensionado en función de las necesidades y características socio-culturales de los mineros. Es concebido, apropiado y reformulado como instrumento de cohesión y lucha.

Los factores mencionados configuran un sindicalismo muy particular cuyas características más reconocibles son: la unidad sindical, la independencia de clase, la democracia interna. Estos principios constitutivos del sindicalismo son resultado de su historia específica, antes que postulados retóricos.

El sindicalismo minero está lejos del mero salarismo occidental y su influencia abarca desde las esferas domésticas hasta la política internacional, pasando por la concepción global de la realidad del país.

La irradiación del sindicalismo minero ha sido determinante para la estructuración del movimiento sindical boliviano, centralizado en la COB, en cuya trayectoria es posible reconocer plenamente la validez de los tres principios del sindicalismo minero.

La COB, como central única de los trabajadores, rebasa en su composición al proletariado clásico para abarcar a otros sectores y constituirse en la referencia fundamental del movimiento popular boliviano. Esta amplitud, donde están adscritos los campesinos, los maestros, los profesores, los universitarios, los trabajadores bancarios y otros, expli-



Distrito minero de Siglo XX.

ca el poder de la COB en la sociedad política y civil boliviana.

## EL POR QUE DE ESTAS RADIOS

Las condiciones sumamente adversas en las que se desarrolla la vida y las luchas del movimiento minero, el sistemático silencio de los medios dominantes sobre esta realidad y de la represión a la que fueron sometidos; en suma, la conciencia de seres explotados —o principio de realidad— han configurado una práctica social cuyos rasgos se expresan vigorosamente en la conquista de espacios en el escenario de la comunicación masiva.

Es dentro de la praxis social, política y autodeterminativa de los sindicatos mineros donde se explica el fenómeno de la comunicación antidominante registrado a través de sus emisoras. Es, en definitiva, su razón de ser.

La propiedad sindical de las emisoras confirma su carácter social, comunitario y autodeterminativo. Su funcionamiento a través de instancias democráticas de consulta y mandato (como la asamblea general) del sindicalismo minero, ratifica el carácter democrático de la acción comunicacional en estas emisoras.

En las estaciones mineras está vigente la participación entendida como autoidentificación, como autovaloración de todos los involucrados en el proceso de la comunicación, donde se anula la distancia convencional de emisor-productor de mensajes y receptor-consumidor, moldeados desde la comunicación dominante. Lo que define a esta experiencia es el mensaje, el discurso, en fin el contenido que vehiculizan los medios mineros, como producto de su plena inserción en la dinámica de su contexto. Que todos hagan radio "*porque sí*" es algo que no interesa, lo importante es reconocerse y proyectarse a través de la radio.

La persistencia de la cultura oral en lenguas quechua, aymara y también en español, debido a factores estructurales que hacen de Bolivia uno de los países con un alto grado de analfabetismo es determinante para la adop-

ción de la radio como medio de comunicación.

Las características propias de la radio: fácil de construir y operar, ubicuidad y llegada inmediata, medio barato, su carácter oral y otras, les ha permitido superar los problemas de la escasa vinculación geográfica, el analfabetismo, romper el aislamiento físico y reforzar su cohesión social interna.

En suma, esa praxis social y política confiere a su práctica comunicacional una capacidad de convocatoria, resistencia y enfrentamiento (la *alteratividad* de lo alternativo) donde no hay asimilación o cooptación posibles por parte del sistema dominante. Debe destacarse el alto grado de capacidad autogestionaria de los mineros que ha permitido esta experiencia comunicacional alternativa y endógena.

## UNA LARGA Y ACCIDENTADA TRAYECTORIA

Como en todo lo que emerge de la cultura popular, el surgimiento de las radios mineras no está marcado por un solo hecho o antecedente. Existen múltiples razones que han dado origen a la instalación de más de 28 emisoras a lo largo de 30 años, y que han conseguido en su clara identificación con los problemas e intereses locales, regionales y nacionales una experiencia evidente de comunicación alternativa.

En el mismo año de la Revolución Nacional (1952), comienzan a operar dos radios en el distrito de Siglo XX-Catavi: "*La Voz del Minero*" y "*21 de Diciembre*". Entre los antecedentes se encuentra Radio "*Sucre*" (1947) conducida por maestros y letrados del lugar con un discurso abiertamente antioligárquico y que por primera vez hablaba de los problemas concretos de los centros mineros, lo que atrajo poderosamente la atención de los trabajadores aunque la observaran con cierto recelo. "*Sucre*" operaba ocasional y clandestinamente en Siglo XX y fue acallada durante la guerra civil de 1949.

En fin, sea cual fuere la primera estación en los centros mineros, lo cierto es que para 1963 ya se contaban aproximadamente 23 emisoras de propiedad exclusiva de los sindicatos.

Entretanto, el movimiento obrero fue asumiendo una posición crecientemente crítica y distante hacia el gobierno del MNR, cuya pronta claudicación ante las presiones norteamericanas para desvirtuar el proceso, derivaría en su fraccionamiento y pérdida paulatina de sustentación popular. Al cabo de 12

años, este proceso adquiriría su versión más regresiva con el Golpe de 1964, liderizado por el Gral. René Barrientos Ortuño.

### LA PRESENCIA PROVOCADORA DE "PIO XII"

En el proceso de constitución y modernización de las radios mineras pesa de modo relevante la presencia de una radio católica antagónica en el distrito minero de Siglo XX. Dentro de la estrategia conservadora del Vaticano, que había detectado una inminente "revolución comunista" en América Latina y con un centro ubicado nada menos que en las minas bolivianas, se instala "Pío XII" a cargo de la Orden de los Oblatos de María Inmaculada. Los misioneros canadienses iniciaron su labor radiofónica en 1959 con la "onda azul de su esperanza" y con el propósito de erradicar "el alcoholismo, la silicosis y el comunismo". (2)

"Pío XII" contaba con un fuerte respaldo financiero de la Iglesia, así como de publicidad y apoyo indirecto del gobierno del MNR. Sus informativos y programas presentaban un contenido abiertamente anti-sindical. La respuesta de las radios de los trabajadores no se dejó esperar. Se inició así lo que se conoce como "La guerra de micrófonos", protagonizada por dirigentes sindicales de formación marxista o troskista y la juventud del partido social cristiano. En esta polémica cotidiana y sostenida las mayorías no participaron ni tomaron partido.

Lo interesante en esta confrontación es la calidad "profesional" que presenta la radio clerical, cuya capacidad de recursos le permitió contratar a los mejores libretistas y voces del país. Frente a la novedosa programación, las emisoras mineras mostraban un nivel rudimentario, restringido a la lectura de comunicados, servicio de la hora y música.

El principio de realidad es más poderoso que cualquier intento de acallar la conciencia. A partir, tanto de la cruda realidad de las condiciones de vida de los mineros como de la represión que sufrieron desde 1964, los padres oblatos fueron modificando sustancialmente su concepción y objetivos iniciales. También contó, en este sentido, el espíritu de renovación que experimentó la Iglesia con el Concilio Vaticano II y su Doctrina Social.

Como fruto del contraste entre sus objetivos y la realidad, "Pío XII" (3) fue situándose al lado de los traba-

jadores y de sus intereses. Ahora es considerada como una emisora minera más, lo que le ha valido también la represión militar junto a las otras.

Es indudable que la incursión de esta emisora fue un impacto en las sindicales. Por ello, en los primeros momentos de antagonismo, los sindicatos entraron en competencia con esta suerte de radio "intrusa" y en términos desventajosos. Los trabajadores duplicaron sus esfuerzos pagando sueldos que casi triplicaban el haber de un trabajador minero.

Luego, dirigentes y bases, constataron que sus radios estaban desvirtuándose en esta pugna mimética y la dejaron sin efecto. Se desechó esa perspectiva errónea y se fomentó la capacitación



Distrito minero de Quechisla.

de radialistas del lugar, se transformó la programación realizando programas referidos a la realidad minera, campesina, radioteatros, se constituyeron departamentos de prensa y se abrieron y fortalecieron los canales de acceso y participación. La presencia de Radio "Pío XII" tuvo la virtud de provocar una búsqueda de identidad y de estimular la optimización de los medios mineros dentro de sus necesidades y objetivos.

### RADIO "NACIONAL" DE HUANUNI

A pocos meses del surgimiento de "Pío XII", en el distrito de Huanuni emergía otra radio de los trabajadores. Radio "Nacional" fue también construida con aportes de los mineros tanto para su instalación como para su mantenimiento. A diferencia de las otras, los equipos de transmisión de "Nacional" fueron importados. La potencia de sus transmisores franceses hizo

que se convirtiera en la emisora "piloto" de la Cadena Nacional Minera, que iría creciendo en la medida en que aparecían nuevas estaciones.

Citamos algunos ejemplos que nos refirió Felipe de Nery Loaiza (4) sobre la amplitud de las temáticas sectoriales y nacionales que inspiraron la labor de "Nacional".

En 1960, en las elecciones presidenciales que llevaron por segunda vez al poder al Dr. Víctor Paz Estenssoro, "Nacional" estableció contacto directo con las principales y más potentes emisoras de todo el país. Instaló un centro de informaciones. Quince receptores sintonizados con dichas estaciones de las ciudades y centros mineros, iban recibiendo los informes sobre los cómputos.

"... a la hora del escrutinio de votos, los momentos más emocionantes de la tarea radial, convertida espontáneamente en la cadena nacional, el trabajo se hizo arduo y meticuloso (. . .) la ciudadanía boliviana estaba siendo informada verazmente y al minuto (. . .) los datos extraoficiales proporcionados por la emisora 'piloto' fueron dignos de crédito y coincidían con los que la Corte Electoral hizo conocer días después."

A fines de 1963, un año antes de abrirse el ciclo dictatorial, autoridades locales de Huanuni pretendieron obligar a "Nacional" a convocar a la población a un "recibimiento triunfal" del Gral. Barrientos para proclamarlo como candidato a la Vicepresidencia dentro de la fórmula del MNR.

Los directivos de "Nacional" se negaron a las presiones oficialistas. Barrientos regresó a La Paz luego de una reducida proclamación organizada por sus seguidores. Por la noche, se produjo

la represalia. Autoridades y milicianos atacaron la radio, enfrentándose con los trabajadores que la custodiaban. Según de Nery Loayza, esa fue la primera agresión armada contra una emisora minera.

El estudio de la radiodifusión y la formación de los trabajadores de todas las radios sindicales también estuvo dentro de las preocupaciones de los directivos de "Nacional". De ese modo, en 1962 organizan el "Primer Seminario de Capacitación y Profesionalización del Trabajador de Radio en Bolivia". Se trata del primer intento serio de plantearse la discusión del conjunto de la temática comunicacional y de la superación de los trabajadores de los medios de comunicación popular haciéndose extensivo a todos los trabajadores de radio del país.

El historial de "La voz sindicalista del minero boliviano" ilustra el accidentado funcionamiento de las emisoras mineras, determinado por los contrastes de la lucha de clases.

## LAS RADIOS Y LAS DICTADURAS

El período del barrientismo (1964-1969) se caracterizó por una aguda represión a los mineros y sus radios. Estas fueron en su mayoría silenciadas. Queda como un documento dramático para nuestra historia la película "El Coraje del Pueblo" de Jorge Sanjinés sobre la masacre de San Juan (1967).

Luego de la dictadura de Barrientos, que inauguró un ciclo militar con distintas expresiones, advino una breve tregua social. Durante los gobiernos de Ovando y Torres (1969 - 1971) los trabajadores mineros gozaron de libertades básicas y lograron reabrir las emisoras que habían sido destruidas o clausuradas durante el régimen "restaurador" del Gral. Barrientos.

El Golpe del 21 de Agosto de 1971, que derrocó al gobierno progresista del Gral. Torres, llegó también con una intensa represión a los distritos mineros y a sus canales de expresión, la mayoría de los medios fueron silenciados y otros fueron ocupados por el oficialismo.

En 1974, el gobierno del Gral. Bánzer trató de neutralizar la influencia de las emisoras y obstaculizar su reposición mediante un recurso: la televisión. La COMIBOL distribuyó con amplias facilidades de pago en las minas, cinco mil receptores de televisión. Sobre este intento de desviar la atención de la comunidad minera, Domitila Chungara, líder de las amas de casa del distrito minero de Siglo XX y extraordinario tes-

timonio de la memoria colectiva, sostiene: "La televisión está manejada desde el Estado. Y desde allí el gobierno nos hace trizas (...) de los mineros dice: 'estos locos, estos vagos, estos rojos', y nosotros no tenemos un canal de televisión donde le podamos responder. Teníamos solamente nuestras radios. Y, para acabar con esta última voz, las hicieron astillas (...) Nuestras radios, aunque en un lenguaje brusco, hablaban de nosotros, de nuestros problemas, de nuestra situación." (5)

Tras siete años de dictadura banzerista, que significaron la ocupación de los distritos mineros, destierro de dirigentes y silenciamiento o toma de las emisoras, a principios de 1978 los mineros recurren a una huelga de hambre iniciada por cuatro amas de casa mineras para exigir la reapertura de las radios y básicamente una amnistía total e irrestricta para todos los exiliados que sumaban más de tres mil. En menos de dos semanas se conformó un movimiento de más de dos mil huelguistas en todo el país que arrancaron a la dictadura la convocatoria a elecciones para ese mismo año y la amnistía total. Así, el movimiento popular encabezado por los mineros consigue la apertura y el consiguiente proceso de democratización que accidentalmente se llevó en tres elecciones consecutivas y donde el pueblo ejerció sus derechos eligiendo a sus representantes.

Es en esta apertura, donde los mineros logran un verdadero acercamiento con el sector campesino. La programación incorpora contenidos referidos al campo produciendo una comunicación eficaz entre estos dos sectores, anteriormente opuestos mediante la política de división instrumentada por los gobiernos del MNR, de Barrientos y de Bánzer, quienes impusieron el "Pacto Militar-Campesino" para dividir y enfrentar a dos sectores que tenían mucho más en común que las diferencias entre minero desposeído y pequeño propietario postergado que las dictaduras explotaron.

La primera interrupción de este proceso fue el golpe del candidato oficial Gral. Pereda quien atribuyéndose un triunfo electoral, derrocó a Bánzer, su patrocinador, el 21 de julio de 1978. Las radios mineras en cadena impugnaron y resistieron el cuartelazo siendo inmediatamente reprimidas. Radio "La Voz del Minero" de Siglo XX fue destruida casi en su totalidad.

Días antes de la entrega del poder a la Unidad Democrática y Popular (UDP), frente ganador en tres elecciones, se consumó un golpe más que llevó

al poder a la expresión más retrógrada del ejército.

La asonada del 17 de julio de 1980 estuvo siniestramente planificada, ligada al creciente negocio de la cocaína y con características fascistoides. Las operaciones sincronizadas con verdadera precisión se dirigieron a la ocupación del Palacio de Gobierno y arresto de la presidenta Lidia Gueiler y su gabinete allí reunido, secuestro violento del Consejo Nacional de Defensa de la Democracia (CONADE), integrado por partidos políticos de izquierda, representantes de la Iglesia, dirigentes universitarios y la plana mayor de la COB, que sesionaba en la sede de esta Central y la Federación Sindical de Trabajadores Mineros de Bolivia (FSTMB) para dar respuesta al levantamiento de Trinidad, primera fase del golpe. Asimismo, el plan incluía el control de todos los medios de comunicación de las ciudades y la destrucción de los identificados por su compromiso democrático. Ni las agencias internacionales de información se salvaron de violentas requisas y detenciones a sus corresponsales.

Las operaciones eran protagonizadas por paramilitares y efectivos militares, movilizadas en ambulancias y comandadas por "estrategas" argentinos.

El control de los distritos mineros se efectuó a través del envío de regimientos completos blindados y motorizados con apoyo de la aviación. Pese a estas adversidades, los centros mineros se constituyeron en el centro de la resistencia boliviana, acatando las últimas disposiciones de la COB y el CONADE de llamar al país a defender el proceso democrático, rechazar el golpe y cumplir con la huelga general e indefinida. Una vez más, las emisoras mineras fueron los parlantes emergentes de la resistencia con una irradiación que alcanzó niveles regionales, nacionales e internacionales gracias a su accionar amplificado en la Cadena Radial Minera o "Cadena de la Democracia".

Mientras la Junta, presidida por el Gral. Luis García Meza, declaraba la inconstitucionalidad del Congreso, la ilegalidad de los partidos políticos, la proscripción de las organizaciones sindicales y anulaba las elecciones por "fraudulentas" no acababan de caer los últimos distritos mineros. La resistencia minera tuvo una duración de 19 días, del 17 de julio al 6 de agosto, día en que cayó desmantelada Radio "Viloco" de la localidad del mismo nombre.

La resistencia minera en 1980 condensa el carácter de las radios como canales de expresión y medios de organi-

zación y movilización popular.

Las acciones de las emisoras mineras durante julio - agosto de 1980, presentan claramente una práctica social y comunicacional ampliadas, protagonizadas por un sujeto político colectivo y organizado a partir de su experiencia sindical y autodeterminativa; un mensaje o discurso como reflejo natural de la ligazón entre el contexto minero y su medio de comunicación; una organización en torno a las emisoras que muestra la capacidad creativa genuinamente cultural del uso de las radios rebasando todas las convenciones y sofisticaciones técnico-comunicacionales y, además una trascendencia local, regional, nacional e internacional en las transmisiones de la resistencia.

Resumiendo, puede hablarse de las situaciones de paz y las de crisis y enfrentamiento. Cuando existen libertades básicas para el desenvolvimiento sindical y favorables al movimiento obrero en general, las emisoras presentan un rol comunicacional elaborado y estructurado en una programación básicamente referida a su contexto. Se informa, educa y recrea buscando la concientización y el esclarecimiento.

La participación y el acceso tienen espacios establecidos en dicha programación. Las actividades sindicales, sociales, culturales y deportivas son cubiertas por las radios. Se transmiten en directo las asambleas más significativas, los acontecimientos y festividades locales, los actos estudiantiles, los encuentros deportivos, etcétera. Cabe destacar que los campesinos, por características culturales comunes con los mineros, concurren con sus productos y grupos musicales participando en varias actividades, forman parte de su audiencia natural y las defienden en momentos de emergencia.

**E**n las situaciones de Golpe de Estado —regresivos y antipopulares— o de las acciones de regímenes o dictaduras surgidas de éstos en contra de las libertades y derechos sociales y económicos de los trabajadores y del movimiento popular, las radios se transforman en los amplificadores de la resistencia.

Los esquemas antipopulares basan su estrategia de toma del poder en cometidos concretos, entre ellos: control de los centros mineros para garantizar la producción (sin la cual ningún plan dictatorial puede alcanzar éxito) y para lograr esto recurren a la represión de los dirigentes, el escarmiento de las bases y el acallamiento, generalmente por vía de las armas, de las emisoras mineras.



Pueblo de Tasna—Rosario.

En estas circunstancias, la programación estructurada deja paso al núcleo organizativo y punto de referencia de las acciones concretas de la resistencia y movilización de hombres y mujeres de las minas y de otros sectores como campesinos, estudiantes, maestros, población civil y otros. Antes que las instalaciones de los sindicatos, son las radios los centros de convergencia y de acción organizada. Son las primeras en responder a las exigencias que impone la coyuntura y las últimas en caer.

En estos casos emerge la "*Red de Emisoras Mineras*" que amplifica el significado y trascendencia de estos medios como una espiral ampliada con las siguientes características:

Se establece contacto con las emisoras de mayor potencia ("*Nacional*" de Huanuni y "*Pío XII*" de Siglo XX, principalmente). Estas radios se constituyen en "*pilotos*", de la Red, estableciendo "*duplex*" o contactos con las demás emisoras. No se unifica o uniforma la señal, sino que cada emisora entra a emitir previo contacto interno. Entre tanto, cada cual está abocada a las tareas específicas que le exige su entorno local.

Mediante la Red, se informa de lo que acontece en cada distrito (avance de tropas, enfrentamientos, condiciones de resistencia, denuncias de represión, detención o muerte de trabajadores, dirigentes, etc.), presentando así una visión general de la situación.

Asimismo, se establecen contactos con las ciudades y se reproducen informaciones de emisoras del exterior que informan sobre lo que acontece en Bolivia.

Por su parte, algunos medios del exterior y las agencias noticiosas internacionales incluyen en sus noticieros y

despachos información sobre la resistencia de las minas que siempre constituye un dato sobre las posibilidades de consolidación del Golpe.

Así, las emisiones de los centros mineros alcanzan dimensión nacional e internacional como en el caso del Golpe de Estado del 17 de julio de 1980.

El epílogo de las vívidas y dramáticas transmisiones de la resistencia ha sido por lo general la ocupación militar de los distritos mineros y el silenciamiento de las emisoras.

Sin embargo, luego que el movimiento minero comienza a reorganizarse del descabezamiento, e inclusive cuando la represión no ha cesado, se retoma nuevamente la iniciativa a partir de las demandas concretas entre las que la devolución y reposición de las emisoras es indispensable en cualquier tratativa con las autoridades.

De esta manera, la persistencia con que los mineros reconquistan sus emisoras es parte de la reestructuración de su movimiento. Por ello, una y otra vez, las radios destruidas, saqueadas u ocupadas vuelven a sus legítimos propietarios y más temprano que tarde reinician su labor comunicacional.

## LAS RADIOS MINERAS HOY

**M**ás por propio esfuerzo que por Mayuda del gobierno democrático actual, casi la totalidad de las radios mineras han sido reinstaladas y han reiniciado sus labores. (6)

Muchas de ellas confrontan problemas de orden técnico ya que la crisis económica y la devaluación monetaria han repercutido en su disponibilidad de recursos para su reequipamiento y ad-

quisición de instrumental. Como decíamos más arriba, las radios se mantienen con el aporte económico de los trabajadores, el que sigue vigente, pero no alcanza para darle mayor dinamicidad a las emisoras tal como se plantean los trabajadores.

Sin embargo, los trabajadores de Huanuni han logrado, junto a otros sindicatos, adquirir una repetidora de televisión para incrementar la llegada del Canal de la Universidad Técnica de Oruro. (7)

Asimismo, la realización de redes o cadenas informativas, antes reservadas casi exclusivamente para los momentos de Golpe de Estado, constituyen ahora prácticas casi regulares. Tales redes se han establecido principalmente en situaciones de paros que, dentro del proceso democrático han sido muchos dadas las distintas concepciones de encarar la crisis por parte del gobierno de la UDP y de los trabajadores. Fuera de estas relaciones conflictivas, las cadenas no han dado un espacio significativo a las tareas educativas o culturales. Aun en "tiempos de paz" la causa determinante de la constitución de redes sigue siendo el enfrentamiento.

Cabe destacar que en los últimos meses de 1983, la Confederación Sindical de Trabajadores en Radio y Televisión de Bolivia (COSTRATEB), en coordinación con la Federación de Mineros y la COB inició las actividades de la Escuela Nacional de Radio y Televisión en el distrito minero de Siglo XX. Durante tres meses se desarrolló un curso-taller de capacitación en programación para ambos medios. Más de 30 trabajadores no sólo de las minas sino de todo el país participaron en este encuentro, donde pudimos establecer que, como casi siempre sucede en América Latina, la práctica antecede a la teoría y permite enriquecerla.

### LIMITACIONES Y PERSPECTIVAS

Sin desmerecer en absoluto el extraordinario logro que nos ocupa, sino reconociendo que aun en los casos más notables de comunicación popular autogestionaria existen aspectos que no se han desarrollado a plenitud, debemos mencionar algunas limitaciones:

No se ha cristalizado una total integración entre los mineros y los trabajadores "radialistas", pese a que en su mayor parte son de extracción minera. Por tanto, el dirigente del magisterio y Secretario de Cultura del Sindicato continúa siendo tácitamente el director de la emisora, mientras que los radialistas

parecen estar relegados como sindicalistas de segunda clase.

Si bien no es posible que los partidos que ocupan cargos en las direcciones de los sindicatos ejerzan un uso arbitrario y hegemónico las radios, las rivalidades interpartidarias obstaculizan un óptimo trabajo, coordinado y continuo.

Asimismo, los recursos informativos están de alguna manera restringidos a lo coyuntural verificándose la carencia de materiales más amplios para un análisis sistemático y profundo de la realidad nacional e internacional.

En cuanto a las perspectivas, casi está demás señalar el extraordinario perfil alternativo de las radios mineras en el contexto nacional, reforzado por la importancia del rol de los trabajadores mineros en la dinámica política.

Reiteramos la importancia de las redes y de los posibles pasos que a través de ellas, el movimiento popular irá dando en términos de integración. La ampliación de los horizontes incorporando nuevos medios como la televisión y la iniciativa de formación indiscriminada expresada en su escuela permiten entrever una substancial superación programática y de análisis de sus propias experiencias.

Finalmente esta invaluable experiencia esencialmente alternativa y popular deberá ser una de las bases centrales a la hora de configurar una política nacional de comunicación desde la perspectiva popular y liberadora.

### NOTAS

- (1) Para mayor información sobre el tema, véase de los mismos autores, "Las emisoras mineras de Bolivia: una histórica experiencia de comunicación autogestionaria", en Fernando Reyes M. (com.) Comunicación alternativa y búsquedas democráticas, ILET, México, 1983.
- (2) Véase Jorge Mansilla T., Arriesgar el pellejo, La Paz, Bolivia, Editora Urquiza, 1983.
- (3) "Radio Pío XII: una mina de coraje" (En imprenta). José Ignacio López Vigil.
- (4) Fundador y director de Radio "Nacional", quien nos proporcionó detallados informes sobre esta emisora.
- (5) Moema Viezzer, Si me permiten hablar... testimonio de Domitila, México, Siglo XXI, 6a. ed. 1981, pag. 206.
- (6) Los mineros lograron imponer la cogestión paritaria en la COMIBOL a mediados de 1983, aspecto que facilitó la recuperación y rehabilitación de las emisoras.
- (7) Hasta el momento el Estado mantiene para sí el monopolio de la televisión, con la excepción de las Universidades que cuentan con 8 estaciones administradas y dirigidas por un co-gobierno docente-estudiantil.



**GRIDVIA KUNCAR**, boliviana, licenciada en Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, México. Productora de programas y locutora de Radio "Chuquisaca", La Paz. Corresponsal del Programa ALTERCOM del ILET, en Bolivia.

Dirección: Radio Chuquisaca  
Casilla 3123  
La Paz - Bolivia



**FERNANDO LOZADA**, boliviano, estudió Ciencias de la Comunicación en la Universidad Católica de Bolivia. Trabajó en distintos medios de comunicación de La Paz. Jefe de la Unidad de Producción de Radio "Chuquisaca". Corresponsal de "Radio Educación" de México en Bolivia.

Dirección: Radio Chuquisaca  
Casilla 3123  
La Paz - Bolivia

# PARLANTES: nueva experiencia peruana

---

*HELENA PINILLA Q.*

*MAGALI NORIEGA DEL VALLE*

---

**E**n los pueblos jóvenes (barriadas o barrios marginales) que circundan y componen Lima, Perú, ha aparecido desde hace tiempo un nuevo tipo de transmisión local de corto alcance, cuyo uso se ha generalizado en dicho espacio vertiginosamente y que implica un medio de comunicación fuera de los tradicionales: las bocinas o parlantes (también llamados altavoces). Actualmente, este sistema de emisión es utilizado fundamentalmente en pequeños y precarios mercados de dichas zonas, muchos son hechos en base a cartón y madera y las vendedoras son vecinas del barrio que se acogen a dicha actividad como el medio más accesible de subsistencia, así como por grupos de otro tipo.

En la organización vecinal, el llamado con pito a los pobladores empieza a dejarse de lado para ser reemplazado por el llamado con parlantes, los cuales por lo general se instalan en la casa más alta de la manzana. (\*)

La proliferación de parlantes en los pueblos jóvenes es cada vez mayor. Tanto la aparición como el uso que se viene dando a los mismos forman parte de un fenómeno comunicacional del que poco se sabe aún.

Sin embargo, hemos constatado en diferentes pueblos jóvenes que no solo se da una mayor presencia de bocinas o, como se les conoce, parlantes, en los mercados antes mencionados, sino que además, es allí donde estos son utilizados de manera más cotidiana.

Esta fue la motivación principal para iniciar la experiencia comunicacional que venimos llevando a cabo desde hace dos años con las vendedoras de uno de estos centros de abasto.

En este mercado se encontró en un inicio, al igual que en los demás, que los parlantes se usaban para transmitir en primer lugar música, principalmente salsa, baladas en castellano, chicha (cumbia peruana) y música andina o vernacular como se la conoce, y en segundo lugar, cuando se hacía necesario, avisos por lo general de carácter interno, como el anuncio de la fecha de la próxima asamblea o el día de limpieza y eventualmente otros a solicitud cuando eran de interés para la comunidad como la pérdida de algún niño o la de algún objeto, el arribo de una vacunadora, etc.

Esta irregularidad en el servicio de avisaje se debe a la precaria organización, manifestada claramente en la práctica, en acciones como la falta de periodicidad de sus asambleas y el ausentismo existente a las mismas. (Estas se plantean siempre que surgen problemas inmediatos que afectan a la vida del mercado más por lo general no se convocan en períodos de cotidianeidad y rutina).

Es usualmente característico de estos centros de trabajo y de otro tipo de organizaciones de los pueblos jóvenes, como por ejemplo la vecinal, que no exista entre sus miembros la motivación suficiente para iniciar la búsqueda de solu-

---

(\*) Con respecto a esto cabe aclarar que este sistema de transmisión incluye dos componentes básicos: por un lado una pequeña cabina de transmisión que consta de un micro, un amplificador y en el mejor de los casos un tocadacasette tornamesas portátil y por otro lado, dos altavoces o bocinas que se colocan amarrados en la punta de un palo de dos a tres metros. En el caso de los mercados normalmente se construye una habitación muy pequeña, de ladrillo, que hará las veces de cabi-

na y el palo se sitúa en el techo de ésta. En el caso de las casas, el equipo de transmisión se coloca arbitrariamente en algún lugar al interior de la misma, quedando los altavoces como ya se mencionó, en el techo.

El alcance de dicho sistema varía según la calidad, potencia y estado en que se encuentra el equipo, pero cabe señalar que estando en óptimas condiciones cubre un radio de cuatro a seis manzanas a la redonda.

ciones y de logros concretos, a partir del fortalecimiento de sus agrupaciones. A esto además se suma el hecho de que, en una estructura social como la nuestra, los sectores populares no cuentan con la posibilidad de hacer uso de su palabra, y esto no se da solo en las relaciones que se establecen entre ellos y los grupos dominantes, sino que se da también al interior de dichos sectores.

Todo esto se refleja en el uso que hacen los diferentes grupos y organizaciones populares de los parlantes, su medio de comunicación local, ya que a través de ellos se reproducen los tipos de relaciones sociales establecidas en la propia praxis. Como ejemplo de esto está el hecho de que, a pesar de ser un medio de propiedad común, son los mismos socios los que le entregan a su presidente, en exclusividad, el derecho a expresarse a través de ellos. En el caso de mercaditos como en el que se desarrolla nuestra experiencia, el hecho de que la mayoría de vendedoras sean mujeres agudiza lo anterior, por las propias condiciones históricas de las mismas.

Es así como la utilidad social potencial de los parlantes es explotada mini-

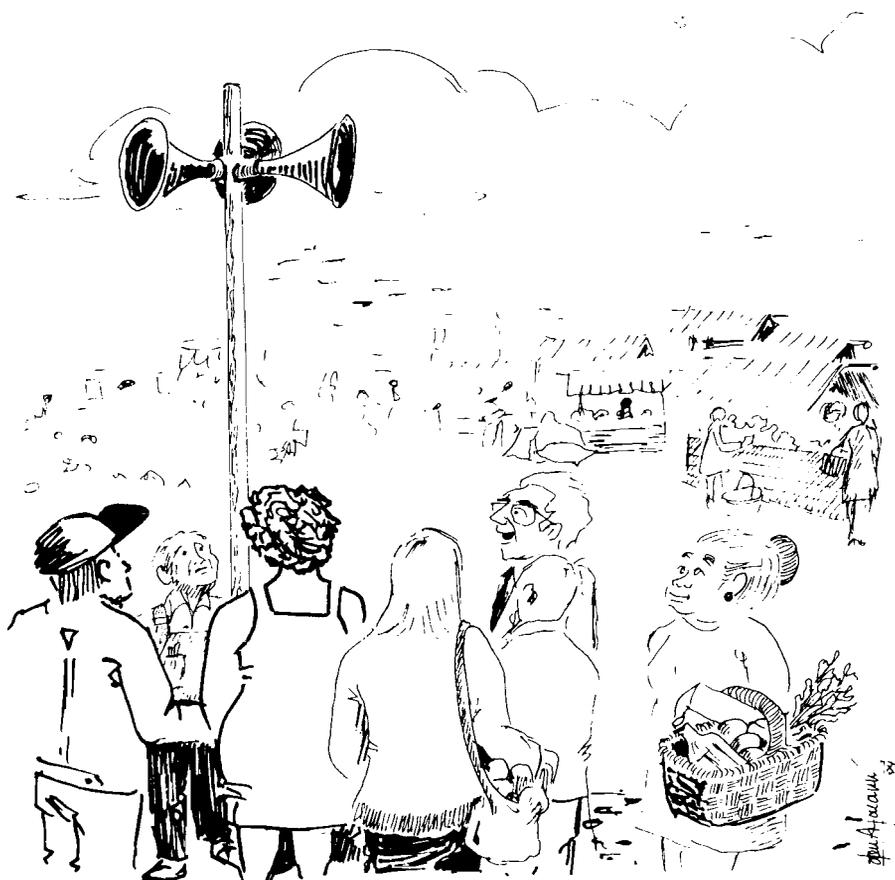
mamente, principalmente con fines de entretenimiento, pero inclusive limitando éste al consumo musical.

Frente a esto, algunos grupos de instituciones de diferente índole han desarrollado ciertas experiencias comunicacionales (en dichos sectores populares), que incluyen al parlante como medio, movidas por la intención de despertar una conciencia principalmente política en los grupos populares que los acogieron. Ahora bien, en algunos casos ha sucedido que la superabundancia de los parlantes, sumada a sus características novedosas ha confundido su papel. El parlante ha sido considerado como alternativo en sí mismo y no como lo que es: un medio de comunicación local inscrito en determinado proceso, en suma, una herramienta. En estos casos, la experiencia desarrollada se ha centrado casi exclusivamente en el aprendizaje y dominio del medio, tanto a nivel técnico como de los géneros clásicos más bien propios del medio radial. La diferencia entre el uso cotidiano antes mencionado del parlante y estas "nuevas formas" radicaría, además del aspecto formal renovado, en la incorporación

del tipo de discurso meramente denunciativo, basado en el aprendizaje de las fórmulas a partir de las cuales se estructura. Este tipo de experiencia es similar a muchas otras anteriores que involucraban a los consabidos medios escritos "alternativos". En ambos tipos de experiencia (prensa y ahora parlante) no se considera la necesidad de un proceso comunicacional al interior del grupo que esté orientado a la reeducación de éste, basándose en la reivindicación de lo propio en términos culturales, de modo que se geste y se desarrolle un nuevo tipo de comunicación que refleje al mismo tiempo sus problemas, sus gustos, sus intereses, plantee sus propias alternativas y sobre todo, que no caiga en la reproducción de formas comunicativas convencionales, ya que éstas normalmente aparecen conjugadas con los esquemas ideológicos dominantes al interiorizarse de manera conjunta, en el consumo cotidiano de los medios masivos.

De igual manera, en este tipo de experiencias se crea un espejismo de participación, ya que normalmente ésta se basa, en el caso concreto del parlante, en la realización de programas de reportaje o revista del tipo radial, como ya se mencionó. Dichos programas son formulados y elaborados por especialistas que enseñan como deben de hacerse los mismos, y los participantes del grupo de base mayormente se limitan a "prestar su voz" o en el mejor de los casos los realizan, pero siguiendo las fórmulas impartidas en el aprendizaje. De esta manera se repite en el uso del medio local lo que ocurre en el medio radial, los productos resultantes no son de ellos sino para ellos (de acuerdo a lo que se presupone que los grupos demandan o necesitan), en donde la presencia de sus voces ratifica una supuesta representación y un dominio del medio por parte de los sectores populares.

Sin embargo, existen otras experiencias con una línea diferente, dentro de la cual inscribimos la desarrollada por nosotros. Estas, si bien cuentan con fines similares, no son planteadas desde el medio, sino que buscan ir desarrollando procesos comunicacionales educativos a los que ya se aludió para alcanzar lo que se considera el gran objetivo: una verdadera democracia popular. Para esto, se pretende que las prácticas comunicacionales que se lleven a cabo estén orientadas no solo a reforzar las diferentes organizaciones existentes, sino que contribuyan a que la organización en sí se vaya replanteando hacia formas cada vez más horizontales. Para ello, se plantea como premisa la necesidad de que sean



los propios grupos populares quienes, a partir de los elementos liberadores existentes en sus propios discursos, sean los que vayan construyendo sus alternativas de cambio, en función al poder en sus diferentes niveles. Esto por lo tanto es imposible de lograr mediante la repetición de fórmulas aprendidas y solo factible de desencadenarse impulsando la gestación de nuevas formas de expresión en el uso de su medio local.

Es por esto que si bien en este otro tipo de experiencias se incluye al medio, ya no se dan en función a éste, sino a los procesos comunicacionales que estos grupos van haciendo.

**E**n este sentido, las prácticas comunicacionales que se llevan a cabo al interior de dichos procesos abordan distintos temas, desde diferentes géneros según las prioridades que marca la problemática del grupo de base de que se trate. En nuestro caso, dado que se trataba de un grupo de vendedoras mujeres en su mayoría migrantes de la zona andina, dichas prácticas se orientaron en un inicio a impulsar y apuntalar la toma de confianza en sí mismas y en su palabra de modo que pudieran en un futuro ejercerla en forma pública a través del parlante. Paralelo a esto se fue alterando el uso cotidiano del medio, pero no a partir de modelos, sino de nuevas formas de expresión que se fueron gestando.

La primera práctica que se llevó a cabo fue la realización colectiva de un radiodrama. Para realizarlo no se impartió ningún tipo de conocimiento sobre el género. El grupo de vendedoras decidió la temática y fue armándola y actuando en diferentes sesiones, en forma totalmente libre. Esto llevó a que dichas mujeres en un comienzo tuvieran como parámetro los elementos convencionales componentes de la radionovela masiva, sin embargo, en la medida en que su radiodrama avanzaba y que estos márgenes resultaban estrechos o inadecuados a sus necesidades y formas culturales de expresión propias, otros moldes siempre más cálidos y próximos a una relación cotidiana fueron apareciendo; como por ejemplo, la utilización de un tipo de narradora que al mismo tiempo era testigo, personaje y consejera. La dinámica grupal que precedía cada sesión de grabación, en la cual la discusión de cómo debía continuar la trama del radiodrama llevaba a discutir sus propias vivencias, posibilitó la aparición de las contradicciones de sus propios discursos, las cuales también fueron introducidas en el programa. Por ejemplo, el radiodrama que contaba la historia de una

migrante que llega a la capital motivada por la intención de estudiar y que debe trabajar como empleada doméstica para subsistir, planteaba una relación cargada de elementos contradictorios entre la muchacha llegada a la capital y la patrona que le ofrece el primer empleo. A esta segunda, a nivel externo se la calificaba de "buena", se la justificaba en su rol, sin embargo, al mismo tiempo, se le atribuían un sinnúmero de acciones negativas (no dar permisos, no aumentar el sueldo, no dar vacaciones, etc.). Este conflicto no racionalmente planteado en un inicio, y sin embargo evidente, fue despejándose en forma muy natural, en la medida en que las experiencias personales de las mujeres del grupo se colectivizaban y contrastaban. Esto permitió la adquisición de una conciencia paulatinamente más clara de la realidad que así mismo fue reflejándose en el desarrollo de la historia del radiodrama, llegándose en éste a un planteamiento final que hablaba de la solidaridad entre paisanos, de la organización como alternativa frente a la dominación, de la necesidad de luchar por sus derechos y reivindicaciones, pero todo esto sin recurrir a moldes estereotipados, sino, por

el contrario, insertado en el marco de la vida cotidiana.

Actualmente, los programas que han seguido realizándose, tocando otros temas y explorando otros formatos, no solo son concebidos y realizados por ellas, sino que además ya participan en el manejo técnico de su equipo en la grabación, con lo cual se evidencia el paulatino apropiamiento del medio que se presenta paralelo a la autogestión del grupo.

Así mismo, se está dando una incorporación a este grupo de algunas vecinas del sector, lo cual hace factible que en el futuro se dé algún tipo de vinculación con otras organizaciones que, aunque incipientemente, existen en las manzanas del sector.

Aunque el desarrollo de estos procesos avanza lentamente, en la medida en que la experiencia empieza a trascender del grupo inicial de vendedoras para abrirse a la comunidad, se puede hablar de cierta madurez en los mismos, la cual se logrará cuando la autogestión del grupo se alcance plenamente.



**HELENA PINILLA Q.**, peruana, estudió Comunicación Social en la Universidad de Lima. Fue asistente de investigación del Centro de Investigación en Comunicación Social de la misma Universidad. Trabaja en la Asociación de comunicadores sociales "Calandria", Lima, en proyectos de parlantes e implementación de programas para la mujer popular "Palabra de Mujer".

Dirección: "Calandria"  
Pontevedra 183  
Surco  
Lima-Perú

**MAGALI NORIEGA DEL VALLE**, peruana, estudió Comunicación Social en la Universidad de Lima. Actualmente, trabaja en la Asociación de Comunicadores sociales "Calandria" en proyectos de parlantes e implementación de programas para la mujer popular "Palabra de Mujer". Fue asistente de investigación del Centro de Investigación en Comunicación Social de la Universidad de Lima.

Dirección: "Calandria"  
Pontevedra 183  
Surco  
Lima-Perú

---

---

# RADIOS COMUNITARIAS en Italia

---

---

CRISTINA LASAGNI

---

En Italia hay más o menos 3.000 radioemisoras y 350 estaciones televisivas privadas, y, hasta hoy, no existe ninguna ley que reglamente este sector. Desde 1976, año en que la Corte Constitucional declara la legitimidad de las emisoras privadas, han sido presentados más de 15 proyectos de ley, pero sin ningún resultado. Y ésta es sólo una de las muchas contradicciones que cruzan el mundo de la radiofonía y la televisión privadas en Italia.

En realidad, para comprender lo que está ocurriendo en el campo de las comunicaciones, es necesario establecer una relación muy estrecha con lo ocurrido en los planos político, social y económico, así como con los cambios producidos en la sociedad italiana en estos últimos años.

Seguramente, los conflictos, contradicciones, dinámicas y errores, que se generaron en la situación italiana contiene elementos de reflexión y confrontación útiles para países que, justamente, ahora están enfrentándose con el problema de la privatización radiotelevisiva.

Por lo anterior, podría resultar interesante, remitirse al inicio de los años 70, para analizar, desde cerca, los elementos que condujeron al nacimiento y desarrollo de las emisoras locales.

En 1972 llegaba a su fin el contrato por el cual el Gobierno en Roma había encomendado a la Radiotelevisión Italiana (RAI) la gestión del monopolio de la Radio y de la Televisión en Italia. Al aproximarse el plazo toma fuerza un vasto movimiento que cuestiona el criterio partidario con que había sido gestionada la RAI -controlada por la democracia cristiana- y pide la reforma del monopolio y del sistema comunicacional italiano. Además, los elementos que intervienen en esta situación son muchos y diversos:

De una parte, el mercado italiano co-

mienza a ofrecer tecnologías electrónicas "livianas", que, por sus características -costos bajos y agilidad de utilización- posibilitan, por primera vez, el desplazamiento del polo productivo desde el monopolio de la RAI hacia fuentes múltiples.

En el orden económico, los empresarios y grupos financieros toman conciencia del mercado potencial que significaría la liberalización del sector radiotelevisivo.

A su vez, algunos sectores del gobierno, así como ciertos grupos que controlan la RAI, se muestran favorables a la liberalización: frente a las críticas que desde muchos sectores surgen en relación a la gestión de la RAI, se piensa -con justicia- que será más fácil intervenir en un sector privado todavía en formación y sin controles, que seguir defendiendo la gestión monopólica de la RAI en una situación tal álgida. En 1972, el debate sobre la reforma de la Radio y Televisión Italiana provoca la caída del gobierno Andreotti.

Es así como la "gran prensa independiente" inicia una campaña que presenta a las radios y TV privadas como instrumentos para la producción de una información "libre, democrática, participativa y creativa". El objetivo es claro: crear un vasto movimiento de opinión pública a favor de las radios y TV privadas.

En esta situación, las fuerzas de la izquierda se muestran divididas: por un lado, figura un movimiento muy agresivo -grupos políticos de la extrema izquierda, tradicionalmente excluidos de los grandes medios de comunicación- que

se ven en la radio privada la posibilidad de ganar un espacio para ensayar nuevas formas de comunicación, para abrir ámbitos de denuncia, para "dotar de palabra a quien nunca la tuvo", para extender la experiencia de comunicación a nuevos sujetos sociales. En tanto ellos también pueden acceder a la propiedad de esos medios.

Por otra parte, los partidos de la izquierda histórica Partido Socialista Italiano (PSI) y Partido Comunista Italiano (PCI) -mantienen posturas contradictorias en su interior, como el PSI, o se oponen rígidamente a la liberalización, asumiendo una actitud de defensa del monopolio (PCI). Se produce así la paradójica situación en la cual el PCI y PSI aparecen invocando la intervención del Estado para censurar aquellas mismas radios que, según la prensa llamada independiente, son presentadas como iniciativas de libertad de información.

Al mismo tiempo, en un clima de incertidumbre e ilegalidad, en medio de intervenciones policiales y clausura de emisoras, la radio privada está de hecho, multiplicándose.

El 24 de abril de 1975, un juez de Milán dicta la primera sentencia de absolución para una radio privada que la policía había cerrado por su funcionamiento aún ilegal. Esta fecha se constituye en un hito histórico que marcará el futuro desarrollo de las "radios libres": es un precedente que otros jueces de toda Italia imitarán. En este ambiente semiclandestino, llegan a existir, en 1976, más de 500 radios privadas, en una progresión de más de una emisora diaria.

La situación ahora es irrefrenable: las radios libres existen de facto, produciendo efectos relevantes en muchos campos, como el económico y el político, y afectando también los modelos comunicacionales de la RAI.

El 28 de julio de 1976 la Corte Constitucional emite la sentencia que legaliza

oficialmente la radio y televisión privadas. Esta disposición limita las emisiones al ámbito local, pero no precisa la amplitud de este espacio, y delega a una futura ley la responsabilidad de reglamentar el quehacer radiotelevisivo privado. Ocho años después de este mandato esa ley aún no ha sido promulgada. Fue así como las radios se multiplicaron y desarrollaron dentro de una absoluta "Ley de la selva".

## RADIO PARA LOS NEGOCIOS, LA INFORMACION, LA PROPAGANDA

La manera como se consolidó el sistema radial privado determinó los tipos de radio que se implantaron; en un clima de absoluto vacío legislativo y de total experimentación (1) nacieron y se desarrollaron radios muy distintas entre sí que respondían a concepciones y fines también heterogéneos.

Esta variedad de modelos subraya la diferencia entre la radio y la televisión privada: mientras el sistema televisivo libre encuentra dificultades en generar fórmulas de desarrollo distintas de las históricas provenientes de la experiencia de la RAI, en el campo radiofónico se pueden distinguir tres grandes familias de radios.

### La Radio Comercial

Constituyen el mayor número y tienen como objetivo principal la ganancia de la empresa. Desde el punto de vista comunicacional no propone nada nuevo: al modelo de radio tocadiscos agregan concursos y conversaciones telefónicas con la audiencia.

El efecto de pasividad parece cristalizado y multiplicado; la ausencia de la realidad social y de las características del ambiente en que opera la radio es patente. Es un tipo de radio en que, al variar las regiones del país y, con ello, situaciones socio-económicas y culturales, lo único que cambia es el acento del locutor de turno.

Este modelo funciona como "radio-ambiente", todo el día encendido, y no exige ninguna respuesta de la audiencia.

### La Radio de Propaganda

Los partidos y grupos políticos, los mismos que habían luchado contra la instauración de la radio privada, no tardan en darse cuenta de la importancia de este medio. Lamentablemente su aproximación es muy reducida y frecuentemente utilitaria: la radio tiene que difundir el discurso político de quien detenta la propiedad del medio.

Este es un procedimiento muy riesgoso pues aumenta significativamente la segmentación de la sociedad: los comu-

nistas escuchan a los comunistas, los socialistas a los socialistas, los demócrata-cristianos a sus correligionarios. . . Además, desde el punto de vista de la información, la confrontación y el debate de los problemas locales tampoco presentan novedades: si su fin sigue siendo la propaganda, estamos acostumbrados a ver ejemplos de propaganda desde que los medios de comunicación existen.

### La Radio de Información

Se trata de un tipo de radio que se constituye para desarrollar un servicio de información, y que busca abrir nuevos espacios de debate, experimentar formas originales de hacer radio.

Frecuentemente estas búsquedas carecen de referencias previas, y, sobre todo en la primera fase, se desarrollan experimentando fórmulas distintas del modelo RAI, aún a riesgo de su propia supervivencia.

La existencia de estas radios es la más difícil: entre otras cosas, la amenaza de crisis financiera es constante. Las soluciones que se barajan, también en este campo, son muy creativas: a la publicidad, las más de las veces selectivamente elegida, se agrega la organización de conciertos, ciclos de cine, espectáculos, además de los intentos por obtener formas de apoyo popular mediante suscripciones periódicas y la ampliación de la base de accionistas.

No obstante estas difíciles condiciones de trabajo es en el ámbito de esta familia de radios que nacen y se desarrollan las experiencias más interesantes; son estas las emisoras que están buscando un camino original y autónomo.

Uno de los factores que da la fuerza a estas radios de información, es sin duda, el hecho que estas experiencias son fruto de la iniciativa de grupos de personas muy motivadas política y profesionalmente. Se trata de cooperativas o sociedades de periodistas y operadores de las comunicaciones que representan una amplia gama de posturas al interior del espectro de la izquierda y son fuertemente críticos frente a la RAI y la prensa tradicional.

Se desarrollan así las primeras tentativas de una programación diferente: selecciones musicales que no responden a las exigencias de las casas discográficas, ni reflejo de las jerarquizaciones del "hit-parade"; transmisiones que buscan la participación activa de la audiencia en los programas de debate; intentos de establecer relaciones no instrumentales con las organizaciones culturales, políticas, sindicales y con los movimientos de lucha. En suma, esfuerzos por abrir la radio a la sociedad y por quebrar la se-

paración entre quien tiene la función de comunicar y los destinatarios de esa comunicación.

Naturalmente la búsqueda de estos nuevos rasgos se desarrolla en medio de errores y carencias, sobre todo en los primeros tiempos: mucha ideología, a veces improvisaciones frecuentemente diletantismo acompañan los primeros pasos de estas experiencias, que no por ello dejan de ser las más significativas.

## ALGUNAS EVALUACIONES

Hoy, habiendo transcurrido cerca de diez años desde la legalización de la radio privada, la situación de estas emisoras se ha estabilizado en un panorama que, de cualquier manera, se presenta como muy poco auspicioso.

La falta de una reglamentación determinó que la única ley vigente fuera la ley del más fuerte; la competencia salvaje.

La experiencia ha mostrado que cuando lo que domina es la ley del mercado y sus reglas de competencia, se llegan a imponer, más tarde o más temprano, dos tendencias: la constitución de grupos con fuertes intereses económicos y comerciales, lo que conduce a una concentración de las iniciativas, y una baja en la calidad de la producción (2).

En estos días, las emisoras que sobreviven, con algún margen de seguridad, son justamente las radios comerciales, cuya estructura de programación permite minimizar los costos mediante la adquisición y la divulgación de horas y horas de programas musicales envasados; frecuentemente son las agencias concesionarias (3) las que determinan gran parte de la programación.

A este proceso de concentración económica se va a agregar otro fenómeno: la progresiva incorporación de los partidos al ámbito de la radio privada. Muchas fuerzas políticas se dieron cuenta -aunque, sobre todo la izquierda, tardíamente- de la importancia de la propiedad de una radio privada. Este hecho ocurre cuando, para la mayoría de las radios de información, es cada vez más difícil sobrevivir luego del primer momento de entusiasmo y trabajo voluntario. Para los partidos, sin embargo, no fue difícil ingresar a este espacio y hegemonizar estas radios, principalmente cuando ellas, hasta aquí, son expresión de fuerzas de izquierda no organizadas partidariamente.

Actualmente en las ciudades importantes los partidos tienen su radio: éxac-

## RADIO POPOLARE DI MILANO

Es una radio "histórica" en el panorama italiano; de izquierda, autofinanciada por medio de publicidad, suscripciones, conciertos, reúne en una cooperativa a más de 15.000 socios entre estudiantes, obreros, sindicalistas, intelectuales, periodistas, artistas. . . Radio Popolare representa sin duda el más exitoso esfuerzo de investigar y practicar modelos comunicacionales participativos. Por eso puede ser interesante ver, por medio de la descripción de un día de programación, algunas características y rasgos de la radio democrática más importante de Italia. Toda la programación -excepto los reportajes- es en vivo.

- 6.30 Breve Flash Noticioso.
- 7.05 Fábrica hoy día - noticias sindicales.
- 7.30 Noticiero de R.P.
- 8.00 Los otros diarios: presentación de lo que aparece en los diarios del día; es una de las transmisiones más escuchadas.
- 8.30 Flash Noticioso.
- 9.15 Mik Up: Micrófono abierto - Representa un momento de gran importancia por la radio; la posibilidad de mantener una relación con los auditores y los socios. Los temas son muy variados: debates con un invitado en el estudio, discusión de los auditores entre ellos. Es justamente la relación estrecha con su audiencia el punto de fuerza de esta radio, y en eso basa la construcción de su proyecto y su imagen: quebrar la pasividad de los destinatarios, estimular la creatividad y la participación.
- 12.30 Noticiero RP- Criterio General: Aplicar conceptos aparte de los periodísticos tradicionales; hay hechos que los medios comunmente no consideran "noticias", pero que sin embargo pueden interesar a franjas significativas de público. Otra norma es la utilización de un lenguaje menos hermético, pero no por esto aproximativo. Fuentes: Además de las agencias noti-

cias, cientos de colaboradores que entregan informaciones desde los lugares de trabajo o de estudio. . . en el momento mismo en que los hechos se producen. Esto significa en primer lugar, que no llegan sólo temas "políticos" o acontecimientos evidentes, si no que también el pulso que los propios sujetos sociales muestran su realidad.

- 13.00 Conversaciones de sobre mesa, en tono tranquilo, pero con pequeños reportajes y relajado, se habla de los acontecimientos del día, de los espectáculos, de lo que está ocurriendo.
- 14.00 Espacio de los Jóvenes, es el espacio que está más en crisis. Hasta el año pasado era una transmisión de mucha audiencia; un grupo de jóvenes proyectaba y realizaba un programa de música, debate, reportajes. Ahora el panorama social en Italia está muy cambiado y la radio se pregunta: ¿quiénes son los jóvenes hoy día? ¿Cómo hablar de ellos? ¿Qué es lo que les interesa?
- 15.30 Flash noticioso.
- 16.00 Las transmisiones de Radio Popolare- cada día, periódicamente, se alteran transmisiones distintas. En común tienen el ritmo: ágil, con mucha música y discursos breves, Ejemplo:  
Zero Zero: música "Punk" muy moderna; este año se está organizando un concurso entre los grupos musicales de Milán que envían cintas a la radio para esta transmisión.  
Beat goes: Música de los años '60.  
Vagas estrellas de la Ossa: Música rusa, sea folklórica, sea contemporánea (rock, etc). Toda la transmisión está teñida de una sutil ironía.  
Auditorium: Música clásica.
- 17.00 La ciudad y las estrellas: ¿qué está pasando en la ciudad en este preciso instante? Todo, no sólo reuniones y manifestaciones sino también noticias del tráfico, es-

pectáculos, etc.

- 18.45 Correspondencias obreras: que trata de no ser la voz del sindicato, sino de los trabajadores de base. Es una transmisión sindical. Uno de los puntos de fuerza de la radio. R.P. sabe casi siempre antes que los demás lo que está pasando en las fábricas, gracias a la red de socios y "amigos". Un elemento interesante es que el obrero que llama de la fábrica sigue telefoneando también cuando vuelve a su hogar, llegando a ser el "corresponsal" del barrio.
- 19.30 Noticiero de Radio Popolare.
- 20.00 Música con experimentaciones: Por ejemplo una hora de música africana (desde los tambores hasta el free jazz) hecha por colaboradores de Camerum.  
Dos veces a la semana grabaciones de conciertos que se efectuaron en la ciudad.  
Después de las 22 se alternan en la semana varios programas en lengua árabe para los emigrantes (de gran éxito), una transmisión de un colectivo homosexual, programas deportivos, de poesía, de literatura, etc.
- 00.30 Ultimo Noticiero- En la noche, sorpresas. El tono es muy relajado y puede pasar de todo: cuentos de los auditores, encuentros organizados por radio (se dieron matrimonios que empezaron así!) discusiones más sueltas. . .  
La noche es el espacio de la creatividad y de la invención.

Radio Popolare es la única radio en Italia que logra vender publicidad ligada a programas de información y no sólo de música.

Sin embargo, el elemento musical es muy importante, ha venido definiendo cada vez más con el transcurso de los años.

El criterio es incorporar muchos géneros musicales, sin rigidez, eligiendo las expresiones más representativas de cada tendencia.

tamente lo contrario de lo que el pluralismo comunicativo supone.

La conformación del cuadro que hemos revisado provocó la marginación y clausura de las iniciativas más originales y menos ligadas a intereses económicos y políticos directos, y, por lo mismo,

más vulnerables.

¿Es posible extraer de esta experiencia italiana algunas consideraciones útiles y generalizables a otros países y otros escenarios? Sin duda algunos elementos del debate se están aclarando; muchos slogans y muchas hipótesis tu-

vieron que enfrentarse con la práctica y la realidad.

## LA RADIO DEMOCRATICA

Democracia es uno de los términos más recurridos (y, por tanto, más des-

gastados) en estos últimos años: en Italia, fueron decenas y decenas las radios que agrupadas en la Federación de Radioemisoras Democráticas (FRED) se definían como tales. Pero, ¿qué puede significar para una radio definirse “democrática”? A la luz de tantos años es posible ya avanzar algunas proposiciones.

a) No es suficiente ni el contenido de las informaciones ni la estructura de la propiedad para definir la democracia de un medio.

Por el contrario, este rasgo se puede definir a partir de la función que un medio desarrolla en una colectividad, y, más específicamente, de cómo ese medio asume las exigencias de expresión, socialización y conocimiento de esa comunidad.

b) En este sentido, se puede afirmar también, que frente a fenómenos de concentración cultural y productiva, uno de los rasgos democráticos de una radio es su inserción en el ámbito local en el cual opera.

La radio local puede desarrollar una función insustituible llegando a constituirse en un punto de referencia para el desarrollo de las identidades individuales y colectivas de su comunidad.

A este punto es necesario definir el

concepto de radio local. En la actual expresión de las radios locales, su función principal de divulgar informaciones elaboradas por un pequeño grupo a un auditorio extenso y anónimo que no tiene ninguna posibilidad de intervenir en el que el proceso de producción de mensajes, excepto a través de los programas de concursos o de las charlas telefónicas. Para cambiar este mecanismo es necesario cambiar de modelo productivo. La especificidad de este nuevo modelo de radio puede ser individualizada a partir del objetivo de activar una relación orgánica con los protagonistas de los procesos reales que se mueven en el territorio en el cual la radio opera.

Para definir este nuevo modelo productivo es necesario hacerse la pregunta: ¿Quién produce información y saber?

Reconociendo a cada individuo la posibilidad de ser fuente de información primaria respecto de los hechos de los cuales es protagonista, se construye el presupuesto ideológico fundamental para instaurar una participación concreta a los medios de producción.

Es necesario hacer de modo que estos sujetos -a menudo excluidos históricamente de los medios de expresión- se capaciten para transformar la propia experiencia concreta en información y conocimiento para otros.

## LA IZQUIERDA Y LA RADIO PRIVADA: UNA OCASION PERDIDA (4)

La experiencia italiana puede también sugerir elementos de reflexión relacionados con cómo la izquierda, y, más ampliamente, las fuerzas progresistas, enfrentaron el fenómeno de la radio y la televisión privadas.

El nacimiento y desarrollo de la radio privada pudo haber sido la oportunidad para cuestionar el sistema radio-televisivo, y, en general, el sistema comunicacional italiano. La radio, por sus costos relativamente bajos, y por su facilidad de uso, potencialmente puede multiplicar las fuentes de producción de información y cultura; expresar y movilizar grupos y masas.

De hecho puede transformarse en un poderoso agente de cambio social, impugnando la globalidad del quehacer comunicacional.

No obstante, las fuerzas de izquierda fueron bastante miopes para darse cuenta de estas grandes posibilidades. (5).

Así, los partidos de la izquierda histórica, que por mucho tiempo se opusieron a la radio privada en una defensa extrema del monopolio estatal, más tarde la utilizaron de una manera habitualmente instrumental y ligada más a necesidades de propaganda que de información pluralista.



## NOTAS

(1) La RAI era una referencia limitada tanto por la complejidad de su modelo productivo, como por las significativas reservas que su modelo comunicacional generaba en diversos sectores.

(2) Cuando el imperativo categórico de un medio de comunicación es la necesidad de maximizar la ganancia, esta necesidad lleva a que los programas sean producidos con el objetivo de tener la mayor audiencia posible para aumentar las entradas publicitarias.

Para conseguir estos resultados, los programas a) no deben molestar a nadie b) deben encontrar un “mínimo común denominador” entre los valores y los gustos del mayor número posible de receptores.

Los programas, entonces, serán producidos en serie con el objetivo explícito de “crear público para vender publicidad”.

(3) Se entiende por “concesionarios” de Publicidad la agencia que se encarga de vender en exclusiva los espacios publicitarios de un medio, garantizando una ganancia fija al medio. Con el control de la ganancia estas agencias pueden de hecho, llegar a controlar gran parte de la programación, para moldearla según los criterios que satisfagan las exigencias de los avisadores.

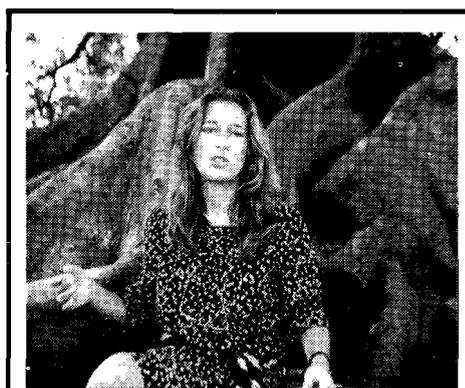
En la radio, el proceso de concentración -menos relevante que en la TV- es un dato de hecho. En 1981, 7 “concesionarios” de publicidad controlaban el 23 por ciento de las emisoras, pero este 23 por ciento agrupa las radios con más audiencia: más de 8 millones de auditores, siendo el total de los oyentes de las Radios Libres en 1981 cerca de 8.770.000.

(4) Esta definición es usada por G. RICHERI en “Las Radios Libres”

(5) Muchas veces los grupos de izquierda encuentran en la radio un importante sustituto de las formas tradicionales de movilización y militancia política.

## REFERENCIA BIBLIOGRAFICA

- Doglio D, Richeri G.; “La Radio”; Milano 1980.  
 Prado E.; “Las Radios Libres”; Barcelona 1983.  
 Siliato F.; “L’antenna dei padroni”; Bari 1979.  
 Vacca R.; “Comunicazioni di massa e democrazia”; Roma 1980.



**MARIA CRISTINA LASAGNI**, italiana, socióloga y periodista, colabora con la RAI y con radioemisoras privadas, diarios y periódicos. Fue Directora de “Radio Città” de Bolonia. Proyectó y coordinó en 1982 el primer Curso de Perfeccionamiento para Operadores Radiofónicos de Italia. Actualmente, trabaja temporalmente en CENECA, Chile. Dirección: CENECA Santa Beatriz 160 Santiago-Chile.

# LA RADIO EN AFRICA

## Una radio para el desarrollo

---

JEAN-PAUL LAFRANCE  
VITO S. MINAUDO

---

La radio de tipo comunitario, tal como la conocemos en Norteamérica y Europa (no-comercial, no-estatal y participativa), no existe en Africa. Sin embargo, la situación histórica y el contexto socio-político particulares de Africa han precedido la instauración de una radio que, dentro del marco del presente estudio, nos ha resultado interesante. Se trata de la radio educativa rural. Aunque enmarcada dentro del molde estatal de regímenes que en su mayoría son dictaduras, la radio rural africana, al igual que las radios de tipo comunitario, utiliza la radio con otros fines además de los convencionales. En este caso, la radio es un instrumento al servicio del desarrollo, por no decir al servicio del campesino, en una relación con éste último que probablemente dejará cada vez más de ser uni-direccional. La experiencia africana nos proporcionará en esta perspectiva nuevos elementos de reflexión en lo que respecta al rol de la radio dentro de la comunidad y sobre las condiciones incluso del éxito o no-éxito de la participación popular.

Además, la importancia del medio radio en el proceso de desarrollo de los países africanos nos incitó verdaderamente a interesarnos en el tema. Tal y como aparece expuesto en los artículos de la revista de la Agencia de cooperación cultural y técnica, la radio es realmente un instrumento de comunicación

---

Tomado del texto: "Creer l'alternative en radio" y publicado con la autorización de sus autores.

prioritario para la mayoría de los países en vías de desarrollo. La constancia de su popularidad, a pesar del surgimiento de la televisión y del desarrollo a veces caótico de las estructuras de comunicación, se explica mediante diversos factores tanto económicos como culturales. Entre los más importantes podríamos destacar los siguientes:

- a) El costo de las infraestructuras de la radio es 15 veces menor que el de la televisión. Los costos de producción también son inferiores.
- b) La radio es una transposición mediaticada de un modo de comunicación popular que se basa en el lenguaje hablado. La oralidad conserva en Africa un vigor casi intacto en detrimento del desarrollo de las lenguas escritas y audiovisuales.

Existen además otros factores inherentes al medio mismo tales como la instantaneidad del medio, su carácter didáctico, su poder de sugestión, etc.

Pero sean cuales fueren las razones de su popularidad, la radio es prácticamente el único medio de alcanzar a la totalidad de la población africana, de la cual un 80 por ciento es rural y analfabeta en su mayoría. Además, todos los países de Africa poseen un sistema de radiodifusión mientras que muchos de

ellos no tienen televisión y mientras que la importancia de la prensa escrita sigue siendo inferior a la de la radio. Las estadísticas de la UNESCO confirman que la radio es el medio más expandido, y que hay más de mil millones de receptores de radio en el mundo, es decir, un promedio de un receptor por cada cuatro personas. No obstante, en Africa, un pequeño número de países alcanzan el umbral mínimo estimado por la UNESCO de diez receptores de radio por cada cien habitantes. En 1979, Africa poseía 35 millones de receptores de radio, es decir, un promedio de 7,7 aparatos de radio por cada cien habitantes: la densidad global de receptores oscilaba entre 1 y 28 aparatos de radio para 100 habitantes. Ese mismo año, Norteamérica poseía 41,8 por ciento de los receptores de radio del mundo, Europa poseía 29,5 por ciento, Asia 14,1 por ciento, América Latina 9,2 por ciento y Africa 1,9 por ciento.

A pesar de las deficiencias que presenta Africa a nivel de equipos, el uso de la radio está generalizado aunque ciertamente se observa una lentitud relacionada con la falta de medios financieros y con el subdesarrollo general con el que los países siguen transformando sus estructuras de comunicación. En la actualidad disponen de unas 1.000 estaciones de radio, lo cual aún representa una densidad radiofónica baja.

Varios países vinieron a crear su radio sólo en el momento de su independencia hace unos diez o veinte años. En ciertos países, la radio fue ins-

talada primeramente por los gobiernos coloniales. Entre otros podríamos citar el caso de **Radio-Inter-Africa-occidental-francesa** instalada en Dakar en 1939; ésta fue la primera radio de Africa occidental y emitía para el conjunto de países de habla francesa de esta parte de Africa. Fue sólo durante los años 50 que los países de esta región crearon su propio organismo de radiodifusión. En el momento de su independencia, la mayoría de los países africanos optaron por un monopolio de estado en materia de comunicación. Y dentro de este contexto post-colonial, en el que los nuevos Estados buscaban la riqueza en la industrialización, se abrió rápidamente una brecha entre los rurales y los urbanos; la radio estaba entonces reservada a una minoría que hablaba inglés o francés, que en muchos casos se habían convertido en lengua oficial del país. La misión de esta radio era la de dar a conocer a los africanos las civilizaciones del mundo entero y también dar a conocer al mundo entero las civilizaciones africanas. Más tarde, esta radio se convirtió en muchos países, en una cadena internacional más o menos de prestigio dan-



do lugar a una nueva cadena nacional. Esta se orientó hacia las preocupaciones del país, los problemas de desarrollo y de estímulo de las poblaciones del país hacia el desarrollo. Los organismos de radiodifusión dependen en ciertos países del Ministerio de la Información y de Comunicaciones, en otros del Ministerio de Planificación, de Orientación Nacional o de Desarrollo rural y trabajan en estrecha colaboración con los ministerios y servicios de agricultura y de comercialización de los productos agrícolas, de Educación nacional, de Salud Pública, de Alfabetización, de Relaciones Exteriores; en ciertos países trabajan de común acuerdo con la prensa rural.

Dentro de los organismos de radiodifusión se abren servicios de radio educativa rural que no obstante, son a menudo, los infantes pobres de la institución. Con pocos medios y pocas posibilidades de visitar los innumerables poblados, éstos hacen emisiones de algunas horas destinadas a más de un 80 por ciento de la población, haciéndose cargo de esta manera de la continuación de los proyectos iniciados por los organismos internacionales de ayuda al desarrollo. Y mientras los economistas afirman que el desarrollo de Africa pasa por el desarrollo rural, las emisiones son concebidas primeramente según un enfoque publicitario llamado a menudo **comunicación persuasiva**. *"Los medios de comunicación difundiendo mensajes o directrices que incitaban a la población a brindar su ayuda a los proyectos de desarrollo"* (1). En ese entonces, se impuso el uso de las lenguas vernáculas. Pero, la multitud de lenguas no deja de ocasionar una serie de problemas. Así, el poliglottismo de casi todos los países de Africa se suma al subdesarrollo técnico para limitar aún más el acceso de las poblaciones rurales a la comunicación. Sin embargo, hay que considerar el uso de lenguas vernáculas en la radio como una voluntad marcada de los gobiernos de establecer el diálogo con las poblaciones rurales. En ese mismo espíritu, muchos países inauguran estaciones de radio regional que producen sus emisiones localmente. Es entonces en la perspectiva de uso del medio radio para la educación de las poblaciones con fines de desarrollo, que se realiza una nueva práctica radiofónica en Africa.

#### HACIA UN MODELO PARTICIPATIVO

**L**as nuevas ideas surgidas dentro del campo de la educación, en conjunción con una mejor comprensión de la naturaleza del desarrollo y del significado mismo de la comunicación, han contribuido a la evolución de la práctica radiofónica al servicio del desarrollo. *"Se considera que de ahora en adelante, los medios, en relación con el desarrollo, podrían y deberían jugar un papel que vaya más allá del de ser un simple canal de transmisión de mensajes de una fuente a otra. Los partidarios de los medios comunitarios están convencidos de que la participación del público en el proceso mismo de la comunicación puede ser un factor de desarrollo"* (2).

Mientras la historia reciente ofrece un gran número de ejemplos de un en-

foque unilateral en materia de planificación del desarrollo, así como también numerosos fracasos de programas concebidos de manera centralizada, se ha visto surgir la idea de que el desarrollo no es un estado sino un **proceso de cambio**, cuya orientación puede y debería estar determinada por los individuos involucrados. Este nuevo enfoque del desarrollo, que se basa en la participación, implica una comunicación horizontal entre los individuos de una comunidad que deban discutir y tomar decisiones sobre proyectos de desarrollo. Este enfoque se basa en el modelo participativo de educación que pone en tela de juicio el enfoque en un sólo sentido de la transferencia de información. Este modelo educativo, desarrollado principalmente por el pedagogo brasileño Paulo Freire, se basa en la idea de *"activación de la conciencia"*, es decir, de la capacidad de integrar a las gentes en el proceso de educación y de la comunicación.

Estos nuevos enfoques han sido considerados como una ruptura radical con las concepciones tradicionales del desarrollo y de la educación, en la medida en que éstos no se basan en una transferencia sino que se centran en la comunidad como órgano de decisión. Y es allí donde la comunicación comunitaria puede jugar un rol importante. Pero, tal como señala F. Berrigan, el acceso y la participación en la comunicación representan una amenaza para los intereses adquiridos. Es por ello que, ciertos países han comenzado a aplicar con reserva este modelo participativo en la radio rural.

*"Indudablemente, la decisión de adoptar un enfoque del desarrollo que se basa en la participación representa una amenaza para las jerarquías existentes. . . Esto supone un uso del dispositivo de comunicación que permita a los diferentes puntos de vista explicarse y ser tomados en consideración. Esto supone receptividad antes que directividad, y esto a su vez debe ir acompañado de un apoyo moral así como también financiero para las iniciativas de la comunidad"* (3).

#### EXPERIENCIA AFRICANA DE LAS RADIOS RURALES

**E**xisten en la actualidad unas sesenta experiencias de radios rurales en Africa. Sus características son las siguientes:

1. Aceptación de la idea de que el desarrollo nacional depende del desarrollo rural y de que éste implica el desarrollo de las poblaciones.



2. Tendencia a pasar de una comunicación de tipo internacional a una comunicación nacional, y finalmente a una comunicación regional.
3. Voluntad de dar prioridad al uso de lenguas nacionales, que cada vez son más numerosas en las ondas.
4. Voluntad de integrar al oyente a la programación (uso de un lenguaje adaptado, conocimiento y respeto de las prácticas sociales, consulta sobre temas a tratar según las necesidades claramente expresadas, difusión de la palabra de los oyentes).
5. Animación durante la escucha, lo cual constituye un factor positivo esencial para la aplicación de las nuevas prácticas enseñadas en radio. La animación permite igualmente que se estructure y se manifieste un desacuerdo o una protesta ante las nuevas prácticas propuestas.
6. Un modo de escucha en grupo, lo cual constituye a la vez una solución económica (número de receptores), y un enfoque que respeta la tradición cultural de los oyentes, la de la **palabrería**.

Entre las experiencias africanas del modelo participativo de la comunicación, **Radio Disoo** de Senegal es proba-

blemente una de las más interesantes. Condiciones como la actitud de apertura del gobierno y la interpenetración lingüística de las diversas etnias, han contribuido al éxito de esta radio rural nacional. Boubacar Sock, uno de los investigadores de **Disoo**, mencionaba que las emisiones de la radio rural educativa se inspiraban en una preocupación de diálogo: *"No se tratará de profesores que vengan a hacer las ponencias, sino de participación de los oyentes, incluso de protesta. . . que yo calificaría de objetiva"* (4).

El éxito de **Disoo** no se mide sobre el plano de la aceptación de los temas propuestos, sino más bien del punto de vista de la participación del público en la acción de la radio. Como la escucha colectiva se prolonga hasta altas horas de la noche por discusiones sobre las condiciones de vida, y reúne a miles de oyentes rurales que respetan una tradición social ancestral, se puede llegar a una integración armoniosa del medio en la sociedad rural. **Disoo** además no es una radio agrícola, sino más bien una radio rural que considera la realidad del mundo rural en su conjunto. Así, la radio permite establecer un diálogo constante entre las autoridades y la población, una mejor coordinación de las políticas nacionales, así como también un progreso social, es decir, una apertura del mundo rural hacia nuevas realidades. Esta apertura no se da sin modificar una reorganización armoniosa ya que los primeros interesados, los campesinos, colaboran directamente en ella.

Otras de las experiencias de radio educativa rural que podríamos citar como ejemplo son la del Alto Volta o la de Burundi; Níger nos muestra un ejemplo de radio-club, y Tanzania y Ghana cuentan con tribunas radiofónicas.

Algunos de los encuestados que respondieron al cuestionario de investiga-

ción de la AMARC afirmaron que la radio rural sólo se expandirá fuera del yugo administrativo actual. Recordemos, en efecto, que la radio rural es una radio del Estado en Africa. Según Mamadou Talla, secretario del centro de comunicación internacional para el desarrollo en Dakar, en Africa no existen radios a comunitarias, a excepción probablemente la radio **Disoo**. En los países de Africa, allí donde no existe aún la unidad nacional, donde las luchas intertribales son importantes y las lenguas nacionales numerosas en un solo país, la radio educativa rural del Estado no reúne ni moviliza las poblaciones rurales. En esos países, el objetivo del desarrollo nacional prevalece sobre la voluntad de favorecer el acceso y la participación de las poblaciones a los medios de comunicación. En efecto, la demanda de acceso y de participación se aplica primeramente al mundo político y se manifiesta como una demanda de acceso y de participación al sistema político (5).

Sin embargo, la ideología participativa aplicada a la comunicación se abre camino en Africa, tal como lo demuestra el informe del seminario de perfeccionamiento de programadores de radios rurales del Africa francófona: *"El futuro de la radio rural está en la radio local, implantada en el medio del cual ella es expresión"* (6).

El informe hace hincapié sobre la necesidad, no de modificar los objetivos educativos de la radio rural, sino de darles su pleno sentido transformando completamente el funcionamiento de arriba hacia abajo admitido hasta ahora, y que se ha convertido en obsoleto. Sobre todo, si el objetivo sigue siendo el desarrollo, es decir un proceso de auto-determinación de los pueblos, es preciso repensar la participación del campesino en las emisiones y liberar su palabra.

## NOTAS

- (1) Berrigan, Frances J., Los medios comunitarios y el desarrollo, estudios y documento de información No. 90 UNESCO, 1981, pág. 8.
- (2) Ibid. op. cit. p. 8.
- (3) Ibid. op. cit. p. 14.
- (4) Entrevista en Revue Direct, No 10, pág. 35.
- (5) Berrigan, France J., Los medios comunitarios y el desarrollo, estudios y documentos de información No. 90 UNESCO 1981, pág. 6.
- (6) Agencia de Cooperación Cultural y Técnica. Ponencia para una radio rural local, Informe del Seminario de perfeccionamiento, Ouagadougou, 1981, pag. 11.

**JEAN-PAUL LAFRANCE**, canadiense, se desempeña como profesor del Departamento de Comunicación de la Universidad de Quebec en Montreal, Canadá  
 Dirección: Université du Québec a Montreal,  
 Departement de Communications  
 C.P. 8888, Succ. "A"  
 Montreal, Québec  
 H3C 3P8 Canadá

**VITO S. MINAUDO**, canadiense, PH.D. en Educación, trabaja como Profesor del Departamento de Comunicación en la Universidad de Québec en Montreal y es Director del Laboratorio en comunicación y cooperación internacional (LACCI) de la misma Universidad.  
 Dirección: 6237, de Chateaubriand  
 Montreal, Québec  
 H2S 2N5 Canadá



JUAN GARGUREVICH

premiado por

# TREINTA AÑOS DE PERIODISMO

Hace ya treinta años que Juan Gargurevich, flaco y desgarbado, se inició en el periodismo como reportero. Hoy, después de haber pasado por las redacciones de "La Crónica", "Correo", "Expreso", "Extra" y otras publicaciones -en las que llegó a ser jefe y maestro de otros periodistas- convertido en un prestigioso investigador de los medios de comunicación masiva, corona su trayectoria con el Premio Nacional de Periodismo "Genaro Carnero Checa", instituido para el género de artículo por el Colegio Departamental de Periodistas de Lima. El premio que lleva el nombre del gran periodista y luchador social que fue Genaro, se le otorgó a Gargurevich, actualmente colaborador de **El Observador**, por su vasta serie de artículos en torno a los medios de comunicación y la situación de los hombres de prensa. En el terreno gremial, tuvo una descollante actuación como candidato de los periodistas progresistas, agrupados en el Movimiento de Unidad Democrática, en la elección de la primera directiva del Colegio de Periodistas del Perú.

*¿Qué significa obtener un Premio Nacional de Periodismo?*

Luego de treinta años de abrazado el oficio, una enorme satisfacción, difícil de verbalizar. Al éxito personal se suma la alegría de que se me haya concedido precisamente el premio "Genaro Carnero Checa", maestro de periodistas y no tanto por sus virtudes estilísticas, sino por el empecinamiento, la energía que ponía en el ejercicio de la profesión. Y por supuesto, por la tenacidad en los ideales. El "negro" Genaro era un fuera de serie.

\* Tomado de "El Observador"  
Lima, 14/4/84

Además, estoy alcanzando este premio con las justas, pues probablemente somos ya pocos los "químicamente puros"; es decir, los que no pasamos por la universidad para estudiar "Ciencias de la Comunicación", ni teníamos parientes con vara para conseguir empleo en un periódico. . .

*¿Era difícil conseguir empleo de periodista hace treinta años?*

Siempre fue difícil lograr plaza de redactor: en un periódico nunca hay vacantes, pero siempre hay vacantes. Me explico: ningún jefe de redacción puede darse el lujo de no tomar en cuenta a un postulante, pues detrás de un aspecto juvenil y tímido puede haber un periodista. Todos hemos pasado por esto, digo, los que un día a los veinte años balbuceamos a un temible jefe de redacción que queríamos trabajar en el periódico. De ahí mi permanente profundo respeto por los jóvenes que insisten en escribir, publicar.

Pero el tiempo de los improvisados ha pasado. Ahora hay que estudiar, pues la profesión se ha complicado; ahora hay que estar más preparado, más informado, no hay tiempo para enseñar a redactar a nadie; hay que participar en los grandes debates sobre la comunicación, el periodismo, las cuestiones gremiales, los medios alternativos. Aquella terrible frase sobre el periodista: que tiene "un mar de conocimientos con un centímetro de profundidad", sólo debe ser, ya, un mal chiste de viejos tiempos.

*¿Cuánto ha cambiado el periodismo desde hace treinta años?*

Los periodistas de los años 50 encontramos, en los diarios, a rezagos de la generación anterior. . . Los periodistas no se mueren tan rápido como dicen. . . Y hubo un enfrentamiento lógico con aquella bohemia de periodistas que culminaban la jornada en la cantina de la esquina, o en el prostíbulo, los fines de semana. Aquellos venerables redactores se burlaban de quienes esgrimíamos el Manual del Reportero de Porter y alegábamos por la pirámide invertida y la objetividad.

*¿El periodismo deja satisfacciones?*

El periodismo es sobre todo una pasión, además de una vocación. Desde aquel primer día en que un periodista se estremece de emoción al ver su nombre impreso, "por Fulano de Tal. . .", la satisfacción se convierte en cotidiana y en la medida, claro, de que aparecen publicados sus artículos, sus notas. Estas satisfacciones están más allá de lo dura que resulta la profesión. Bajos sueldos, horarios largos y frecuentemente nocturnos, sin feriados, patrones egoístas e inconsecuentes, persecuciones políticas, fantasma permanente de desempleo. . . todo esto amenaza a un periodista que más podría ganar vendiendo pollos que redactando noticias policiales. ¿Por qué lo hace? Yo no sé si es masoquismo, vocación, pasión, pero ahí están, acosando ministros o amaneciéndose frente a El Sexto, sin tomar conciencia siquiera de que están elaborando una mercancía, como es la noticia; que sus notas servirán para vender periódicos y que éstos a su vez ofrecerán sus lectores a los anunciantes. Muchos lo saben, pero la excitación que produce la posibilidad de una



Juan Gargurevich.

*El premio nacional de periodismo en el Perú, género artículo, lleva el nombre de una de las plumas más combativas que tuvo el país: Genaro Carnero Checa.*

primicia cubre todo, hace olvidar los sueldos y los malos ratos. Así es el periodismo entre nosotros. . . y lo será seguramente por muchos años. . . Y advierto que soy absolutamente contrario a la tendencia de convertir en romántica nuestra profesión y mucho menos en asumirla con ligereza.

*¿Ya se ha retirado del periodismo activo?*

Los periodistas nunca nos retiramos. Somos como los maestros, que están "en sueños" si no están activos; y en cualquier momento reasumimos la máquina de escribir. Luego de aquella deportación del año 75 conjuntamente con los colegas de "Marka" me dediqué por completo a la investigación de los medios de comunicación en el Perú, especialmente de su historia. Y he publicado varios libros. Justamente acabo de terminar una historia completa de la prensa diaria, radio y televisión que no sé cuándo ni como se publicará, pero no me preocupa. Un libro terminado, decía Hemingway, es un león muerto. Y ahora me he sumergido en la radio para intentar contar lo que pasó en los 20 años dorados de la radio en el Perú, de 1940 a 1960. La recolección de datos muestra un material apasionante. . . y ojalá que también lo sea el relato.

*¿Cuál es el mejor periodismo?*

Durante años fui un fanático del periodismo norteamericano, de sus técnicas, sus pioneros. Una distorsión producto

de aquellos años 50. Pero la lectura de los viejos diarios peruanos me mostró una riqueza de oficio, profesionalmente, calidad de redacción, de pasión y lucha política que ahora he relegado mis afectos por el periodismo de los Estados Unidos a su lugar exacto, es decir, al respeto por su innegable influencia. Pero prefiero por sobre todo el periodismo actual que es herencia del ejercicio del periodismo de antes.

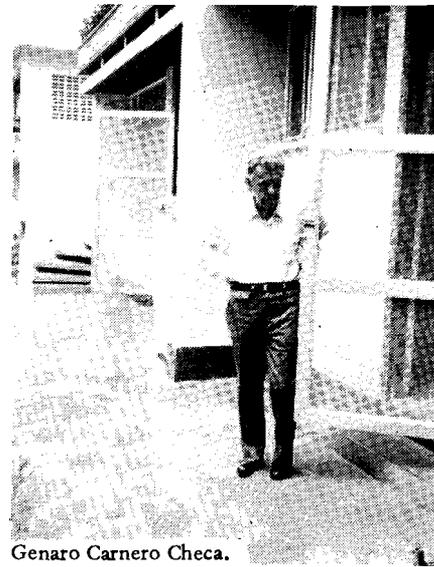
En términos generales diría que el mejor periodismo es el que se ejerce con honradez, con persecución de la verdad y de los lectores. Cuando son los patrones quienes indican cómo debe hacerse una nota y de acuerdo a sus intereses, el periodismo se degrada. Es cierto además que en países como el nuestro la verdad resulta subversiva, sublevante, pero. . . es la verdad. El periodista que se empecina en contar las cosas como son, pues está haciendo el mejor periodismo.

*¿Qué género periodístico prefiere?*

Soy un entusiasta admirador de las buenas crónicas personales, como aquellas del llamado "nuevo periodismo", pues allí resplandecen el estilo, la perspicacia, cultura. Y, apegado a la tradición, prefiero el periodismo de diario, allí donde se obtienen el fracaso o la gloria. . . por un día. La cotidianeidad es una virtud a la vez que un grave defecto del diarismo, pues se construye una realidad diaria que se convierte en papel viejo en 24 horas. Y lo mismo, en otro plano, sucede con la radio y la televisión.

*¿Qué periodistas prefiere?*

Es difícil citar nombres pues se corre riesgo de olvido injusto. Pero al hablar de periodistas peruanos es imposible no mencionar a los mártires de Uchuraccay, un nombre que ha marcado con fuego a esta generación, a este tiempo y esto me trae a la memoria el debate sobre la protección de los periodistas en misión peligrosa. No sé qué habría que hacer para protegerlos y esto sería materia de una más larga conversación pero me aferro con violencia a una premisa: ninguna noticia vale la vida de un periodista. Para satisfacer ansiedades empresariales no se puede arriesgar la vida de un reportero, como lo hacen los norteamericanos, por ejemplo, que sostienen una competencia suicida en Líbano, El Salvador, etc. Y todo para que la TV muestre 25 segundos de escenas de acción. Hay que anotar en el caso de Uchuraccay, por cierto, la responsabilidad del gobierno en el asesinato.



Genaro Carnero Checa.

*¿Qué le diría a un joven que quiere ser periodista?*

Muy fácil: córtese el pelo, póngase corbata, preséntese a un jefe de informaciones y dígame que quiere trabajar de periodista, siéntese a la máquina y escriba una excelente nota de una sola tirada. Si lo hace bien, tiene un empleo. . . y se incorporará a esta legión tumultuosa y extraña, mezcla de intelectuales a medias, artista a medias, políticos a medias. . . que somos los periodistas.



## América Latina y LA "COMPUNICACION"

PETER SCHENKEL

### II Parte

Al analizar cómo los nuevos medios y tecnologías de **comunicación** afectan y afectarán a América Latina, conviene como se subrayó en la primera parte de esta contribución- dejar de lado los enfoques poco constructivos de exclusiva denuncia y lamento, y partir de premisas realistas y desprovistas de un voluntarismo antojadizo. Los últimos 30 años parecen haber probado hasta la saciedad que el voluntarismo se ha demostrado manifiestamente impotente para presentar una interpretación teórica satisfactoria del vertiginoso desarrollo científico-tecnológico en el mundo industrializado y que sus fórmulas para frenar, restringir y reglamentar la transferencia de las nuevas tecnologías a los países del Tercer Mundo han sido poco convincentes y poco exitosas.

Por muy lamentable que esto pudiera parecer desde ópticas que se nutren en visiones sociales idealistas y en modelos de desarrollo supuestamente alternativos, pero a la postre poco practicables, la dura realidad, a la cual ya no deberíamos dar más la espalda, es que la introducción de las nuevas tecnologías no se rije de acuerdo con las normas y deseos de los que sueñan con una sociedad justa y un desarrollo armonioso. La verdad es que las nuevas tecnologías, en tanto ofrezcan un nuevo servicio o acarreen aumentos de productividad, reducción de costos, mejoras de calidad y un incremento de ganancias -y éste es el caso de los nuevos medios y de las nuevas tecnologías de comunicación- se imponen principalmente por razones económicas y comerciales.

De acuerdo con las reglas de juego del sistema capitalista, tienen la infalible costumbre de imponerse, primero en los propios países desarrollados y luego y a menudo casi en forma simultánea también en los países en desarrollo. En qué medida y a qué ritmo, varía, desde luego, de país a país, pero en terminos ge-

nerales aquel es el patrón, impulsado por una competencia feroz y la necesidad de las empresas de obtener utilidades. La mejor prueba es el hecho que los nuevos medios, innovaciones y tecnologías de la revolución microelectrónica no sólo se han impuesto en los países desarrollados, sino que su marcha victoriosa ya se va extendiendo a los países de Asia, Africa y América Latina.

En la región, salvo poquísimas excepciones, la robotización de los procesos productivos aún es algo que queda para el futuro. Pero en cuanto a las demás nuevas líneas de la microelectrónica, como ya lo han señalado **Armand Mattelart** y **Héctor Schmucler** recientemente, "la implantación de los sistemas globales de comunicación e información constituye ya un hecho real en América Latina"(1). Esta afirmación no se refiere solamente a los nuevos flujos de datos transfronterza, como por ej. SWIFT y MEDLARS (sistemas computarizados que conectan a la banca internacional y a bancos de datos científicos respectivamente y que ya cuentan con una clientela numerosa en numerosos países latinoamericanos), sino a toda la amplia gama de nuevos medios y tecnologías de comunicación, desde la videograbadora hasta el teletexto, desde la computadora hasta los satélites. Una breve mirada panorámica corrobora este hecho nada sorprendente.

En lo que respecta al campo de los medios de comunicación en el sentido estrecho de la palabra, a la triunfal penetración de la TV a color le sigue, en la mayoría de los países latinoamericanos, un boom insospechado de la videograbadora. Mientras que los sistemas de recepción de TV por cable y directa de satélites probablemente no incursionen en América Latina sino hacia fines de esta década, los primeros sistemas de tele y videotexto ya funcionan en Venezuela y Chile. El primero, lla-

mado Sistema de Orientación e Información (SOI) facilita la obtención de información de la administración pública, en tanto que el segundo permite a empresas e instituciones chilenas conectarse con bancos de datos nacionales y extranjeros. Es evidente que por un lado una demanda real e intereses económicos y por el otro intereses estatales fungen como fuerza motriz para su implantación.

En las telecomunicaciones la digitalización de las redes de telefonía y telegrafía y telex avanza a pasos acelerados en la región. De acuerdo con un estudio de la consultoría **Arthur D. Little**, las asignaciones anuales latinoamericanas para el desarrollo de las telecomunicaciones aumentarán de 2.500 millones de dólares en 1980 a 4.900 millones en 1990. (2) Utilizando fibras ópticas se instaló en 1981 el supermoderno anillo digital de Buenos Aires con la ayuda de la empresa japonesa NEC. La misma empresa tiene a su cargo la modernización y ampliación de la red de telecomunicaciones en el Perú. En materia de satélites, la evolución no es menos impresionante. Cinco países de la región (Argentina, Brasil, Colombia, México y Venezuela) plantean disponer de satélites domésticos para 1985, en parte para las comunicaciones militares, pero también con la finalidad de expandir sus servicios de telecomunicaciones y de TV, sobre todo para las desatendidas áreas rurales. La introducción de las nuevas redes utilizando fibras ópticas, que en comparación con el cable de cobre permiten enormes ventajas, no obedece, desde luego, sólo a intereses estratégicos. El atraso de América Latina en materia de telecomunicaciones es notorio: la región contaba en 1977 por cada 100 personas con 4,5 teléfonos, comparado con 5,2 en Asia y con 70,7 en los Estados Unidos.

La introducción de la microelectrónica en las oficinas ha sido aún más espec-

tacular. Son pocos los bancos, compañías de seguros y líneas aéreas que aún no disponen de una computadora y donde el personal que atiende al público no está sentado aún frente a una terminal con su pantalla. La computadora también ha comenzado a invadir a las instituciones del sector público así como a las gerencias de las empresas modernas, especialmente las sucursales de empresas extranjeras. Se estima, p. ej., que solo en México, donde más del 50 por ciento de las ventas de computadoras se realizan al sector público "se habrían instalado más de 340 modelos diferentes de máquinas procesadoras - muchas de ellas incompatibles entre sí, hacia fines de 1979" (3). El mismo crecimiento e introducción de computadoras y de máquinas de almacenamiento, procesamiento y reproducción de datos se observa en otros países latinoamericanos. Tan dinámico resultó este mercado que ya en varios países, sobre todo en México, Brasil y Chile, se ha comenzado con la producción autóctona de componentes electrónicos, semiconductores, circuitos integrados y computadoras.

Por último, la robotización, si bien su introducción en mayor escala no se espera antes de una década, ya tiene su precursora en la máquina automática de soldadura de cabinas, utilizada por la Ford en Brasil. En el mismo país será instalado el primer robot en la línea de producción de la Volkswagen -supuestamente en 1984. Evidentemente la automatización del trabajo de oficina - al igual que la eventual robotización de ciertos procesos productivos se impone, porque permite un extraordinario incremento en la productividad del trabajo, una rebaja de costos y una calidad de trabajo superior.

Existen, desde luego, muchos otros ejemplos que ilustran cómo los nuevos adelantos de la microelectrónica van invadiendo paulatinamente a América Latina. En Brasil, por ejemplo, se ha decidido "la introducción del uso del computador para alumnos del 3er año secundario en el programa regular de matemáticas" (4). En Colombia se creó en 1982 un Centro de Información con el apoyo del Centro Mundial de Informática y de Recursos Humanos de Francia, con el propósito de promover la utilización de los nuevos medios electrónicos especialmente en el campo de la educación y salud. Por otra parte, la Conferencia de Autoridades Latinoamericanas de Informática (CALAI), de la cual son miembros la mayoría de los países latinoamericanos, desarrolla una amplia gama de actividades, entre otros de progra-

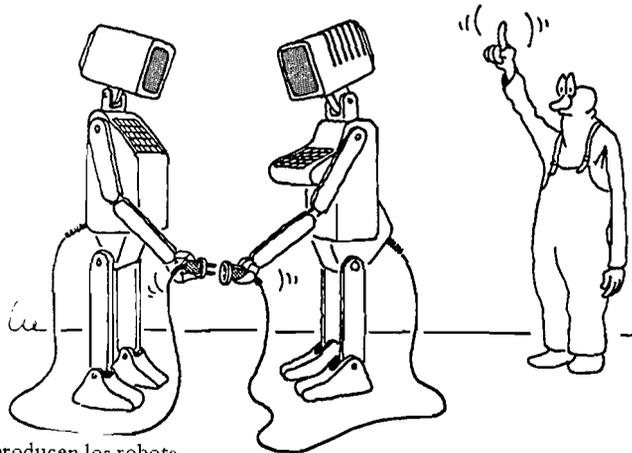
mas y proyectos en relación con la aplicación de la informática prioritariamente a nivel de las instituciones públicas.

De este breve "tour d'horizon" se desprende que los nuevos medios y tecnologías de comunicación ya se están implantando en América Latina de un modo u otro y que es muy probable que aquellas de estas innovaciones microelectrónicas que por diversas razones aún no han sido introducidas, también se impondrán paulatinamente. Es necesario, por lo tanto, dilucidar qué efectos podrían acarrear para los países de la región.

En la copiosa literatura respecto a este tema se distingue, a grosso modo, entre los efectos políticos, económicos, psicosociales y culturales. En relación con los primeros, p. ej., la investigadora chilena **Raquel Salinas B.** sostiene que a través de la percepción remota de satélites y los flujos transfrontereros, en manos de empresas y entidades transnacionales, ya se estarían violando la soberanía nacional de los países latinoamericanos y sus intereses políticos en el control de flujos informativos que afectan a sus economías en forma negativa. (5) En cuanto a efectos psicosociales, mucho se ha escrito ya sobre los diversos efectos supuestamente nocivos del trabajo intenso frente a una computadora

nalmente, **Cees Hamelink** anota que "toda la evidencia indica que la tecnología controlada centralmente se ha convertido en el instrumento que destruye la diversidad (cultural) y que la reemplaza por una cultura global única" (6). En el presente trabajo me limitaré a enfocar los efectos económicos, que posiblemente son los más importantes y hasta ahora los menos comprendidos.

Lamentablemente, no existen datos fidedignos y actualizados sobre la producción de productos electrónicos en América Latina. No deja de ser interesante, sin embargo, como lo señala un estudio de la CEPAL, que sus importaciones tienden a crecer aceleradamente. "Entre 1974 y 78 pasaron de 1.391 a 2.172 millones de dólares, lo que significa un aumento del 52,5 por ciento en cuatro años". (7) Según la misma fuente, el déficit comercial en 1977 fue de \$1.469 millones, o sea un 69 por ciento del intercambio total. En esta relación cabe resaltar que en 1979 el 76 por ciento de las importaciones de equipos de procesamiento de datos, y el 72 por ciento de los transmisores y receptores de telecomunicaciones tenían por destino a Argentina, Brasil y México, que por otra parte representaban en 1977 el 95 por ciento de las exportaciones electrónicas de la región.



Como se reproducen los robots.

Liebermann

con su pantalla, una terminal o las máquinas de procesamiento de datos, así como la videogradora y la TV por cable, perjudicial para la salud psíquica del hombre, para su vida familiar y sus relaciones sociales en el trabajo. Aún más se critica que debido al conjunto de los nuevos medios y su interconexión con bancos de datos y redes nacionales y aun globales, la esfera de privacidad del hombre se verá gravemente coartada, y que de esta manera el control ejercido por grupos económicos o por el Estado sobre el hombre será cada vez más asfixiante. Fi-

De todos modos, se puede colegir del dinámico desarrollo de la microelectrónica en América Latina en los últimos cinco años, especialmente de la evolución de la industria electrónica en las zonas francas de Manaus, Colón e Iquique, de los electrodomésticos electrónicos en Colombia y Venezuela, del juguete en base a la electrónica en el norte de México y de la producción de circuitos integrados en Brasil (que en 1981 ya logró abastecer el 17 por ciento del mercado nacional) que también la producción regional, en parte por sucursales de empresas transnacionales como la IBM y Sony,

en parte por empresas nacionales en base a licencias y patentes, ya ha echado raíces en América Latina.

En cuanto a los efectos económicos fuera de los que se derivan p. ej. de las exportaciones, me limitaré a señalar tres:

a) **Creación de nuevos lugares de trabajo.** La producción de componentes electrónicos así como su ensamblaje, si bien requiere de inversiones sustanciales, es intensiva en trabajo. Tal industria puede, por lo tanto, absorber mano de obra y contribuir a la disminución de la desocupación y subocupación, que son problemas de primer orden en América Latina. En Malasia, por ejemplo, la industria electrónica da ocupación a 100.000 personas. En las Filipinas esta industria, que emplea a 20.000 trabajadores, ocupa el tercer lugar en la obtención de divisas (8).

Empresas instaladas en las zonas fronterizas con los Estados Unidos, productoras de juguetes en base a dispositivos electrónicos, entre otras, dan empleo a miles de mexicanos. En Manaus, Brasil, *"hacia 1980, 188 proyectos industriales estaban en funcionamiento, generando más de 45.000 empleos directos, y otras 56 empresas en vías de instalación prometían 14.000 nuevos puestos de trabajo"* (9).

Estos datos demuestran que la instalación de industrias electrónicas, además de ahorrar y captar divisas, también requieren de un alto ingrediente de mano de obra que debe ser capacitada.

b) **Contribución a la desocupación.** Pero por otra parte, no cabe duda de que la introducción de las nuevas tecnologías computarizadas en oficinas y fábricas permite a las empresas e instituciones reducir la cantidad de sus empleados y trabajadores. En la primera parte de este trabajo se han señalado al respecto algunas estadísticas referentes al aumento de la cesantía en algunos países industrializados, debido a la progresiva y simultánea invasión de la microelectrónica en los sectores secundario y terciario.

En América Latina aún no existen estudios referentes a la mano de obra desplazada por la introducción de la microelectrónica en la producción, pero algunas experiencias corroboran las tendencias respectivas que se observan sobre todo en los Estados Unidos y Europa Occidental.

c) **Creación de capacidades científico-**

**tecnológicas propias.** El notorio rezago de América Latina en su desarrollo científico y tecnológico, salvo pocas excepciones, es seguramente uno de los factores más preocupantes y que más contribuye al estado de subdesarrollo que aún caracteriza a grandes partes de la región. En comparación con los países industrializados que dedican en promedio el 1,5 por ciento hasta el 2,5 por ciento de su PNB a la investigación y al desarrollo, las respectivas cifras en América Latina oscilan entre el 0,1 y el 0,5 por ciento del PNB.

La industria microelectrónica, tanto por el vertiginoso desarrollo que la caracteriza como por la amplitud de los campos de aplicación, es muy intensiva en investigación y desarrollo. Donde ya ha penetrado en alguna manera, como en Argentina, Brasil, México, Colombia y Venezuela, ya sea por iniciativa de los gobiernos o de algunas empresas, sobre todo transnacionales, la secuela inevitable ha sido el surgimiento de un potencial científico-tecnológico modesto pero nada despreciable en este campo. En México, la mayoría de los



proyectos aprobados para la manufactura de computadoras, prevé también la capacitación en investigación y desarrollo con la ayuda de empresas extranjeras. En Colombia, como también en Chile y Perú, la IBM desempeña un papel importante en la preparación de personal técnico al-

tamente capacitado, capaz de iniciar investigaciones propias tanto a nivel de universidades como empresas. Pero sin duda el mayor esfuerzo lo ha realizado Brasil, que dispone en Campinas de tres instituciones de investigación, entre estas el Instituto para la Microelectrónica, todas dedicadas a investigación aplicada y desarrollo de componentes electrónicos, semiconductores, microprocesadores y hasta computadoras y vinculadas estrechamente tanto a empresas productoras como a la Universidad de Campinas. Se trata del primer intento serio de arraigar una capacidad científico-tecnológica autóctona en microelectrónica en la región.

El análisis de los efectos de los nuevos medios y tecnologías de comunicación no puede, sin embargo, limitarse al campo de la propia industria microelectrónica. Precisa, ante todo, analizar también las consecuencias que la creciente introducción de la computarización y robotización en otras ramas industriales de los países industrializados puede acarrear para los países latinoamericanos tanto para su sector productivo como para su comercio exterior. Es justamente en este terreno en donde el desafío de la revolución microelectrónica para los países en desarrollo en general parece ser mayor.

El problema fundamental ya fue claramente avizorado en un estudio de la OIT de 1978, en el cual se destaca que *"la competitividad de empresas con costos laborales bajos y con tecnologías de alta intensidad de trabajo sufre continuamente una erosión debido a la instalación de maquinaria intensiva en capital y de alta productividad en los países desarrollados y en algunos países en vías de desarrollo"*. (10) En otras palabras, la alta productividad y la reducción de costos logrados con los nuevos sistemas de automatización en los países del Norte amenazan con reducir y posiblemente con eliminar totalmente las así llamadas *"ventajas comparativas"* que los países del Sur tienen o han tenido debido a la disponibilidad de determinadas materias primas, pero sobre todo debido a sus costos laborales más bajos.

Una vez eliminadas estas *"ventajas comparativas"*, la primera consecuencia es que las empresas extranjeras dejarían de instalar nuevas capacidades en los países en desarrollo y que decidieran la repatriación de las exis-

tentes y la instalación de plantas nuevas en sus propios países, cerca de sus núcleos de investigación y desarrollo. Esta tendencia ya parece haber comenzado en el Lejano Oriente, donde las empresas Hitachi y Fujitsu ya han iniciado una retirada hacia el Japón. El cese de actividades de la empresa Olivetti en Argentina en 1981, que ya un año antes había reducido su programa a la producción de calculadoras electrónicas, puede ser la primera señal de que esta tendencia podría acentuarse también en América Latina. Pero junto a este peligro de una posible desincentivación para la inversión extranjera se presentan también otros efectos nada prometedores:

en calidad. Se ha comprobado p. ej. que el trabajo realizado por un robot no es sólo menos costoso, sino también de mejor calidad que el realizado por el hombre. Esta tendencia podría significar un reto extraordinariamente grave para el comercio exterior de América Latina, de por sí deprimido en estos renglones por las medidas proteccionistas adoptadas por los principales países industrializados.

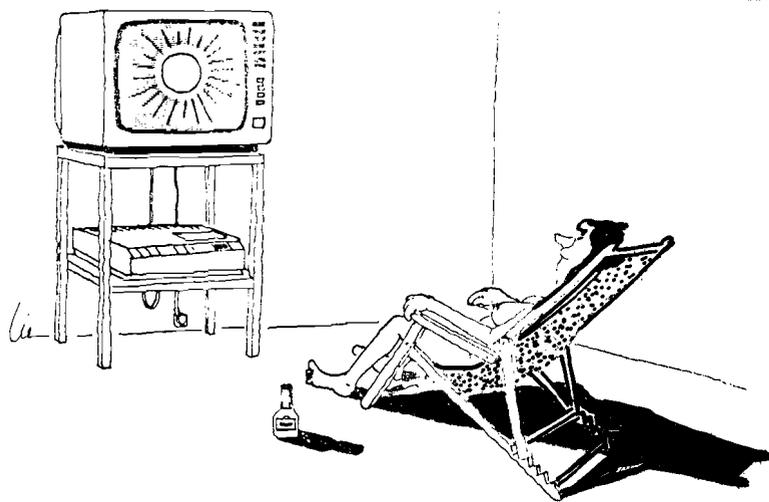
Estas consecuencias para América Latina, ya señaladas entre otros por Juan Rada y Raquel Salinas, resultan particularmente preocupantes, porque podrían afectar a mediano y más largo plazo amplios sectores productivos y el desarrollo del comercio exterior de la región. Y resultan doblemente alarman-

dencia de repatriación así como el hecho de que cualquier esfuerzo amplio de automatización industrial así como de los servicios conllevaría un mayor desempleo, se obtiene un cuadro bastante desalentador.

Pero este pronóstico poco halagador no debe confundirse con una visión totalmente pesimista del futuro. Juan Rada afirma con toda razón que en la mayoría de los países del Tercer Mundo "muchas tecnologías tradicionales y formas organizacionales retendrán su competitividad durante un tiempo largo" (11). Esto es definitivamente cierto en relación con aquellas ramas industriales que abastecen principalmente los mercados nacionales y que cuentan para ello con adecuados aranceles externos de protección. Sin embargo, esto no se podrá aplicar a las industrias estratégicas de exportación, que tarde o temprano tendrán que compensar la pérdida de las ventajas por la mano de obra más barata con la introducción de tecnologías modernas que le permitan mantener en los mercados externos la competitividad de sus productos. Cualquier automatización, en cambio, provocaría un deterioro adicional de la subocupación de la fuerza de trabajo en la región, que de acuerdo con la CEPAL alcanzó el 20 por ciento en 14 países, pero que en algunos países como Bolivia y Perú llega al 41 por ciento y 36 por ciento respectivamente.

También se requiere tomar en cuenta que la computarización de la producción permite el diseño y la fabricación en series más pequeñas, lo que ya se refleja en países como Japón y Estados Unidos en un considerable aumento de la oferta de modelos y tipos de los productos. Si además se considera el extraordinario dinamismo de las economías de estos dos países para inundar los mercados internos y externos con avalanchas de nuevos productos -de acuerdo con estimados más del 50 por ciento de los productos disponibles en los Estados Unidos hacia 1995 aún no existen hoy- es fácil colegir que las posibilidades reales de América Latina para colocar sus manufacturas en los mercados de los países industrializados tropezarán con crecientes obstáculos.

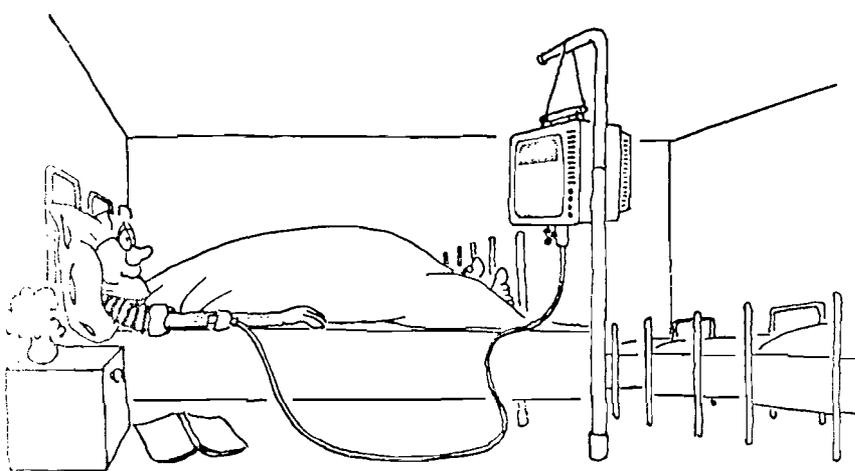
Hasta ahora, los esfuerzos de la mayoría de los países latinoamericanos han estado encaminados a superar lo que había sido su modelo de desarrollo tradicional -exportación de materias primas y productos primarios en general e importación de bienes de capital, manufacturas, etc. Es sabido que algunos países, sobre todo Argentina, Brasil y



a) La importación de productos manufacturados en los países industrializados con alta tecnología y a bajo costo podría asestar golpes muy duros a una industria manufacturera latinoamericana menos automatizada y, por lo tanto, con una producción mucho más costosa. Una política proteccionista en base a barreras arancelarias altas podría ser una respuesta temporal, pero que difícilmente se justificaría para un período largo. La computarización de los procesos productivos en los Estados Unidos, Japón y Europa Occidental tiende, en consecuencia, a acelerar la "obsolescencia" del equipo productivo instalado actualmente en la región y a amenazar la rentabilidad de empresas con tecnologías atrasadas;

b) Paralelamente, se podría ver seriamente afectada la capacidad de los países latinoamericanos de seguir colocando productos intermedios y manufacturas en los mercados de los países industrializados por haber perdido la competitividad tanto en costo como

tes porque podrían acrecentarse en medio de una generalizada pérdida de dinamismo de la economía latinoamericana con un endeudamiento que en los momentos actuales ya rebasa los 350.000 millones de dólares, con altas cifras de desempleo y subempleo y un estancamiento drástico de su comercio intra y extra regional. Por un lado, cualquier pérdida de competitividad en los mercados internos, al agravar la obsolescencia del parque industrial instalado, plantea -si no a corto a mediano plazo- la necesidad de costosas inversiones, posiblemente en condiciones semejantes a las actuales de iliquidez interna y externa con altas tasas de interés. Por el otro, la pérdida de mercados en el exterior reduciría aún más los magros ingresos externos, tan indispensables no sólo para el servicio y pago de la deuda, sino ante todo para sostener ritmos de importación imprescindibles para el desarrollo. Si a esta situación se agrega la posible disminución de la inversión extranjera y hasta en cierto grado una ten-



Liebermann

México ya han dejado muy atrás su antigua dependencia de monocultivos, alcanzando respetables niveles de industrialización. Sin embargo, a finales de la última década los productos primarios aún representaban el 75 por ciento de las exportaciones totales de 23 países latinoamericanos, como lo señala un estudio de la CEPAL. Lamentablemente, durante el último decenio se observa una reducción de las exportaciones de productos primarios latinoamericanos, primero por depresiones de los precios, especialmente desde 1982 y segundo por la reducción de los montos de exportación, causada a su vez por la creciente sustitución de muchas materias primas (minerales, lanas, cuero, maderas etc.) por nuevos productos sintéticos. Este retroceso de las exportaciones tradicionales explica en parte el por qué de la reducción de la participación del comercio exterior en el comercio mundial del 11 por ciento en 1950 al apenas 5 por ciento en 1980.

Mucho más inquietante, sin embargo, es que también las exportaciones latinoamericanas de manufacturas que en ocho años 1970-78 ascendieron del 1 por ciento al 1,4 por ciento del comercio mundial de estos productos experimentaron un estancamiento casi total a partir de la década del 80. Este estancamiento fue causado principalmente por las políticas proteccionistas que la mayoría de los países de la OCDE adquieren el 95 por ciento de las exportaciones manufactureras exportadas por América Latina se vieron obligados a introducir debido a la nueva arremetida de la crisis de la economía mundial. En este contexto resulta necesario tener también presente que sólo tres países, Argentina, Brasil y México, representan

el 71 por ciento de estas exportaciones. Del hecho que el restante 29 por ciento se reparte entre 21 países pequeños y medianos de la región, se desprende lo poco que aún corresponde a cada uno en este renglón y lo modesto que han sido hasta ahora sus esfuerzos por diversificar sus economías externas. La excepción es sobre todo Brasil que según el estudio antes citado logró reducir la participación del café en sus exportaciones del 74 por ciento en 1952 al 8 por ciento, estimándose que sus exportaciones en el ramo automotriz superaron los 2.000 millones de dólares en 1981, sobrepasando las ventas de café en el mismo año. Otro caso es el de México, donde una sola empresa, la Volkswagen, tiene proyectado exportar en 1984 10.000 automóviles por un valor superior a los 150 millones de dólares. Pero la mayor parte de los países latinoamericanos aún poseen estructuras muy endebladas de exportación de manufacturas.

Esta situación de por sí preocupante adquiere un matiz aun más agravante si se analiza el universo de estas manufacturas. Se descubre entonces que una gran parte corresponde a productos textiles y calzado, productos químicos, así como maquinarias, medios de transporte y aparatos eléctricos y hasta electrónicos, cuya producción se encuentra en parte en manos de empresas extranjeras. Al respecto, resulta altamente significativo que es precisamente en las ramas de la industria siderúrgica, metal-mecánica, química, textil y electrónica, donde en los países industrializados la introducción de la microelectrónica, de las computadoras y robots avanza con la mayor celeridad. De allí que las manufacturas de exportación que hasta ahora han aportado a Améri-

ca Latina una respetable cantidad de divisas y cuyas exportaciones debieran incrementarse sustancialmente, serán probablemente las primeras en ser afectadas por la acelerada implantación de la computarización y robótica en las grandes naciones industrializadas y en algunos otros países como Singapur, con sólo 700 km<sup>2</sup> pero con exportaciones superiores a 41.000 millones de dólares. Es, por lo tanto, previsible que muchas de estas industrias orientadas hacia el exterior, sentirán en el futuro próximo una presión creciente para elevar su eficiencia y productividad y para modernizar y automatizar sus procesos productivos con el fin de conservar o reconquistar sus mercados en el exterior.

De estas posibles tendencias es factible deducir dos escenarios. El primero asume un crecimiento vegetativo de la productividad en las principales ramas industriales de exportación de la región y un relativo estancamiento en su penetración de los mercados de las principales naciones industrializadas. Si esto sucede, el modelo de desarrollo que hasta ahora sirvió de pauta a los procesos de industrialización en América Latina podría sufrir una reversión hacia atrás, hacia el viejo modelo en el cual primaba la exportación de productos primarios y la importación de productos con un alto componente de valor agregado. Por cierto, esto no es un escenario halagador, mucho menos deseable.

El otro escenario es más aceptable, pero implica necesariamente costos económicos y sociales considerables. Para conservar e incrementar su condición de competitividad en los recios mercados mundiales, los países latinoamericanos deciden introducir a toda costa las nuevas tecnologías de comunicación, especialmente en sus sectores industriales estratégicos. La obligada aceleración de la renovación de una buena parte de su parque industrial, sin embargo, demanda un alto costo financiero y tendrá por consecuencia una mayor desocupación.

Desde luego, son posibles algunas variantes a estos dos escenarios concebidos a grosso modo. Las inversiones necesarias para la precipitada modernización de estructuras productivas obsoletas puede absorber una buena parte de la desocupación existente. El proceso de erosión de las antes mencionadas "ventajas comparativas" puede demorarse en algunos casos por más tiempo de lo esperado y permitir así todavía un flujo de productos manufacturados hacia el exterior por un período más o menos largo. Pero en términos generales, la probabilidad parece alta que en el trans-

curso de la próxima década ambos escenarios -como espectros que se ciernen sobre la región- adquieran una vigencia mucho más real de la que tienen ahora.

La revolución microelectrónica ha colocado a América Latina ante una verdadera encrucijada, llena de grandes desafíos. Ha puesto en duda esquemas de desarrollo que en un momento de su evolución parecían la panacea para todos los desequilibrios y dependencias típicos del subdesarrollo. Y ha abierto perspectivas a nuevos horizontes y esquemas de sociedad que prometen nuevas posibilidades para acortar la brecha, pero que al mismo tiempo exigen altos sacrificios y que también plantean amenazas al status quo y no poca incertidumbre. De las respuestas que se den a estas interrogantes, dependerá de alguna manera la posición que América Latina ocupará al finalizar el siglo XX y comenzar un nuevo milenio.

## NOTAS

1. Armand Mattelart y Héctor Schmucler, *América Latina en la Encrucijada Telemática*, Folios Ediciones, México, 1983, p. 11;
2. *International Issues in Communication Technology and Policy*, Academy for Educational Development, Washington, 1983, p. 32;
3. Eugenio Lahera y Hugo Nochteff, "La microelectrónica y el desarrollo latinoamericano", *Revista de la CEPAL*, abril 1983, p. 173;
4. "Realizaciones brasileñas sobre informática en la Educación", *Boletín Informativo CALAI*, junio/julio 1983, p. 4;
5. Raquel Salinas Bascur, "Comunicaciones Internacionales, Dilemas Nacionales", Documento preparado a petición de la Oficina del Consejero Regional de UNESCO para la Comunicación en América Latina y el Caribe; Quito, febrero 1984;
6. Cees Hamelink, *Cultural Autonomy in Global Communications*, Longman, N. York & London, 1983, p. 4/5;
7. Eugenio Lahera y Hugo Nochteff, *op. cit.*, p. 83;
8. Bruce Nussbaum, *The World after Oil; The shifting Axis of Power and Wealth*, Simon and Schuster, New York, 1983, p. 137.
9. Armand Mattelart y Héctor Schmucler, *op. cit.*, p. 49;
10. Programme of Industrial Activities, Textiles Committee, OIT, Informe III, Ginebra, 1978, p. 43;
11. Juan F. Rada, "The Microelectronics Revolution: Implications for the Third World", *Development Dialogue*, 2/1982, p. 60;
12. Mario Movarec, "Exportación de Manufacturas Latinoamericanas a los Centros" *Revista de la CEPAL*, agosto 1982, p. 52.



(concluirá en CHASQUI 11)

# COMUNICAÇÃO & SOCIEDADE



Revista semestral, organizada pela Comissão de Pós-Graduação em Comunicação Social do Instituto Metodista de Ensino Superior (São Bernardo do Campo - SP), com o apoio do CNPq. Editada e comercializada pela Cortez Editora. Assinaturas: Rua Bartira, 387 - São Paulo, SP - 05009 - Brasil.

## TEMAS PRINCIPAIS

1. Comunicação, segundo Gramsci e Paulo Freire
2. Comunicação, Comunidade e Imaginário
3. Comunicação, Política e Participação
4. Comunicação, Igreja e Pesquisa Ação
5. Comunicação na América Latina
6. Comunicação Alternativa e Cultura Popular
7. Jornalismo Científico e Jornalismo Brasileiro
8. Mulher, Trabalho e Comunicação
9. Comunicação Transnacional/Comunicação Brasileira
10. Comunicação no ABC Paulista

# FERMENTO

## en el paradigma dominante ?

### II Parte

EDUARDO CONTRERAS BUDGE

En el número anterior de CHASQUI (No. 9) comenzamos una discusión motivada en un número especial del *Journal of Communication* (1) dedicado a "Fermento en el campo". A más de discutir el sentido de esa polémica, pasamos revista a tres aspectos centrales: la delimitación del objeto de la comunicación, la crisis del paradigma y del empirismo, y el debate ciencia administrativa/crítica. En este número abordamos la cuestión del paradigma emergente.

Existe la falsa expectativa, sea por tendencias maniqueístas, por vanas ilusiones de buscar la uniformidad en el pensamiento científico, o por confundir deseos y realidades objetivas, que la (posible) emergencia de un paradigma alternativo es de por sí la garantía de su supervivencia incontestada y su inexorable hegemonía sobre un paradigma que a las nuevas luces se revela como anacrónico y ya infértil. Simultáneamente, se subestima la capacidad de reacción del 'viejo' paradigma tal cual, más allá de la dinámica propia que le hará adaptarse, reformularse, y cooptar quehaceres y prácticas investigativas inicialmente contradictorias y contestatarias. Y se subestima groseramente también la persistencia de viejos esquemas mentales, del 'ethos' científico predominante, de los modos de concebir, hacer y vivenciar los procesos investigativos.

Nada más lejos de la realidad. Los planteamientos que reseñábamos en el

CHASQUI anterior nos indican más bien la persistencia de enfoques diferentes sobre los modos en que se conciben y concebirán las prácticas investigativas. En cambio, se revelan modificaciones y agregados importantes en premisas o supuestos básicos del paradigma dominante. A nuestro juicio, hay así **oportunidades** para una transformación cualitativa del actual paradigma, pero creemos que ellas ya más bien dependen de la superación en la práctica investigativa de problemas pendientes del paradigma emergente, que de las promesas que conlleva. Las últimas hace tiempo que están rondando. Ahora deben transformarse en guías muchísimo más operativas, capaces de normar la práctica cotidiana del investigador.

#### 4. LAS PROMESAS DEL PARADIGMA EMERGENTE

Pase lo que pase, la esperanza de Schramm es que la investigación en comunicaciones siga siendo "un centro de excitación académica, un lugar de encuentro..." (p. 17). De eso no cabe duda. La cuestión es en qué aspectos podría asumir perspectivas diferentes. Para eso hay que mirar fundamentalmente hacia afuera del propio campo de la investigación en comunicaciones: a los profundos cambios en las realidades comunicacionales, y al deseo y necesidad de la intervención explícita de agentes reguladores en los cada vez más complejos y fundamentales procesos de comunicación social (piénsese en la imple-

mentación y las consecuencias sociales en todo ámbito de las nuevas tecnologías, en la competencia comunicativa internacional, en los variados debates sobre el Nuevo Orden, en la transnacionalización, en la cantidad de cuestiones presentes en el Informe McBride, en los procesos de democratización, popularización y participación en la comunicación, etc., etc.).

Los cambios paradigmáticos provenirán, como ya acontece, de estos desafíos. No son una discusión abstracta escolástica o intraparadigmática. Las nuevas tendencias a desplazar el nivel de análisis de lo individual a lo social, a considerar el contexto social, a privilegiar enfoques multimétodos, se corresponden en buena parte con variaciones significativas del papel y de la creciente importancia de las comunicaciones reales en sociedades también reales. Muchas de las demandas por un paradigma menos limitante que el prevaleciente provienen de grupos de poder interesados en controlar mejor los procesos comunicativos en rápido desarrollo. Se generan en la dinámica de cambios radicales dentro del sistema hegemónico vigente de las comunicaciones. Es esta lógica, más que un súbito reconocimiento generalizado de la labor denunciatoria y contestataria de esa propia lógica que han llevado a cabo los investigadores de la 'escuela' crítica, la que posibilita la emergencia de un paradigma más generoso y más concorde con los nuevos desafíos. Tales son las perspectivas y los límites para que el paradigma emergente

sea, en cierta medida, un nuevo paradigma dominante. Y es por esa paradoja (que también señala Haight, p. 230, 233-4) que el campo seguirá siendo 'excitante' y controvertido.

¿Cuáles son los cambios más significativos a nivel paradigmático? Hemos detectado tres: el desplazamiento en el nivel de análisis, el sentido utópico y prospectivo de la investigación, la opción ampliada de criterios o perspectivas metodológicas. Los tres están interrelacionados. Sólo el segundo implica un cuestionamiento crucial al paradigma dominante. Todo lo demás es, con mayores o menores sacrificios y con indudables beneficios, incorporable a un reñozado paradigma dominante.

El primer cambio, el del desplazamiento de lo individual a lo social como centro de análisis, es quizá el más obvio. Si la vieja pregunta era qué hacen los medios masivos a los individuos (con todas las ramificaciones y sofisticaciones del caso), las nuevas parecen ser qué le hace la sociedad a sus medios, y cuáles son los impactos de la comunicación a nivel social, especialmente cultural.

*"Algunos de nosotros, que nos creíamos fundamentalmente preocupados del comportamiento individual reconoce Steven Chaffee- intentamos ahora estudiar con mayor detenimiento factores estructurales y contextos históricos de sistemas de comunicación"* (p. 22).

Claro está, hay diversos modos de 'incorporar' el contexto a los procesos de comunicación. Garnham, por ejemplo, lo planteará como teorización basada en el materialismo cultural. Otros, como Robert White, se sustentarán en la relación comunicación y cultura. Ambos intentan superar visiones ideológicas e idealistas de estudios culturales, a su vez reacciones contra planteamientos iniciales de ortodoxia marxista determinista, y alejados de lo comunicativo. Por lo demás, *"virtualmente no hay contacto en curso entre el trabajo marxista en las ciencias sociales y el trabajo crítico/marxista en comunicaciones"*, plantean Smythe y Van Dinh (p. 123).

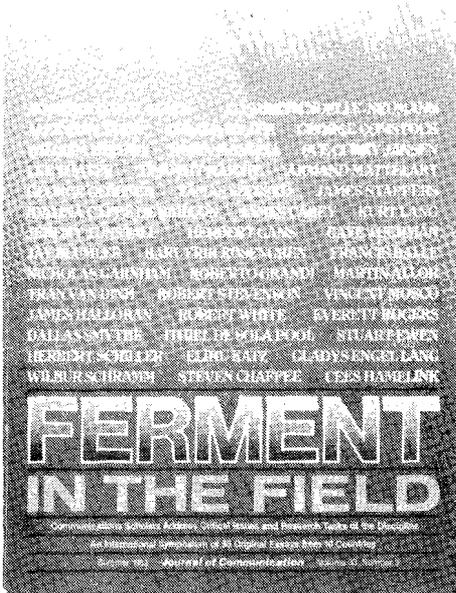
Y en cuanto a los avances en la investigación predominante en comunicaciones, Slack y Allor critican que *"pese a su creciente sofisticación, ha mantenido su compromiso con una concepción de la comunicación como un proceso descontextualizado. . . todos son fenómenos aislables. . . Adicionar elementos mediadores. . . variables intervinientes o antecedentes . . . sólo ha agregado trocitos de contexto social tales que alimenten y permitan explicar el proceso de comunicación en simples términos lineales"* (p. 123). Una de las contribuciones esenciales de los enfoques críticos está en sus propuestas de concepciones alternativas de la causalidad para dicho proceso, agregan.

Parte de los nuevos desafíos paradigmáticos es cómo tratar **metodológica y operativamente** un proceso de comunicación en contexto. No se trata de una o varias recetas, pero sí de avanzar más allá de los 'trocitos de contexto' y más acá de los análisis macrocontextuales sin especificidad de las dinámicas comunicativas. A falta de ello, los trocitos tendrán siempre la última palabra para quien debe investigar y no sólo filosofar.

Pero el necesitar ver la comunicación en contexto, y el pasar del nivel individual al social (rompiendo de paso algunas estrecheces metodológicas y herencias psicologistas afinadas en la comunicación) no es sólo la revelación de un celosamente guardado paradigma alternativo. Obedece, como señalábamos, a nuevas necesidades solicitadas a la investigación. Y una de las cruciales es la ne-

cesidad de tener información y análisis fidedignos para orientar y establecer políticas globales de comunicación. Más allá del bullado debate sobre Políticas Nacionales de Comunicación, el hecho es que se demandan políticas para el desarrollo de diversas áreas de la comunicación. Los procesos macro de intervenciones comunicativas o las eventuales implicaciones de un avance comunicativo sobre el conjunto de la sociedad exigen que el análisis sea holista, multi o transdisciplinario, social, cultural, legal, económico, político, y al nivel de conglomerados humanos, y no sólo de individuos. Para eso, además, no basta sólo con describir, ni siquiera con explicar o predecir. También hay que avizorar, detectar y extrapolar tendencias, crear escenarios, hacer simulaciones complejas, dedicarse a la prospectiva.

De allí el rasgo prospectivo y eventualmente utópico del paradigma en emergencia. Lo de prospectivo es una necesidad del propio desarrollo actual de las comunicaciones. En lo utópico, sin embargo, en el sentido de Cees Hamelink, se cifra la perspectiva de un paradigma emancipador. En éste, *"el problema perenne de. . . la distribución y ejecución del poder. . . necesita describirse y explicarse de tal modo que las fuerzas en acción sean expuestas, comprendidas y cambiadas. Habrá que generar conocimiento para formular e interpretar políticas sociales que lleven a la realización de sistemas sociales más igualitarios. . ."* (Hamelink, p. 79). No sólo comprender lo que es, *"sino también guiar su transición hacia la realidad utópica que es a la vez diferente y posible"* (p. 75). Tal es el punto crítico: *"no termina con una descripción o hasta una explicación de la realidad existente, sino que es guiado por un valor explícito: liberar al pueblo para su autodeterminación"* (Mosco, p. 245). En una perspectiva similar, White alega que el nuevo paradigma *"da una base conceptual para un movimiento a escala mundial por la democratización de las comunicaciones"* (p. 299). Ewen agrega: *"debemos aprender a presentar nuestras ideas, nuestro conocimiento, nuestras especulaciones en un modo tal que le dé poder al pueblo"* (p. 225). Y en una posición externa a la 'escuela' crítica, Jay Blumler postula que *"un programa de investigación en comunicación para la democracia intentaría destacar para un análisis detallado aquellos arreglos, pautas y resultados de la comunicación que más probablemente promuevan o bloqueen la realización de los valores*



Ya (casi) nadie defiende modelos de comunicación simplistas, lineales, descontextualizados. Y también se ha acabado esa *"búsqueda frenética de evidencia sobre la capacidad de los medios para cambiar opiniones, actitudes y acciones al corto plazo"* (Katz, p. 51). Se ha cuestionado no sólo viejos modelos como el de la aguja hipodérmica, sino la clásica hipótesis de los efectos mínimos, interpretada por los demás distorsionada de los resultados investigativos, según Noelle-Neumann (p. 157-9).

democráticos -o demostrar hasta qué punto se han logrado" (p.171).

Es la visión de esas utopías aspiradas la que da el trasfondo -a veces sutil, a veces obsesivo- a diversas prácticas investigativas y a la posibilidad que constituyan un cuerpo paradigmático alternativo o sólo modernizado. Porque lo que es objeto de denuncia para algunos es ya la utopía en acto para otros, perfectible gradualmente por cierto, de acuerdo a los propios mecanismos regenerativos del paradigma en vigencia por allá (y también -aunque no siempre lo separamos- por acá).

Las opciones ampliadas de criterios o perspectivas metodológicas dan asimismo la posibilidad de alterar el paradigma dominante, si no son fragmentariamente asimiladas antes por aquellos mecanismos regenerativos. Hace mucho que se aboga por aproximaciones multi-metodológicas, por la triangulación para mejorar confiabilidad y validez de datos, pero en muchos casos dicha multiplicidad ha quedado en los límites del empirismo. Lo que se pide es más: un "eclecticismo metodológico (que permitiría una multitud de aproximaciones al desenmarañamiento de la realidad" (Hamelink, p. 76). Incluso "una poética. . . de modo que pudiésemos participar creativamente en la construcción de realidades humanas. . ." (Thayer, p. 91).

Pero quien más explícito es al respecto en este **Journal** es James Halloran: "a más complejo el asunto, mayor el número de aspectos que requieren estudio, y por ende mayor el número de enfoques que se necesitarán para ayudar a formular las muchas preguntas de investigación que tal situación compleja demanda (. . .) No hay necesidad de pedir excusas por un 'diagnóstico de multi-perspectivas' . . .; de hecho, debiéramos intentar promover el eclecticismo más que intentar excusarnos por él" (p. 271). Desde luego, al nivel operativo de trabajo, Halloran señalará ciertos límites y exclusiones a este pluralismo principista, que no es del caso detallar aquí.

A este nivel de principios, también Gerbner sostiene que "los investigadores no debieran estar inhibidos de seleccionar o desarrollar y usar cualquier metodología apta para el problema a mano" (p. 359).

La cuestión está, ciertamente, más allá del reconocimiento de esa apertura: está tanto en una formación del investigador como en un clima investigativo que amplíen y no que circunscriban la gama de opciones metodológicas y el repertorio metodológico disponible y do-



minado. Es uno de los problemas del paradigma emergente, a su vez parte de viejas disputas entre deseos teóricos/limitaciones de lo real, entre la elegancia de las propuestas inmaculadas y las sucias necesidades de lo que funciona.

### 5..LOS PROBLEMAS DEL PARADIGMA EMERGENTE

A lo largo de este trabajo hemos ido señalando algunas de las cuestiones pendientes que debe superar el paradigma alternativo. No las vamos a reiterar. En cambio, queremos enfatizar dos aspectos adicionales que merecen mayor discusión: uno es la ideologización del debate, el otro es la operatividad.

No son los investigadores 'críticos' los que se lamentan de la ideologización y politización del debate académico. A su juicio, sólo han sacado a luz supuestos implícitos de todo quehacer investigativo. Pero lo que ya es lugar común en nuestras tierras no lo es tanto por otras donde subsisten distinciones tajantes entre ciencia e ideología, objetivo subjetivo, especulación/evidencia, etc.

La crítica al paradigma dominante y la lucha por la emergencia de otro enfoque orientador no se ha dado en la asepsia del debate académico. Ni se podrá dar. Pero es eso justamente lo que limita, en dicho contexto social, su poder persuasivo. Hay mucha pasión y posturas doctrinarias en la defensa de los nuevos principios y en la crítica al esquema dominante. Así, a los Lang les preocupa "la tendencia a rechazar el trabajo de otros sólo porque no calza con el marco filosófico de uno". Y antes: "la terminología que usan (. . . más bien sirve. . .) como medio para dramatizar su posición adversaria" (p. 139, 131).

Otros autores no adhieren a una 'escuela' crítica porque la cosmovisión y las premisas ideológicas explícitas de ella les parecen limitantes, excluyentes y exclusivistas. . . y porque choca

con su particular (y predominantemente compartido) modo de concebir a la ciencia y a los investigadores. Así han sido socializados, ése es su ethos científico.

Les conciernen, además, otras cuestiones más directamente vinculadas al carácter del quehacer científico: la objetividad, la comprobabilidad, el recurso a la evidencia empírica y a métodos que garanticen confiabilidad y validez. Así, Miller señala que "lo que me preocupa sobre la santidad de la autoridad personal y el valor de la interpretación idiosincrática es la posibilidad de cantidades constantemente crecientes de confusión sobre lo que es sabido, en oposición a lo que es creído" (p. 38). Similarmente, Blumler asevera (p. 170) que "en la literatura crítica, fenómenos supuestamente empíricos tienden a ser establecidos conceptualmente y luego ilustrados más que pesados". (Subrayados de los autores). A la vez, el 'crítico' de los Lang (diferente al crítico) "está abierto a la seducción por grandes palabras de significados globales pero de referentes vagos" (p. 132).

Melody y Mansell, simpatizantes de posturas críticas, plantean que "Aparentemente, una conciencia de las deficiencias de la investigación administrativa y de las instituciones existentes justifica, para muchos investigadores críticos, el diseño menos que cuidadoso de proyectos de investigación, ignorancia de información empírica relevante, análisis superficial, y un compromiso ciego hacia un cambio indefinido. . ." (p. 110).

Y mucho esfuerzo crítico se ha puesto en el ataque a la tradición dominante. "Aunque toda investigación necesita sin duda una crítica continua, ninguna escuela de pensamiento puede esperar lograr mucho siendo esencialmente reactiva -anotan los mismos autores- puesto que se hace intelectualmente dependiente de la escuela dominante y queda por siempre relegada a una posición inferior" (p. 110).

Esta **reactividad** es aún una 'enfermedad infantil' de la 'escuela' crítica, y es típico del desarrollo inicial de una nueva tradición, ya que hay que insistir en que el 'orden natural' no es natural. Pero la insistencia de los 'críticos' en aquello que los diferencia, y su posición algo defensiva por su relativa menor influencia y poder (mayor en todo caso que su reducido número frente a las legiones de 'administrativos'), y ello dentro de un contexto académico, investigativo y formativo cuando menos no conducente o propicio a sus posturas, les ha llevado (u obligado) a descuidar el área del **hacer** investigativo. O al menos lo ha hecho más difícil. Es fácil -comparativamente- criticar fundadamente una investigación que no consideró aspectos claves del contexto. Pero otra cosa es investigar empíricamente, y no sólo conceptualmente o mediante la exposición del marco teórico, tales aspectos contextuales que se postulan como críticos para comprender un proceso dado de comunicación. Nada más fácil tampoco que pedir enfoques multimétodos, o eclecticismos metodológicos. Pero quien ha incursionado en sus prácticas investigativas por esos caminos sabe que hacerlo no es fácil, que además consume mucho más tiempo, recursos y dinero. Sabe que llegar a opciones metodológicas maduras y amplias no es en absoluto la mera adición de uno y otro método más el dominio de tales y cuales técnicas dispares. Asimismo, la capacidad de criticar la operacionalización deficiente de una variable no se equipara ni con mucho a la capacidad de diseñar operacio-

nalizaciones adecuadas técnica, metodológicas y teóricamente.

Es por esto que los desafíos del paradigma emergente son múltiples, y se avanza contra la marea. Mientras no se acumule una "masa crítica" de investigaciones e investigadores críticos que cristalice algo más que yuxtaposiciones aún algo idiosincráticas de reflexiones y productos investigativos, tampoco se podrá hablar de una 'escuela' en vías a constituir un paradigma con pretensiones de orientación significativa del quehacer investigativo general. Las nuevas premisas y supuestos, los nuevos enfoques metodológicos deben ponerse en acto, deben aplicarse.

*"El dilema del investigador crítico -señala Haight- es que, en tanto que hoy parecen estar favorecidos los tópicos, teorías y métodos que hemos estudiado, las perspectivas morales y análisis generales que impulsaron nuestros estudios no lo están"* (p. 233). Distinta situación la de América Latina, donde el investigador en comunicaciones rara vez debe adjetivarse como "crítico" -y si necesita hacerlo ya es sospechoso ante los demás. Pero dilema real el de Haight, que marca las posibilidades y los límites de lo que él llama "una ventana para el criticismo".

#### NOTA FINAL

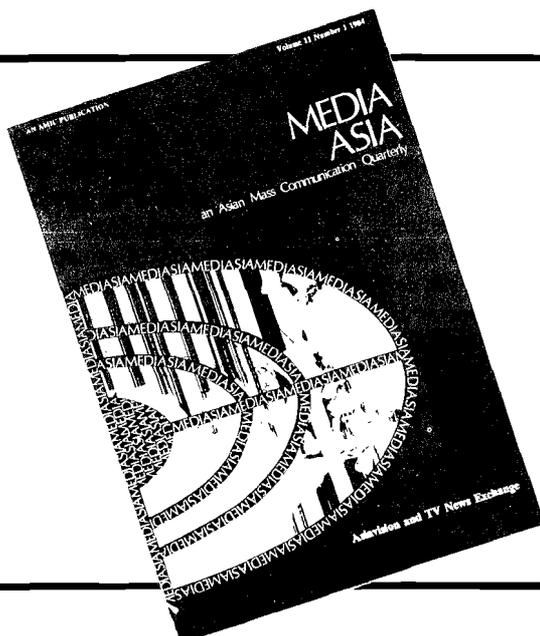
En este y el número anterior de **CHASQUI**, hemos comentado y lanzado algunas reflexiones sobre el "Fermento en el Campo", número especial del **Jour-**

**nal of Communication**. Más que el limitado valor de nuestras apreciaciones, nos ha preocupado rescatar cierto material y ciertos puntos de debate para los lectores de **CHASQUI**, dando a conocer lo que hoy -y no ayer o anteayer- se discute en torno al paradigma dominante y a las propuestas alternativas. La discusión ha quedado por fuerza reducida: sólo hemos aprovechado esta rara oportunidad de hallar bajo una sola tapa innumerables contribuciones de difícil acceso en nuestra región, y no hemos ido más allá de este **Journal**; además, ha sido nuestra propia lectura muy selectiva de un vasto material riquísimo desde varias perspectivas.

Esperamos que estos elementos sean un aporte parcial a nuestra continua discusión sobre los escabrosos temas epistemológicos y paradigmáticos. Pero son apenas puntos de referencia comparativos para nuestro propio avance regional en la consolidación de un **quehacer** (y no sólo un **decir**) investigativo 'crítico' en sus variadas acepciones.

#### NOTAS:

1. Por razones de espacio, no podemos dar aquí referencias completas para los autores y artículos que citamos. Todas ellas corresponden a ensayos de este número: **Journal of Communication**, vol. 33, No. 3, Summer 1983. The Annenberg School Press, University of Pennsylvania, Philadelphia, USA. En el **CHASQUI** anterior dimos la referencia para los artículos más citados.



# MEDIA ASIA

Suscripciones y pedidos solicitar a:  
**AMIC**  
 39 Newton Road,  
 Republic of Singapore 1130.

# Enseñanza

En este número iniciamos una serie de entrevistas a personas representativas de la enseñanza de la comunicación en diferentes países. Se trata de difundir información sobre los antecedentes de las escuelas en América Latina, tomando en cuenta sus aspectos históricos, las tendencias pasadas y vigentes y sus perspectivas.

**CHASQUI:** ¿Cuáles son los antecedentes de las escuelas de comunicación en Venezuela? ¿Cuáles las orientaciones iniciales?

**ADOLFO HERRERA:** La tradición periodística en Venezuela es importante. Se inicia con eminentes venezolanos como Miguel José Sanz, Andrés Bello y Simón Bolívar, en las primeras fases del proceso de independencia. Continúa luego con grandes impulsos promovidos por Antonio Leocadio Guzmán, quien funda el periódico "El Venezolano", primera publicación que usa el lenguaje popular. En torno a este diario se aglutinan las primeras ideas liberales en 1840; Juan Vicente González un combativo periodista conservador de prosa agresiva y detenido en múltiples ocasiones con motivo de los "juicios de prensa". Sus grandes trabajos se produjeron en la cárcel, "mi solitario apartamento". También fueron notables periodistas el famoso pedagogo Cecilio Acosta y José Martí, quien aquí publica una magnífica revista conocida con el nombre de "La Edad de Oro". Junto a muchos otros, esto dio al periodismo venezolano del siglo XIX un auge digno y muy participante en los más relevantes procesos políticos del momento. Frente a esta brillante hoja de acciones periodísticas, el siglo XX se vió oscurecido por dictaduras que impidieron un mayor desarrollo.

La primera Escuela de Periodismo surge en 1947, fundada en la Universidad Central de Venezuela, con 110 alumnos, de los cuales gradúa 55 en su primera promoción, integrada por conocidos escritores, periodistas, políticos y hombres del oficio. Su primer director fue el conocido sociólogo y antropólogo Dr. Miguel Acosta Saignes, y luego el escritor Dr. Gustavo Díaz Solís. Su objetivo inicial fue el de "contribuir de manera concreta al desarrollo de la Democracia en Venezuela".

Esta Escuela es suspendida en 1950, cuando protesta contra el golpe militar que encabezaba Pérez Jiménez y es transformada posteriormente en una sección de la Facultad de Humanidades. Otra de sus orientaciones básicas iniciales fue la notable influencia de la literatura, tal como lo plantea Humberto Cuenca en su texto "Imagen Literaria del Periodismo", por cuanto "la literatura hispanoamericana nace con el pe-

riodismo, pues en aquellas hojas de comienzos del siglo pasado está nuestra poesía, ficción y también hasta nuestras primeras manifestaciones artísticas del dibujo, la gráfica y la litografía".

En 1958 inicia actividades la Escuela de Periodismo de la Universidad del Zulia, con Sergio Antillano a la cabeza, conocido periodista y escritor. Luego surge la Escuela de la Universidad Católica Andrés Bello, con una clara orientación hacia la Publicidad y las Relaciones Públicas. Ahora existe también un Núcleo Experimental de la Universidad del Táchira dedicado a la "Comunicación y el Desarrollo", y otra en proceso de estructuración en la Universidad Lisandro Alvarado, de Barquisimeto.

La más importante, por antigua y por haber iniciado los principales cambios en los estudios de la Comunicación y el Periodismo es la Escuela de la Universidad Central de Venezuela. En general en los establecimientos hay cierto consenso en la conformación de los regímenes de estudio, centrados la mayoría de sus programas formativos de periodismo en la doctrina de la objetividad y los paradigmas que maneja la teoría de la comunicación y la información norteamericanas. Por ejemplo, la Escuela de la U.C.V. nace claramente bajo la orientación de la Universidad de Columbia, que colabora en la estructuración de los primeros planes de estudios y suministra y recomienda profesores.

**CH.:** En el contexto latinoamericano los cambios de planes de estudios han sido una constante, cuando no una obsesión. ¿Qué ha sucedido al respecto en el contexto venezolano?

**A.H.:** Los momentos más importantes de la Escuela podemos decir que han servido para las otras Escuelas. En este sentido podemos captar varios momentos que comprenden los años 47, 50, 58, 69-70, 74 y 78. En el año 1947 se inicia el proceso democrático de las elecciones populares en Venezuela y sus estudios estaban destinados a preservar la Democracia, la defensa de la libertad en general como una manera de expresar las ideas más importantes del momento y de los procesos constitucionales. En 1958, en la nueva etapa democrática del país, su tendencia se volvió abiertamente marxista y desarrolló los enfoques macrosociales y político-económicos. La Escuela asume una actitud crí-



Adolfo Herrera

tica frente al sistema y especialmente frente al gobierno del Presidente Rómulo Betancourt y se asocia al proceso de violencia armada política. Su objetivo, en ese instante, es formar un profesional crítico del sistema, militante y comprometido con una doctrina. Esto colocó el valor de la revolución por encima de cualquier otro tipo de preparación.

En los años 1969-70 comienza a producirse el movimiento conocido como "la renovación académica", tendiente a democratizar las estructuras de la Escuela, sus planes de estudios y su propio diseño curricular, para hacerlo más abierto. La Escuela deja de llamarse de Periodismo, para llamarse de Comunicación Social. Aquí se explica, que no ocurre un simple cambio de nombre, sino se trata de ampliar su espectro con la inclusión de la publicidad y las relaciones públicas que, según el pensum del 70, afirma que "si bien son formas de la Comunicación Social no son específicamente actividades periodísticas". Se afirmaba que los profesionales de todas estas especialidades son comunicadores sociales. Y así, diversifica sus estudios y se especializa en Menciones Impresos, Audiovisual y Publicidad y Relaciones Públicas. Todas tenían un tronco común de tres años. Para este momento se planeaba la necesidad de formar un profesional crítico y combatiente por la libertad de expresión.

En el año 1978 se aprobó un plan experimental de estudios, que comenzará a producir ahora egresados como Licenciados en Periodismo, Audiovisual, Comunicología y en Publicidad y Relaciones Públicas. Cada área con una Licenciatura específica. Hasta ahora, la Universidad del Zulia y la Universidad Católica Andrés Bello mantienen su Licenciatura en Comunicación Social, con sus respectivas menciones. La católica en Impresos, Audiovisual y Publici-

dad y Relaciones Públicas, y la Universidad del Zulia agrega la mención Investigación. Los estudios se prolongan por 5 años.

Acerca de las influencias norteamericanas o europeas, debo decir que en su inicio la Universidad de Columbia asesoró a la Escuela de la UCV, pero luego se hace marxista aunque instrumentalmente se adhería, consciente o inconscientemente, a los paradigmas norteamericanos. En los años 60 el profesor Luis Aníbal Gómez, quien después sería su director, va a París. En aquellos momentos, muchos profesores que hacen cursos en Europa se quejan de ser formados en la sociología norteamericana. Según algunos de ellos solo Inglaterra ofrecía cosas diferentes y novedosas.

En líneas generales, los estudios de la comunicación y de la información en Venezuela han pasado por las siguientes etapas: a) la doctrina de la objetividad, b) el modelo noticioso, c) la lucha entre las concepciones de información-comunicación, información versus desinformación, d) las tendencias críticas de la sociedad (desviaciones sociológicas, economicistas, etc.) e) hoy se mueven las reformas entre las Nuevas Visiones y las Viejas Visiones de la Comunicación y de la Información.

Además, hay que señalar que nuestra Escuela ha sentido el peso histórico de del periodismo tradicional que a veces centra su visión de los problemas y fenómenos de la Comunicación y de la Información en una concepción generalmente tradicional. No se entiende, en muchas ocasiones, que el periodista para ser democrático necesita transformarse en un comunicador efectivo y que éste, además, puede acogerse a alguna de sus formas, como es el periodismo. Pero que señalar el camino del periodismo para un comunicador es reducir su horizonte como profesional, porque un comunicador bien formado puede ser periodista, pero no todo buen periodista puede ser un buen comunicador. Pienso en este caso en el médico y sus especialidades.

Un ejemplo diario de estas relaciones entre las visiones tradicionales y las nuevas está en los impactos de las nuevas tecnologías. Mientras los ingenieros se pasean dueños y señores del mundo de la informática y de la telecomunicación, incluyendo sus impactos sociales, los periodistas ven este horizonte casi inaccesible en su dominio. Por tanto, quedarán reducidos a continuar como participantes sin decisión en este proceso. Por este camino, de promover lo tradicional del periodismo y de la comunicación, paradójicamente, estamos promoviendo

a los ingenieros como los futuros periodistas/comunicadores.

Esta paradoja creada por la endiablada dinámica de las comunicaciones contemporáneas necesita de una redimensión de sus efectos y de un estudio de sus necesidades reales, para que la Universidad no marche por un lado y la realidad por el otro. Y ocurra, como dicen algunos, que colocamos el caballo detrás de la carreta, y que por eso nuestras ideologías nos impiden ver lo que pasa.

CH.: *¿Se ha logrado en la actualidad un punto de equilibrio, una inserción de las escuelas en su medio profesional?*

A.H.: En esta respuesta prefiero una postura personal, porque creo que nuestras Escuelas no han comprendido que el período de producir egresados para la empresa periodística de medios masivos pasó, y también el período de hacer "revolucionarios" en una Universidad. Lo primero no tiene vigencia, y lo segundo es una utopía, por no decir una necesidad. Creo que debe ocurrir una reactualización del sistema de enseñanza y de sus contenidos. Seguir en los paradigmas tradicionales, bien lo decía Eduardo Contreras en sus conferencias del Postgrado de Caracas, es más bien reflejar ignorancia y no sabiduría. Creo necesario definir algunas áreas problemáticas: comunicadores o comunicólogos, mercado de trabajo, relación con el desarrollo concreto de la región y el país, actualización rápida de conocimientos, y tratar la comunicación desde un enfoque multidimensional (personal, interpersonal, social, masivo, grupal, tecnológico) y en dos vertientes: como producción de mensajes y como analista de mensajes, y en los dos estamos deficientes en la actualidad.

Venezuela vive problemas graves. No podemos ni debemos continuar otorgando títulos que no encuentran mercado. Existe hoy una marcada restricción en la demanda de trabajo y han ocurrido despidos en gran cantidad. Entonces hay que dimensionar esta nueva realidad.

CH.: *¿Hacia dónde se va, cuáles son las perspectivas?*

A.H.: Quisiera plantear la necesidad de reciclaje del profesorado universitario, especialmente a través de sus propias demandas y necesidades. El postgrado y su desarrollo deben cumplir con esta meta, por cuanto la experiencia nos enseña que gran parte del dominio de las teorías de USA y Europa en nuestra Escuela es producto fundamental de la realización de los cuartos niveles en los países desarrollados. En esto pasa, más o menos, un efecto de demost-

ción que actúa muy eficazmente en la orientación de los conocimientos, por simple retraso bibliográfico o satisfacción de necesidades de esos conocimientos.

Las demandas actuales y futuras deben operar en función de ampliar lo más posible los horizontes de estudio de la comunicación y sus prácticas sociales, y muy especialmente en un momento en que todo puede someterse a cuestionamiento en el propio interior de sus teorías y prácticas.

También creo necesario ser tolerantes y abiertos en los reciclajes, por cuanto venimos de autoritarismos académicos, tanto de izquierda como de derecha, y esto hace que descalifiquemos a veces por dogmáticos, a veces por resguardo de intereses personales, tendencias importantes y opciones metodológicas de gran valor. Esto ocurre en nuestras Escuelas con facilidad.

A veces veo con preocupación que en otros campos del conocimiento científico marchan relativamente más acelerados en Comunicación que nosotros, quienes nos ocupamos de la Comunicación como objeto central de estudio.

En nuestra Escuela nos encontramos frente a una Nueva Reformulación de los Estudios de Comunicación Social, también frente a una necesidad planteada por el Colegio Nacional de Periodistas de homologar los estudios y los pensa, por lo menos en áreas básicas, y frente a una contracción económica, que nos plantea, en mi opinión, la necesidad de redimensionar las prácticas y las teorías que maneja el comunicador que hoy titulamos.

Afortunadamente, en mi opinión, nuestra Escuela regresa de muchas experiencias vividas que ahora inician o están en pleno desarrollo en algunas escuelas de América Latina. El aspecto crítico se ha vuelto hacia el interior de las propias teorías e intentamos combinar e integrar teorías y métodos, prácticas sociales, retos y perspectivas. Al borde de una nueva reforma, espero que salgamos bien, con nuestra visión y la que tenemos de América Latina.

---

ADOLFO HERRERA E., *venezolano, es jefe del Departamento de Ciencias de la Comunicación en la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela. Autor del libro Política y Medios de Comunicación Social.*

*Dirección: 3 Ave. Quinta Maya  
Urb. Alto Prado  
Caracas 1080 - VENEZUELA*

---

# ACTIVIDADES DE CIESPAL

## **CURSOS, ASESORIAS Y TALLERES EN AMERICA LATINA**

CIESPAL, con el auspicio de la Fundación Friedrich Ebert, ha ofrecido cursos, asesorías y talleres en distintos países de América Latina.

— Del 14 de marzo al 10 de abril se ofreció el curso de postgrado "Proyectos de comunicación social: planificación e investigación", en el Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Central de Venezuela. Participaron 15 profesores de la Escuela de Comunicación Social y de otras carreras de la Universidad. El curso estuvo a cargo de los doctores Eduardo Contreras Budge y Daniel Prieto Castillo.

— En la sede de CEDAL, Costa Rica, se realizó un taller de Análisis de Mensajes y de Planificación de la Comunicación, con la presencia de 14 profesionales centroamericanos, que trabajan en instituciones de desarrollo. El evento contó con el apoyo de la OEA, y tuvo lugar del 30 de abril al 11 de mayo. Fue conducido por los expertos de CIESPAL mencionados anteriormente.

— También en San José se brindó a la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva, de la Universidad de Costa Rica, una asesoría en Diseño Curricular. Las reuniones, con la participación de 14 profesores de esa casa de estudios, tuvieron lugar del 7 al 9 de mayo. Estuvo a cargo de la asesoría el doctor Daniel Prieto Castillo.

— Del 30 de mayo al 1 de junio, en la Facultad de Comunicación Social de la Pontificia Universidad Bolivariana, hubo una asesoría en Análisis de Mensajes, a la que asistieron 23 profesores. Fueron en esa oportunidad estudiados

temas derivados del tratamiento de los mensajes por la retórica y la poética clásicas. Coordinó el doctor Daniel Prieto Castillo.

En la misma línea, y con el mismo coordinador, se ofreció a la Facultad de Comunicación Social, de la Universidad Bolivariana, Medellín, un Taller de Análisis de Mensajes. Con la participación de 14 profesores se trabajó del 4 al 8 de junio.



## **PROFESOR GERHARD MALETZKE DICTO CONFERENCIAS**

El doctor Gerhard Maletzke, profesor de la Universidad de Hamburgo y experto de la radio del sur de Alemania Federal, con sede en Stuttgart, estuvo a fines de marzo en Ecuador para dictar conferencias tanto en CIESPAL, como en la Universidad de Guayaquil. Disertó sobre los siguientes temas: "Metodología cuantitativa y cualitativa de la investigación", "Efectos sociales de las nuevas tecnologías", "Procesos de la comunicación intercultural" y "Métodos de investigación y los efectos de la comunicación".

A las conferencias del doctor Maletzke asistieron estudiantes, profesores, investigadores y periodistas de todo el Ecuador.



## **TALLER DE RADIO REVISTA**

Del 15 al 26 de mayo de 1983 se realizó en Cañar, Ecuador, un Curso-Taller sobre producción de Radio Re-

vista Educativa. A este curso asistieron 18 participantes y contó con los auspicios de Radio La Voz de Ingapirca, CIESPAL, RNTC y el Ministerio de Educación y Cultura del Ecuador.

El objetivo general para este evento fue capacitar a los participantes, personal de las dos emisoras de Cañar y del Ministerio de Educación, en las técnicas de producción de programas radiofónicos y, específicamente, en la producción de la Radio Revista Educativa.

Los temas desarrollados fueron: Qué es la radio: posibilidades y limitaciones. La Lectura Radiofónica. La Charla: monologada (narrada), dialogada e ilustrada. Las Noticias, Entrevistas y la Radio Revista.

La coordinación de este Curso-Taller estuvo a cargo de Martín Samaniego, Gerente de Radio La Voz de Ingapirca y de Amable Rosario y Juan Auquilla, expertos de RNTC y el Ministerio de Educación en CIESPAL.



## **TALLER SOBRE PROYECTOS PARTICIPATIVOS**

Entre el 14 y el 19 de mayo de 1984 se realizó en Florianópolis, Brasil, un Taller sobre Planificación de la Comunicación en Proyectos Participativos, bajo los auspicios de la Fundación Friedrich Ebert y en base a un convenio entre el Departamento de Comunicación de la Universidad Federal de Santa Catarina y CIESPAL.

El Taller se concentró en dos puntos claves: cuestiones político-conceptuales y práctico-operativas. Las discu-

siones y trabajos de grupo fueron incentivadas con los capítulos correspondientes al texto "Planificación de la Comunicación en Proyectos Participativos" preparado por el instructor del Taller, Dr. Luiz Gonzaga Motta. El buen ordenamiento entre contenidos y técnicas permitió un desarrollo óptimo del programa del Taller. Asimismo el alto nivel de los 17 participantes aseguró discusiones muy productivas en el campo conceptual, ético y político de la planificación participativa sin dejar de considerar los aspectos técnico-operativos.



## **ASESORIA DE CIESPAL AL PRODECOM, BRASIL**

El Programa de Desarrollo de Comunidades del Gobierno del Estado de Minas Gerais, Brasil, es una institución de apoyo al desarrollo comunitario que trabaja con micro-proyectos participativos junto a los sectores populares. Esta institución solicitó una asesoría a CIESPAL para la elaboración de un proyecto de comunicación popular a ser aplicado en su trabajo de campo en las comunidades. CIESPAL encargó al Dr. Luiz Gonzaga Motta la atención de esta solicitud. La asesoría se efectuó entre el 23 y 25 de mayo de 1984 en la ciudad de Belo Horizonte, Brasil.

El Dr. Luiz Gonzaga Motta y PRODECOM elaboraron conjuntamente un documento final que contiene una propuesta de implantación experimental de oficinas de comunicación (talleres) popular en algunas comunidades donde actúa el PRODECOM. El objetivo de la instalación de es-

tas oficinas es promover el uso organizado de los medios y recursos de comunicación por parte de los propios grupos populares, a través del dominio de técnicas apropiadas, así como proporcionar a los sectores populares la oportunidad de una manifestación autónoma de sus intereses y reivindicaciones y en la toma de decisiones de los proyectos del PRODECOM.



### **CURSO-TALLER DE RADIODRAMAS**

El 8 de junio concluyeron las actividades del curso especializado sobre radiodramas que se llevó a cabo en CIESPAL organizado por Radio Nederland y que trabajó en forma de dos módulos formales de cinco semanas cada uno con una etapa intermedia de seis meses.

En el curso-taller participaron doce personas vinculadas directamente con el medio radio y con experiencia en el área del radiodrama, como instructor actuó Mario Kaplún.

El primer módulo se llevó a cabo en septiembre de 1983 en el que se planificó la realización de una serie de radiodrama y se dieron las directrices indispensables para hacerlo; al final del módulo los participantes latinoamericanos se

comprometieron a escribir los capítulos de la serie en sus respectivos países. El segundo módulo se inició el 7 de mayo en el que se efectuó la producción de las series, la misma que incluía actuación, dirección de actores, musicalización, efectos especiales, y aspectos técnicos.

El seminario concluyó con la elaboración de diez series de radio-drama, con una extensión de alrededor de diez capítulos cada uno, en los que se manifestaban los diferentes problemas e inquietudes de las poblaciones de los países participantes con un sentimiento común de denunciar las vivencias de hombres y mujeres de los pueblos de América. Los participantes fueron de Costa Rica, República Dominicana, Colombia, Ecuador, Perú, Argentina y Bolivia.



### **SEMINARIO PARA GERENTES DE EMISORAS**

CIESPAL y Radio Nederland impartieron dos Seminarios a los miembros de la Asociación Ecuatoriana de Radiodifusión, AER, sobre los Principios Gerenciales en una Emisora. Los mismos se llevaron a cabo en Quito y en Guayaquil entre el 15 y el 17

de marzo y el 5 y 7 de abril de 1984, respectivamente.

Las áreas tratadas fueron: Aspectos comerciales, realidad legal en relación a los trabajadores de la radio y el estado, cuestiones técnicas de la radio y la programación radiofónica, su potencial educativo. Los seminarios fueron dictados por destacados profesionales: Carlos Gallego y Luis Martín de CITRA Publicidad, Lincoln Larrea, Presidente del Colegio de Periodistas de Pichincha, Bruce Hoeneissen, ingeniero electrónico, y los expertos de Radio Nederland, Antonio Cabezas y Amable Rosario.



### **I FESTIVAL LATINOAMERICANO DE RADIO EDUCATIVA**

18 países estarán representados en el I Festival Latinoamericano de la Radio Educativa, organizado por Radio Nederland, que se llevará a cabo en CIESPAL a partir del 15 de octubre de 1984 como parte de las celebraciones con que se conmemorarán los 25 años de la fundación del Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación.

Las instituciones interesadas en este Festival pertenecen a toda América Latina, pero además España, Holanda, Canadá y otros países desean asistir al evento de Quito para conocer en detalle la producción radiofónica educativa latinoamericana.

El Festival, además de estudiar y premiar los programas presentados, ofrecerá una serie de actividades radiofónicas de gran atracción.

Se están efectuando gestiones para que el "Museo de la Radio", que existe en las instalaciones que Radio Nederland tiene en Bonaire, pueda trasladarse a Quito y ser exhibido con todo tipo de demostraciones.

Casas productoras de equipos de estudios de grabación

instalarán un estudio modelo del año "Dos Mil".

Representantes de equipos de los Estados Unidos presentarán pequeños estudios de grabación en los que haya una proporción entre la calidad y el precio. Estos intermediarios comerciales traerán catálogos de las casas que representan así como precios y demás información.

Personas que han tenido una labor destacada en la radiodifusión latinoamericana y de otros países dictarán conferencias y ofrecerán sus experiencias a los participantes.

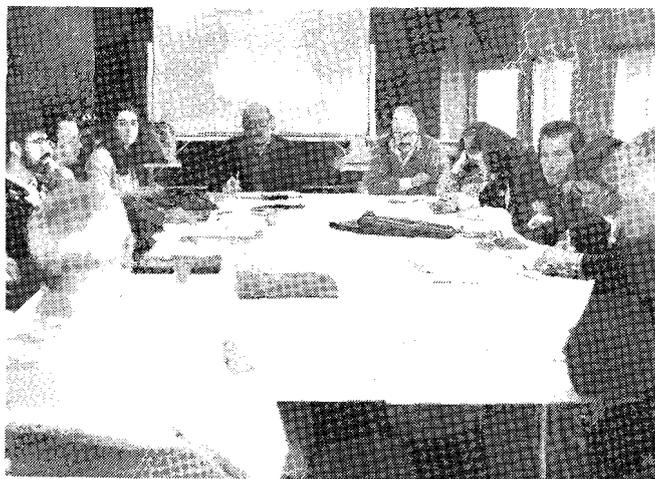
Durante el Festival se presentará un catálogo de Programas de Radio, así como otro catálogo con posibilidades de capacitación que incluirá modelos de cursos prácticos de duración variable pero en ningún caso mayores a cuatro meses.



### **CURSO-TALLER SOBRE GENEROS PERIODISTICOS**

Con el auspicio de la Fundación Friedrich Ebert y la Unión Nacional de Periodistas del Ecuador se realizaron en CIESPAL del 8 al 12 de mayo y del 14 al 18 del mismo mes, dos cursos sobre Géneros Periodísticos, en los mismos que participaron 28 periodistas de todo el país, divididos en dos grupos.

El destacado periodista peruano, Juan Gargurevich fue el instructor de los cursos y trató temas sobre la nota informativa, la crónica, la columna periodística, la reseña, la entrevista y el reportaje. Se formaron equipos de trabajo para practicar los diferentes géneros que se iban estudiando.



Participantes del Curso Taller de Radiodrama



## **CURSOS SEMINARIOS**

### **MEDIOS MASIVOS Y CAMBIO SOCIAL: LA EXPERIENCIA PERUANA**

El Colegio de Comunicaciones y el Instituto de Estudios Latinoamericanos de la Universidad de Texas organizaron un simposio sobre "Medios masivos y cambio social: la experiencia peruana". En el mismo se abordaron temas como la situación de los medios masivos en América Latina, la reforma de la prensa peruana en el contexto del proceso global de cambios de los años 70 en ese país, desarrollo histórico de la prensa peruana; los medios masivos peruanos en la actualidad.

Como ponentes fueron invitados los periodistas peruanos Juan Gargurevich, Hélan Jawrsky y Sonia Goldenberg. Al evento asistieron profesores y alumnos del colegio de Comunicación de la Universidad de Austin, Texas. (J.G.)



### **COMUNICACION SOCIAL Y PROBLEMAS MUNDIALES**

Del 27 de agosto al 1 de septiembre de 1984 se realizará en Praga, Checoslovaquia, la XIV Conferencia y Asamblea General sobre Comunicación Social y los problemas mundiales, a cargo del IAMCR.

En la Conferencia se tratarán temas tales como:

Historia, leyes y tecnología de las comunicaciones internacionales. Además se analizarán la comunicación internacional y los roles de la sociología y psicología en los medios masivos de comunicación.

Los oradores que participarán en los diferentes temas son: Ana María Fadul de Brasil, Morten Giersign de Dinamarca, Joseph Mbindyo de Kenya, Jerzy Oledzki de Polonia y Dan Schiller de los Estados Unidos.

Paralelamente se realizará un taller con la UNESCO, que analizará políticas de planificación de la enseñanza e investigación de la comunicación. (IAMCR)



### **EDUCACION Y COMUNICACION POPULAR**

Entre el 5 y el 8 de mayo se realizó en Lima el seminario "Educación y comunicación popular en América Latina: balance y perspectivas" que organizó el Centro de Estudios sobre Cultura Transnacional que dirige Rafael Roncagliolo.

Asistieron doce invitados extranjeros y treinta peruanos, que debatieron temas como la educación popular y su proceso de desarrollo y maduración en América Latina; el surgimiento de los Centros; educación popular y el Estado, así como su relación con el movimiento popular; comunicación masiva y transnacional enfrentada a la comunicación popular, etc.

El Centro expuso asimismo su experiencia sobre su publicación "Materiales

para la Comunicación Popular" cuyo número tres apareció justamente en los días del seminario. (J.G.)



### **MEDIOS Y EDUCACION POPULAR**

Un seminario sobre "Experiencias en la utilización de los medios de comunicación para la promoción y la educación popular" en el Perú se realizó los últimos días de mayo en Lima. Fue organizado por el Centro de Estudios sobre Cultura Transnacional.

Se examinó el uso de los distintos medios (radio, historieta, teatro, títeres, periódico, televisión rural y urbana, ayudas visuales, fotomontajes, afiche, cine, revista, folletos) a base de documentos de trabajo previamente preparados por varios especialistas.

Se trataba, decía la convocatoria, de "hacer una evaluación del uso y desarrollo de los medios y las técnicas empleadas, con la finalidad de rescatar los aportes principales conseguidos en base a las experiencias realizadas por los centros". (J.G.)



### **REUNION DE COMUNICACION CRISTIANA**

La Asociación Mundial de Comunicación Cristiana (WACC) realizó en mayo, en San Pablo, la reunión de su comité central, la misma que se lleva a cabo cada dos años

y por primera ocasión tuvo lugar en un país latinoamericano, Brasil.

Una de las tareas de la WACC es la de apoyar iniciativas conjuntas de los países en desarrollo.

En la reunión participaron 55 de los 65 miembros del Comité, en representación de las siete regionales de la Asociación: África, América Latina y el Caribe, Asia, Europa, Medio Oriente, Norteamérica y Pacífico.

Se aprobaron un mensaje final, un documento básico de actuación para los próximos dos años y 150 proyectos a realizarse en todo el mundo.

Las nuevas orientaciones definidas por la WACC incluyen la transformación de la organización en un foro de debate sobre cuestiones de comunicación, además de seguir apoyando proyectos como lo hace desde su fundación en 1975, el apoyo a un nuevo orden mundial de la comunicación y la prioridad a la promoción de temas femeninos en la comunicación.

Entre los proyectos aprobados se encuentra el apoyo financiero para el resurgimiento de **Mulherio**, una publicación bimensual brasileña hecha por mujeres sobre cuestiones femeninas, que había suspendido sus ediciones el año pasado por falta de recursos.

William Fore, Presidente de la WACC, manifestó que el desequilibrio informativo mundial forma parte del problema global del poder y señaló que el control de los canales de comunicación es uno de los mecanismos de dominación; las grandes agencias de noticias particularmente de los Estados Unidos, transmiten la inmensa mayoría de las noticias difundidas en el mundo, comentó Fore.

Por su parte, Hans Florin, Secretario General de la WACC dijo que la reunión tenía como objetivo principal poner en marcha una nueva estrategia. La WACC además de apoyar proyectos de comunicación cristiana, se convertirá ahora en un foro para el debate del desarrollo de las comunicaciones y sus consecuencias para las iglesias. (IPS mayo 84)

Italia, organizará a fines de junio próximo una reunión mundial sobre "Flujo de datos transfronteros" que se llevará a cabo en la capital italiana. (IPS. junio 84)



### SEMINARIO SOBRE INFORMATICA

En Buenos Aires, Argentina, se realizó en junio el II Congreso Nacional de Informática y Teleinformática, organizado por la entidad "Usuaría" de carácter privado, cuyos patrocinadores son una conjunción de empresas transnacionales occidentales.

El director ejecutivo del Buró Internacional de Informática, Fermín Bernasconi, hizo la exhortación a tomar conciencia sobre el fenómeno de la informática y a comprender la significación económica y política de la informática como fenómeno exponencial. "La informática llegó y está aquí para quedarse" señaló.

En su discurso mencionó también que en la actualidad el 98 por ciento de la inversión en informática está concentrada en dos países, Estados Unidos y Japón, y esta situación, según el director del IBI, podría originar una repetición del esquema del imperio romano y los bárbaros, donde los bárbaros seríamos nosotros e inclusive los europeos. "La informática es condición necesaria, si bien no suficiente para el desarrollo, la integración latinoamericana y la soberanía" expresó Bernasconi.

Anunció también que el Buró Internacional de Informática, con sede en Roma,

### TV DESAFIO A LA VIDA PRIVADA

El IV Congreso Internacional sobre medios audiovisuales, realizado en mayo en la localidad toscana de Montecatini, analizó las perspectivas del mayor vehículo de comunicación masiva de este siglo: la televisión. Entre las conclusiones se destaca que el desarrollo de los medios audiovisuales influirá cada vez más sobre la vida del hombre y condicionará su conducta pública en una medida que todavía es difícil de imaginar, determinando cambios radicales en su sistema de vínculos interpersonales. El tecnólogo norteamericano Kerns Powers manifestó que la dictadura de la imagen parece destinada a suplantar a la democracia de la palabra escrita.

Por su parte, Jan Tonemarcher, profesor de comunicación de masas de la Universidad Libre de Berlín, opinó que lo que amenaza al individuo es un aluvión informativo, indiscriminado, que deberá ser frenado mediante un sistema de "filtro" que permita la eliminación de todo aquello que sea superfluo o nocivo.

El experto italiano en telemática, Vassilio Catania, describió la vivienda del futuro con palabras que a muchos podrán parecer de pesadilla: el tradicional estudio, por ejemplo estará dominado por un escritorio monumental sobre el cual habrá una terminal de video bidireccional, un terminal de audio de iguales características, funciones de télex, teletex, diario electrónico y copiadore.

Según Catania, "las redes televisivas a banda larga garantizarán una completa interactividad que influirá sobre nuestra vida hasta en los rincones más íntimos, imponiéndonos la tiranía de la imagen..." (IPS. mayo 84)



### ENCUENTRO REGIONAL DE COMUNICACION

En la ciudad de General Roca, Argentina, se efectuó el Primer Encuentro Regional de Comunicación organizado

por la Secretaría de Comunicación Social de la Provincia de Río Negro.

En el Encuentro se reunieron comunicadores de las provincias de Chubut, La Pampa, Neuquén, Río Negro y Santa Cruz y llegaron a la conclusión de crear un Ente Regional de Comunicación que tendrá por objetivos posibilitar y facilitar la comunicación regional, impulsar la investigación multidisciplinaria de la comunicación, obtener los medios y facilidades necesarias conducentes a la consecución de los fines del organismo y revisar la legislación vigente en materia de radiodifusión en la que se deberá tener en cuenta los intereses de las provincias argentinas así mismo como contribuir a la defensa de la nación.

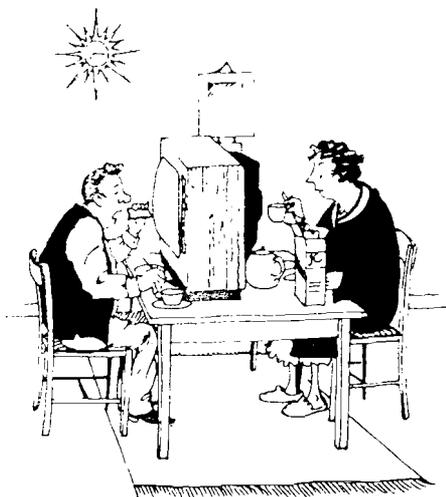
Se implementó asimismo un sistema de intercambio provincial de noticias a través de radio y televisión utilizando la infraestructura instalada en las áreas de información pública de los estados concurrentes. (Secretaría de Comunicación Social. Provincia de Río Negro, Argentina)



### CONVENCION IBEROAMERICANA DE INFORMATICOS

# CIBI84

Organizada por la Fundación C.I.T.E.M.A. (Centro de la Informática Técnica y Material Administrativos) se realizará en Madrid la Convención Iberoamericana de Informáticos, del 19 al 23 de noviembre de 1984. Este año la Convención ofrece a los profesionales de la informática la oportunidad de encontrarse para profundizar, desde un planteamiento ampliamente participativo, en la necesidad de mantener al día un alto nivel de saber técnico, clarificar el perfil de esta profesión, tomar conciencia de su



brian bagnall

rol social y hacérselo entender a la sociedad.

En la Convención se realizarán asimismo Jornadas Técnicas, Seminarios y Mesas Redondas. (CIBI 84)

Mayores datos:

C.I.T.E.M.A.

Plaza de Alonso Martínez

3,2. derecha

Madrid 4 — España.



## EXPOSICION "ELECTRONIKA 84"

Del 6 al 15 de julio de 1984 se desarrollará en Buenos Aires, Argentina, la II Exposición del Video, el Audio, la Fotografía y la Computación, auspiciada por la Secretaría de Industria.

Los organizadores solicitaron el auspicio de entidades extranjeras para conseguir material ilustrativo o revistas especializadas sobre adelantos o novedades en la materia y así abrir un stand informativo internacional. (Embajada de Argentina - Ecuador)



## PRIMERA CONFERENCIA LATINOAMERICANA SOBRE INFORMATICA Y SOBERANIA

Bajo ese título, y como primera realización de la "Declaración de Quito", se han reunido en Cali del 10 al 12 de mayo los cancilleres de Brasil, Bolivia, Argentina, México, Perú, Nicaragua, Venezuela y Colombia así como numerosas personalidades políticas y expertos de veinte países entre los que figuran Fermin Bernasconi, Director de la Oficina Intergubernamental para la Informática, Héctor Ochoa, Presidente del Centro Latinoamericano de

Informática y Recursos Humanos, Enrique Iglesias, Director de la CEPAL.

Las dos ponencias iniciales, del Dr. Bernasconi y del canciller de Colombia Rodrigo Lloreda Caicedo, ubicaron la Conferencia dentro de la estrategia de integración latinoamericana y en un esfuerzo por "sacudir la conciencia política de A.L." frente al desafío que para la soberanía de cada nación y para la integración del continente representa la informática.

En un momento en el que la crisis económica revive los proteccionismos y obstaculiza el funcionamiento de los organismos de integración regional los peligros que acechan desde la nueva dependencia tecnológica y el saqueo de la información parecen servir de adiccate al descubrimiento de nuevas dimensiones de la colaboración latinoamericana.

No han faltado las voces apocalípticas ni tampoco las expresiones de una creencia que sigue viendo en el progreso tecnológico la clave del desarrollo de estos pueblos. Pero en conjunto el interés pareció centrarse en dos cuestiones fundamentales: la toma de conciencia de lo que la informática pone en juego en el ámbito de las soberanías nacionales, y en las posibilidades de su uso para la integración latinoamericana. El mero señalamiento de esas dos cuestiones significa sin duda un avance considerable en la comprensión de la informática ya que con ella el debate y los problemas dejan de situarse en el nivel meramente económico e instrumental y se hace posible descubrir el enclave político que la informática constituye tanto en el espacio de los riesgos como en el de las posibilidades.

En lo que corresponde a propuestas, se planteó la apertura de una "Universidad Latinoamericana de la ciencia" que aúne esfuerzos para reducir la brecha tecnológica, un plan para llevar la enseñan-

za de la informática a las escuelas y para promover programas de investigación en informática directamente relacionados con planes concretos de desarrollo. (J.M.B.)



## ENCUENTRO MUNDIAL SOBRE COMUNICACION

La Federación Latinoamericana de Escuelas y Facultades de Comunicación de América Latina (FELAFACS) está preparando un encuentro mundial de periodistas y comunicadores que tendrá lugar en Lima, Perú, en 1986.

Uno de los propósitos del encuentro es promover el intercambio de experiencias y conocimientos en torno a la comunicación, su desarrollo y las perspectivas.

El secretario ejecutivo de FELAFACS, el peruano Walter Neyra, tomó contacto con autoridades de la Universidad Estatal de Honduras y periodistas hondureños para explorar las posibilidades de esta reunión, que pretende hacer un análisis de la comunicación a escala mundial. (IPS, mayo 1984)



## ENCUENTRO NACIONAL DE INSTITUCIONES DE COMUNICACION POPULAR



Del 9 al 11 de abril, y coordinado por el CINEP -Centro de Investigación y

Educación Popular- tuvo lugar en Bogotá un encuentro cuyo objetivo primordial era el de reunir y posibilitar el intercambio de experiencias, métodos y herramientas de trabajo entre Centros que desarrollan actividades de asesoría, capacitación e investigación con grupos populares, en aspectos de comunicación y utilización de medios para la organización y participación popular.

Las áreas que centraron la discusión fueron:

- el papel de la cultura en los procesos de organización política,
- las relaciones entre investigación y producción: papel del investigador, disciplinas más aptas en este tipo de investigación-acción,
- la relación entre medios y comunicación popular.

A través de las ponencias y debates se buscó asimismo sistematizar los diferentes enfoques teóricos o conceptuales que orientan los trabajos y las formas metodológicas y técnicas con que se llevan a cabo.

Paralelo al encuentro se realizó una muestra de publicaciones y materiales de comunicación producidos por los centros participantes. (J.M.B.)



## FESTIVAL DE RADIOS LIBRES

El III Festival de emisoras de Frecuencia Modulada se realizó en junio en La Rochelle, ciudad de la costa atlántica francesa, con apoyo ministerial y participación de profesionales francófonos, en particular de Quebec.

La nueva comunicación, superficie, nuevos materiales, nuevos usos, integración de las técnicas más avan-

zadas en informática, telemática, fibras ópticas y otros figuraron entre los temas de la media docena de coloquios.

El programa contó además con un premio a las mejores emisiones de las radios privadas, muchas de ellas asociaciones, que han nacido en los últimos tres años y a las que el gobierno acaba de autorizarles la difusión de publicidad para que se conviertan en pequeñas empresas.

Un jurado, integrado por más de cien personas, tanto francesas como canadienses de Quebec, premió 11 categorías, entre las que figuran los técnicos de sonido, mejores emisiones en directo, novelas, informativos, ciencia, tecnología, deportes, coproducciones y descubrimiento de materiales. (IPS, mayo 84)



## EL PROYECTO "SIT"

El 9 de abril se instaló en Caracas bajo los auspicios de la CANTV la III Reunión Técnica del Sistema de Información de Telecomunicaciones (Proyecto SIT), convocada por la Asociación Hispanoamericana de Centros de Investigación en Telecomunicaciones (AHCIT). Dicha asociación agrupa a 18 países iberoamericanos a través de

sus respectivas compañías de teléfonos como por ejemplo Entel de Chile, Inictel del Perú, la CANTV de Venezuela y la CTNE de España.

El objetivo de la reunión fue adelantar la implementación de una base de datos en telecomunicaciones para el intercambio de datos entre los países miembros. Con ello se evitará la duplicación de esfuerzos en investigación y desarrollo, y se multiplicará la eficacia de los flujos. La información del banco de datos, ubicado en España, contendrá las referencias de los documentos generados por las entidades miembros, y a partir de ellas podrán solicitarse copias de los documentos completos que se consideren de interés.

Se cuenta ya con un glosario especializado en literatura comunicacional totalmente en español, y se tiene prevista la realización de una serie de cursos de capacitación así como el establecimiento de una asesoría en las fases iniciales del proyecto.

Una vez iniciado el Proyecto SIT en 1985 y lograda su plena operatividad la posibilidad de conexión con otras bases de datos queda abierta con base a la utilización de los medios informáticos propios. (J.M.A.)



## CONGRESO DE PERIODISTAS CATOLICOS

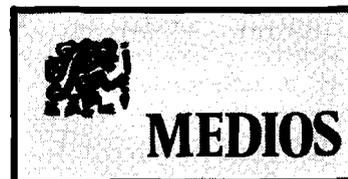
El VIII Congreso de la Unión Católica Latinoamericana de Prensa (UCLAP) tuvo por tema "La comunicación: Un derecho de todos". En el mismo se reunieron en mayo en Lima, 80 periodistas católicos latinoamericanos, procedentes de 13 países.

El congreso aprobó un documento de respaldo a la propuesta de democratizar la comunicación, basándose para ello en los principios y valores de la enseñanza cristiana.

La reunión se realizó en Lima y se celebró además los 25 años de la creación de la UCLAP, organismo que coordina la labor de medios de comunicación impresos de la Iglesia Católica en el continente, a las escuelas católicas de periodismo y a los profesionales de esa religión que trabajan en medios no eclesiales.

El presidente de la conferencia episcopal peruana, Cardenal Juan Landázuri, recordó las palabras de los obispos latinoamericanos reunidos en Puebla en 1979, en el sentido de que la iglesia debe ser cada día más la voz de los desposeídos. "No basta que algunos ciudadanos hablen en lugar de los que no tienen voz, sino que debemos esforzarnos para ofrecerles la posibilidad de expresar ellos mismos, sus propias aspiraciones y anhelos" manifestó.

En el documento elaborado por los periodistas católicos se reconoce que la comunicación trasciende el mero concepto de información y se pone de manifiesto que la comunicación en su sentido más pleno es ejercicio de solidaridad. (IPS, mayo 84)



## AGENCIA IPS CUMPLIO 20 AÑOS



La agencia IPS (Inter Press Service) cumplió veinte años de actividad dentro de las agencias de noticias internacionales. IPS es una cooperativa internacional de hombres de prensa con una mayoría de socios y periodistas del Tercer Mundo, y su objetivo es ser un eficaz instrumento para crear un flujo de noticias orientado tanto de Sur a Sur como de Sur a Norte. La idea fue de Roberto Savio, quien sigue siendo su director general.

En estos 20 años IPS ha llegado a ser la sexta agencia mundial y a dar una respuesta concreta al problema de como brindar una mejor información del Tercer Mundo en los países industrializados, posibilitar un masivo intercambio informativo Sur-Sur e incorporar los diversos grupos sociales y culturales a la comunicación.

En América Latina IPS ha sido elegida para actuar como Secretaría Operativa de ASIN (Acción de Sistemas Informativos Nacionales), entidad destinada al intercambio de información entre 17 Estados de la región. Distribuye también, en castellano, el boletín informativo diario del Pool de Agencias de Prensa de los Países No Alineados.

IPS cuenta en la actualidad con 83 corresponsalías en el mundo, 23 de ellas en América Latina. Coordina y

distribuye noticias de 17 agencias latinoamericanas y de 16 servicios internacionales de información especializada.

Reciben el servicio de IPS 600 medios de comunicación, 100 organismos regionales e internacionales, 9 agencias noticiosas de países industrializados y transmite diariamente en 10 idiomas diferentes. (IPS)



### NUEVA EMISORA ESTATAL PAÑAMEÑA

La instalación de una radioemisora de onda corta en territorio panameño está siendo estudiada por las autoridades de ese país, la misma que contará con asesoría japonesa y cuyo costo será de 20 millones de dólares.

Una delegación de técnicos japoneses presentará al gobierno de Panamá sus conclusiones del estudio para instalar la emisora.

El propósito de las autoridades panameñas para hacer efectivo este proyecto se basa en la necesidad de dar a conocer a los países de América Latina su cultura, costumbres y relaciones con otras naciones.

La emisora será operada por técnicos panameños con asesoría de expertos japoneses. (IPS. junio 84)



### TELEVISION POR CABLE EN ARGENTINA

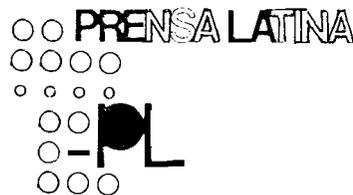
La Asociación Argentina de Circuitos Cerrados Comunitarios de Televisión -ACT-, creada en junio de 1982, reúne actualmente a propietarios de 36 Estaciones de Circuitos Cerrados de Tele-

visión por Cable-CCTV, de las principales ciudades de Argentina, con un número aproximado de noventa mil abonados hasta mediados de 1984.

Esta cifra no alcanza aún al 2 por ciento del total de aparatos de TV color en Argentina (5.600.000), pero el número de abonados crece notablemente y con guarismos correlativos al incremento de ventas de video-juegos, alquiler y distribución de video-films, venta de equipos para grabación y reproducción casera y a la venta de revistas para Radio, Cine y TV (más de 30 en la actualidad, con 9.3 millones de ejemplares editados en 1982) (P.A.)



### 25 AÑOS DE PRENSA LATINA



La Agencia de Noticias Prensa Latina ha llegado a un cuarto de siglo de actividad y cada día su prestigio crece debido a la seriedad, veracidad y profundidad de sus informaciones, que ofrecen una imagen cabal de los pueblos de América.

Su fundador y primer director fue el periodista argentino Jorge Ricardo Masetti, quien planteó respecto a la agencia: *"Nuestra política será hispanoamericana. . . es decir fervor y sacrificios por la Patria Grande América. . . y América será el campo de acción y la meta de los ideales de Prensa Latina"*.

En la actualidad, Prensa Latina opera en todo el mundo 37 corresponsalías, sin contar el número de enviados especiales y colaboradores que complementan y enriquecen más su material informa-

tivo. Dispone de 27 circuitos internacionales, cinco nacionales y transmite cotidianamente más de 7 mil despachos en español, inglés, francés y portugués.

Prensa Latina sostiene 78 acuerdos de colaboración e intercambio de informaciones con otras agencias, especialmente *"tercermundistas"* y en particular con los países No Alineados. (Correo de la OIP No. 10 -De todos- junio 84).



### CIERRAN AGENCIA NOTICIOSA SAPORITI

La Secretaría de Inteligencia del Estado -SIDE-, organismo de Poder Ejecutivo Nacional, clausuró la AGENCIA NOTICIOSA SAPORITI (ANS) fundada en Buenos Aires en 1900, por entender que *"no correspondía la aludida actividad noticiosa a las funciones de la Secretaría"*.

La medida de la SIDE, que poseía el paquete accionario de ANS, involucra a 179 personas, de las que 144 quedaron cesantes, mientras que 35 continuarán en funciones para implementar tareas de liquidación. De los despedidos, 81 personas se desempeñaban como periodistas en el país, 25 en el extranjero y 38 como personal administrativo.

Mientras el Secretario de Información Pública declaraba que la medida era un acto de *"sinceramiento del gobierno"*, la Confederación General del Trabajo formulaba su *"más enérgica protesta"* señalando que *"decisiones de esta naturaleza, no hacen más que aumentar el flagelo de la desocupación"* que hoy abate al gremio periodístico y a los trabajadores en general. (P.A.)



### PUBLICACIONES ALTERNATIVAS

Dos publicaciones alternativas comenzaron a circular en Brasil, *"Estado de Alerta"* y *"Mulherio"*, que reaparece después de siete meses sin publicarse.

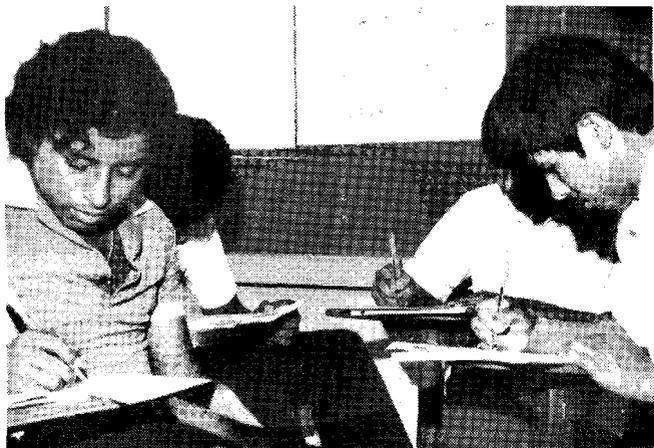
*"Estado de Alerta"* es un periódico mensual dedicado a la defensa del medio ambiente y sale por iniciativa de un grupo de periodistas de San Pablo, cuenta con corresponsales en Francia, Alemania Occidental y Argentina.

*"Mulherio"* renace con la ayuda de instituciones cristianas de Holanda y Alemania Occidental. En esta nueva fase ampliará sus temas, tratando la presencia femenina en todas las actividades y sectores de la población. (IPS. junio 84)



### I.C.E.R.: DIEZ AÑOS DE LABOR POR RADIO

En 1973 se creó el Instituto Costarricense de Enseñanza Radiofónica (I.C.E.R.) con la finalidad de ofrecer a los adultos marginados culturalmente una educación sistemática, y con los siguientes objetivos: dar la oportunidad de completar los tres ciclos de la educación general básica a los adultos que no los terminaron y no pueden frecuentar un centro educativo de adultos; estimular a los culturalmente marginados para que se integren mejor al progreso del país; apoyarlos para que puedan capacitarse intelectual, social y humanamente en su propio ambiente; procurar y facilitar la adaptación de la educación a sus necesidades, facilitar la comunicación y estimular valores y tradiciones de la población costarricense que se encuentra alejada del centro del país. El programa educativo que el ICER desa-



rrolla desde hace diez años se llama "El maestro en casa" y para ello aprovecha los medios de comunicación masiva, especialmente la radio.

ICER optó por el sistema ECCA, sistema de educación a distancia muy experimentado en las islas Canarias y que combina tres medios: radio, material impreso y tutor.

A pesar de que el ICER es una institución privada, su programa educativo "El maestro en casa" está integrado al Plan Nacional de Alfabetización y Educación Básica por suficiencia y se usan los programas aprobados por el Ministerio de Educación Pública, lo que asegura que el estudiante tenga derecho a recibir títulos reconocidos por el Estado.

Desde su inicio el ICER ha interpretado los programas con mucha flexibilidad y desde el punto de vista de los estudiantes de la clase marginada en una coordinación estrecha con la Dirección General de Educación de Adultos.

Ante la necesidad de facilitar la comunicación entre maestros y estudiantes, y llegar a la población que vive en las regiones más alejadas del país y no podían aprovechar de estos servicios, ICER creó un proyecto de Pequeñas Emisoras Culturales. Actualmente existen 7 emisoras instaladas y 4 en proceso de instalación.

Cada una de las emiso-

ras culturales está apoyada por las organizaciones comunales y éstas están representadas en una Asamblea General que nombra una Junta Directiva integrada por cinco personas y se encarga de administrar, controlar y dirigir todo el quehacer de la emisora. Está asimismo reforzada por tres comités de apoyo: programación, control y finanzas. Las personas que colaboran en estas organizaciones lo hacen en forma gratuita y según sus posibilidades de tiempo.

Para despertar la confianza entre el locutor y el oyente y facilitar la comunicación recíproca, el ICER capacita al personal colaborador con talleres teórico-prácticos que se llevan a cabo con la ayuda de ALER y Radio Nederland.

En el proyecto de Pequeñas Emisoras Populares se quiere mantener una postura de profundo respeto a la manera de pensar de las personas por sus ideas político-partidistas y religiosas.

La experiencia de ICER ha demostrado que la radio, a pesar de sus limitaciones, ofrece recursos que bien empleados pueden ayudar a la promoción social, a fomentar la organización de las comunidades, a divulgar programas educativos y a fortalecer los valores cívicos y culturales de las comunidades de un país.

## NUEVO ORDEN INTERNACIONAL

La agencia Interpress Service (IPS) celebró su vigésimo aniversario de fundación, organizando en Lima una Mesa Redonda sobre el Nuevo Orden Internacional de la Información.

La reunión se realizó el 4 de mayo en el local del Colegio de Periodistas del Perú y contó con la asistencia de numerosos periodistas profesionales. El tema fue ampliamente debatido por especialistas como Alberto Ruiz El-dredge (Consultor de ALA-SEI), Monseñor Metzinger, de CONAMCOS, Luis Loli y otros. (J.G.)

## CEE SIN FRONTERAS DE T.V.

En el Libro Verde "Televisión sin fronteras" de la Comisión Europea, órgano de la Comunidad Económica Europea, se dan los primeros pasos para dinamitar legalmente las estrechas barreras nacionales para que en todos los países de la Comunidad se puedan ver los programas de televisión de cada uno de ellos. Ello requiere toda una serie de medidas de armonización en diversos terrenos: publicidad, protección de menores y derechos de autor y réplica.

El debate sobre el Mercado Común de la Televisión está abierto ante la inminencia de la generalización del cable y del satélite y para protegerse frente a grandes potencias televisivas como Estados Unidos.

El Libro Verde será debatido entre las partes interesadas, y antes de fin de año la Comisión presentará nuevas y más específicas propuestas.

En medios comunitarios se reconoce que se tardará varios años en lograr un verdadero acuerdo. Por ahora

se trata de encontrar un mínimo denominador común. (El País, Ed. Internacional, 28-V-84)

## ACUERDO DE COOPERACION ENTRE BRASIL Y SURINAME

Brasil y Suriname firmaron en junio un acuerdo de cooperación técnica en el área de radiodifusión y un protocolo para el suministro de equipos y servicios de telecomunicaciones.

El acuerdo de cooperación establece que Brasil prestará asistencia técnica a Suriname para planificación e instalación de una red de radiodifusión, tanto para transmisiones nacionales como internacionales, y entrenará el personal.

Brasil realiza desde el año anterior un esfuerzo de acercamiento con Suriname, estableciendo cooperación en varios campos, que incluyen entrenamiento y equipos militares.

El gobierno brasileño busca llenar el vacío dejado por Holanda y Estados Unidos, que decidieron cortar relaciones con Suriname, desde que el régimen actual de ese país ejecutó a 15 dirigentes opositores en diciembre de 1982. (IPS, junio 84)

## CABLE OPTICO-LASER EN LAS ISLAS CANARIAS

Un cable submarino de fibra óptica para telecomunicaciones por rayos láser enlazará las Islas de Tenerife y Gran Canaria, en el archipiélago de las Canarias, en 1986.

Se trata del primer gran enlace por sistema óptico-láser que se instalará en España a fin de mejorar la comunicación entre las dos mayores islas canarias, densamente pobladas y dedicadas en gran parte al turismo, que impone fuertes exigencias de telecomunicación.

El sistema consiste en transmitir señales, contenidas en rayos láser, a través de finísimas fibras ópticas, evitando las distorsiones de la corriente eléctrica usada en cables convencionales.

El cable, que utiliza el más sofisticado y preciso sistema de transmisión de comunicaciones y televisión, será montado por la compañía telefónica nacional de España (CTNE), tras un acuerdo con la transnacional norteamericana American Telephone and Telegraph (ATT), que proveerá el equipo. (IPS, junio 84)



## DESAPARECE DIARIO ESTATAL ESPAÑOL

El último gran periódico español, Pueblo dejó de circular en mayo abriendo una polémica en torno a su liquidación por decisión del gobierno socialista, que tiene la filosofía de que no debe haber una prensa pública, sus pérdidas considerables y las inversiones millonarias necesarias para rentabilizarlo.

En su último editorial el director del diario cuestionó la congruencia de que subsistan la radiotelevisión pública (no hay televisión privada) y una agencia de noticias estatal (EFE) cuando la diferencia con los diarios de propiedad pública es meramente pública.

Pueblo perteneció hasta 1977 a los sindicatos oficiales del franquismo, pero sirvió de escuela a toda una generación de periodistas y dio pie a una serie de aperturas en la prensa bajo aquel régimen, alcanzando

un status especial que le permitió lograr últimamente notable independencia.

La liquidación del diario, el más popular en los últimos 20 años del franquismo, cayó por sorpresa al término de la reunión habitual del gabinete del gobierno socialista. (IPS, mayo 84)



## EL BOOM INFORMATICO EN VENEZUELA

Poco después de culminar el Primer Congreso de Informática al Servicio de la Gerencia (27-29 de marzo) se ha formado la "Cámara Venezolana de la Industria de la Computación". Dicha Cámara se ha constituido con treinta miembros, representativos de las empresas y de los particulares en el área de la microcomputación, con el objeto de defender los intereses de este nuevo y próspero sector de la economía.

La popularización de la informática comenzó en Venezuela hacia el año 1978. Ya para 1980 había un mercado creado y estable para la microcomputación. En el año 1981, el número de instalaciones con uso administrativo y de otros tipos, basadas en microcomputadores, ya comenzaba a ser comparable al de instalaciones basadas en equipos grandes (minicomputadores).

Simultáneamente se abrieron tiendas y oficinas especializadas en microcomputación tanto de hardware como de software y ya son varias las revistas de divulgación científica y mercadotécnica que cubren el sector: Informática XXI, Algoritmo, etc.

Si bien la crisis económica ha frenado el proceso de importaciones, se ha mantenido un crecimiento significativo, y ya Venezuela ha comenzado a producir y exportar

programas en castellano para microcomputadoras. De esta forma Venezuela constituye hoy junto con Brasil y México el grupo de países latinoamericanos con mayor infraestructura informática, aunque su mercado potencial interno es más reducido. (J.M.A.)



## CADENAS RADIALES COLOMBIANAS



A diferencia de lo ocurrido en la mayoría de países del mundo, en Colombia la radio no ha sido desplazada por la televisión y esto no ocurrirá en las próximas décadas.

Este hecho no es gratuito, cinco cadenas radiales protagonizan una verdadera guerra para cautivar a sus oyentes.

Hasta 1979, "Caracol", "RCN", "Super" y "Todelar" tenían niveles de competitividad muy similares, tanto en el orden profesional como técnico; pero hace dos años fue constituido el "Grupo Radial Colombiano" (GRC) y aumentó la competencia entre las cinco cadenas.

Caracol virtualmente rompió los esquemas tradicionales de la radio: eliminó en un 95 por ciento la programación pregrabada y la reemplazó por programación viva y, sobre todo, la sacó de las fronteras nacionales.

Caracol y RCN tienen corresponsales propios y permanentes en sitios tan distantes como Pekín, Moscú, Madrid, Washington, México, Buenos Aires, San Salvador o Jerusalén.

Los grandes acontecimientos mundiales, previstos o imprevistos, son transmitidos al país desde los escenarios protagónicos.

La reciente consagración en Francia de un ciclista colombiano como campeón de la "Dauphine Libere", reputada competencia internacional, confirmó la capacidad de la radio para influir en la población colombiana. La Radio Cadena Nacional y la Cadena Radial Colombiana transmitieron en directo desde las carreteras francesas los pormenores de la competencia. Además, millones de colombianos, comunicados por las cinco poderosas cadenas radiales, batieron pañuelos blancos durante dos minutos en la "Jornada Nacional por la Paz" como expresión de respaldo a la tregua militar pactada por el gobierno con los guerrilleros de las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia.

La programación de estas cadenas se ajusta siempre a las muy diversas condiciones políticas, sociales o económicas del país o del mundo. (IPS, mayo 84)



## INVERSIONES EN ELECTRONICA E INFORMATICA

Diecisiete grandes compañías han presentado propuestas de inversiones por unos 260 millones de dólares en España, dentro del plan de desarrollo de electrónica e informática preparado por el gobierno.

Los proyectos propuestos por las compañías, en su mayor parte transnacionales, buscan el amparo y las facilidades del plan electrónico e informático nacional (PEIN) y abarcan los sectores de equipos de video y de sonido, la informática y la microelectrónica, según anunció la

Dirección General de Electrónica e Informática.

De resultar viables todos los proyectos presentados, la inversión global será de unos 260 millones de dólares con creación de unos 3.500 empleos directos, sobre una inversión total prevista por el plan de 1.100 millones de dólares para 1984-87. (IPS. mayo 84)



### VISION ALEMANA SOBRE EL TERCER MUNDO

Un equipo de especialistas en comunicación de la Universidad de Mainz, Alemania Federal, analizó durante dos años la información de los corresponsales de la televisión germano-occidental sobre el Tercer Mundo, y consideró que solo una ínfima parte del material satisface las necesidades requeridas para una exposición equilibrada y fundamentada de la realidad africana.

En su trabajo "*Africa: en blanco y negro y en colores*" los investigadores afirman que los corresponsales de televisión se presentan ante los espectadores como intérpretes omnipotentes que conocen y difunden las causas exactas de todas las cosas, aunque no las fundamenten correctamente.

La imagen suministrada por los corresponsales sobre el africano está determinada por prejuicios, agregan los expertos, ya que es presentado como un salvaje noble que gusta del baile, de la fiesta y de los tambores, mientras los blancos aparecen como seres trabajadores y preocupados por los destinos del país anfitrión.

Según estadísticas recientes, la radio y la televisión de Alemania Federal dedican entre el tres y el cuatro por ciento de sus servicios in-

formativos a asuntos del Tercer Mundo" La televisión local se deja arrastrar en demasía por temas sensacionalistas sobre los países en desarrollo, como los terremotos, las inundaciones y las hambrunas, subestimando aquellos reportajes que le facilitarían al espectador alemán los problemas africanos. Además se ha comprobado que las noticias provenientes de Asia, Africa o America Latina se redactan en forma más breve que las del "Norte" y se destinan por lo general a los minutos finales del noticiero.

Los autores de la investigación consideran que los corresponsales deben liberarse de su visión eurocentrista y deben considerar a los africanos negros como actores sociales y no como simples seres pasivos que respaldan las opiniones vertidas por los corresponsales blancos. (IPS. mayo 84)



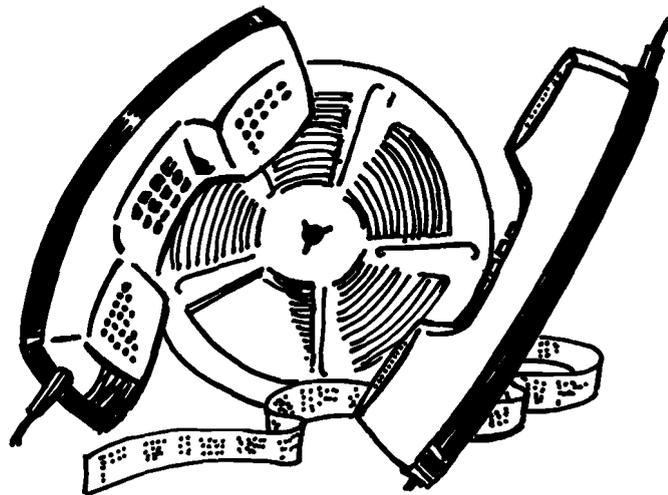
### SERVICIO DE DATOS VIA TELEFONICA

La empresa estatal de comunicaciones de Panamá inauguró un moderno centro de computación para la transmisión de datos a los abonados mediante el servicio telefónico corriente.

Este servicio permitirá a los usuarios obtener información financiera, bancaria, económica, agropecuaria, científica, meteorológica, médica y de otro tipo.

La información provendrá de centros de computación y bancos de datos ubicados en los Estados Unidos y las principales ciudades de Europa y Asia.

El acceso a "*Intelpag*" se realizará mediante la red telefónica local con solo marcar los números telefónicos asignados a dicho programa, para lo cual el usuario solamente deberá tener la correspondiente terminal. (IPS. junio 84)



### MURDOCH FRACASO EN SU PROYECTO DE COMPRAR LA WARNER

El magnate de la prensa australiana Rupert Murdoch fracasó en su plan de controlar el consorcio norteamericano de televisión por cable y entretenimiento Warner Communication Inc. Murdoch había anunciado en su sede neoyorquina que desea algo más que ser propietario de periódicos, revistas y casas editoras.

Este esfuerzo por crear conglomerados de medios de comunicación de diferentes tipos es característico para la actual etapa de evolución de las transaccionales en la esfera de las comunicaciones, al igual que lo es la otra corriente, uno de cuyos típicos representantes es justamente Murdoch: la corriente de la privatización de los medios de comunicación. En 1959, Rupert Murdoch estableció la primera red australiana interestatal de periódicos. Después inició una bien planeada expansión hacia Europa y América del Norte. Luego de sostenida lucha, logró en 1969 el control sobre el importante diario británico *The Sun*.

Una considerable cantidad de periódicos de los Estados Unidos son también propiedad de Rupert Murdoch. La News Corporation Ltd. de Murdoch obtuvo en el ejercicio fiscal que finalizó el 30 de junio de 1983, una ga-

nancia neta de 81 millones de dólares, el total de los ingresos llegó a 1,4 mil millones de dólares. Se calcula que el patrimonio de la News Corporation Ltd. supera los mil millones de dólares. La Warner Communication Inc. readquirió por valor de 172,6 millones de dólares un paquete de acciones en poder de Murdoch. Esta transacción le presentó al magnate australiano una ganancia líquida de 42,6 millones de dólares. La gerencia de Warner está dispuesta a pagar además 8 millones de dólares como indemnización a Murdoch. El negocio fracasó cuando el editor australiano trató de comprar un paquete de acciones que la firma norteamericana Chirs-Craft tenía de Warner, pero entre Warner y Chirs-Craft llegaron a un acuerdo con lo cual Murdoch fracasó en su plan de poner pie en el sector de TV de Estados Unidos. (*El Periodista Demócrata*, 12, 83 / *Media Perspektiven* 3/84)



### DIARIO COLOMBIANO CUMPLE 30 AÑOS

El diario *La República* de Bogotá, cumplió treinta años de labores ininterrumpidas. Este rotativo es el único especializado en información económica en este país de 28

millones de habitantes. Cuenta con secciones semanales especializadas en minería, energía, economía mundial, finanzas, comercio y turismo.

La República fue fundado en 1954 y desde entonces ha evolucionado hasta convertirse en el "primer diario económico del país" señalaron sus dirigentes.

La información económica genuinamente representativa de América Latina y del Tercer Mundo en general es una de las áreas más tomadas en cuenta por los directivos del diario.

En el editorial de la edición de aniversario La República anunció que quiere seguir siendo un diario que defiende los ideales democráticos, la libre empresa, la justicia social, la honestidad personal y colectiva. (IPS. junio 84)



## CRISIS DEL DIARIO FRANCES

# LE MONDE

Cerca de 200 periodistas de Le Monde se reunieron en París en junio en una asamblea general que duró tres días para tratar sobre el futuro de la empresa-cooperativa, cuya crisis financiera reactualiza la sombría problemática de la prensa francesa. La sociedad de redactores, que posee el 40 por ciento de las acciones, examinó diversas hipótesis para equilibrar la contabilidad de la casa que ha perdido unos seis millones de dólares en los dos últimos años. En los 40 años de Le Monde, 1983 fue el más negativo, con un déficit de 3.6 millones de dólares, según información de sus responsables.

Además, el diario debió pagar un millón y medio de dólares de indemnización a las personas que aceptaron la jubilación anticipada, siguiendo una sugerencia del gobierno, como una medida para combatir la desocupación de los jóvenes.

La crisis del gran vespertino parisino indica, entre otras cosas, que el francés lee poco. En particular los diarios no superan los dos millones de ejemplares de distribución, para una población de 54 millones de personas. La asamblea de los periodistas franceses también trató sobre la necesidad expresada por varios de sus miembros, de mejorar el contenido redaccional, juzgado estático, excesivamente estructurado y envejecido.

Muchos de los redactores son partidarios de que el diario salga en la mañana y no en la tarde pues "de esa manera, habrá una competencia más cerrada con los demás periódicos".

Le Monde aparece en los quioscos de París en torno a las 15 horas y en algunas provincias al día siguiente, junto con los demás cotidianos pero con un día de retraso. (IPS. junio 84)



## PRENSA DE NIGERIA ACUSA A GOBIERNO

Jola Ogunlusi, Secretario General de la Unión de Periodistas de Nigeria, acusó al gobierno ante los tribunales de justicia por un decreto contrario a la libertad de expresión promulgado por el régimen militar, según el cual la publicación de informaciones falsas o sin verificar previamente, en cualquier medio de comunicación impreso o electrónico, significará dos años de cárcel para el reportero o sus superiores y el medio podría ser clausurado por un

mínimo de un año o ser confiscado.

Chike Ofofode, Procurador General de Nigeria, manifestó que el derecho a la libertad de expresión contemplado en la constitución es de todos los nigerianos, periodistas o no, y por lo tanto se aplica a todos. Aseguró además que los periodistas no han presentado ninguna prueba de que están en peligro inminente de verse afectados por las disposiciones del decreto.

El régimen del General Mohamed Buhari emitió un decreto estipulando que nadie puede cuestionar la validez de un decreto establecido por el gobierno federal militar por lo que se impide que la corte examine la validez del mencionado decreto cuestionado por los periodistas. (IPS. mayo 84)



## NOTICIAS DE MUJERES PARA MUJERES

FRAUENPRESSE (Prensa Femenina) es la primera agencia de noticias de Alemania Federal que ofrece informaciones elaboradas por mujeres dedicadas a temas exclusivamente femeninos.

El boletín mensual no

ofrece solamente temas femeninos usuales, como moda, cosmética o recetas de cocina (tratados profusamente en otras publicaciones destinadas al público femenino) sino informaciones, reportajes e informes sobre problemas laborales de la mujer.

Los aportes de actualidad de la agencia provienen de un gran número de corresponsales que envían sus aportes desde diversos puntos de Alemania Federal y del continente europeo.

Las tres encargadas de la agencia femenina aseguraron ante medios de prensa que su intención es ampliar en el futuro y en la medida que las condiciones económicas de la institución así lo permitan, la información sobre la situación de la mujer en los países del Tercer Mundo.

Recalaron las representantes de Frauenpress sobre el carácter independiente de la agencia con respecto a posiciones partidarias, así como en la variedad de los temas presentados. (IPS. mayo 84)



## AUTOSUFICIENCIA PAPELERA EN MEXICO

México logró el año pasado la autosuficiencia en la



producción de papel periódico y consolidará en 1984 ese status, pero aún mantiene una fuerte dependencia foránea en celulosa (pulpa o pasta de papel) y algunos papeles especiales.

Fuentes oficiales señalaron que el país azteca produjo en el 83 un total de 2.6 millones de toneladas de papeles en diversos tipos, de los cuales 350 mil toneladas correspondieron a papel destinado a periódicos y textos de estudio, renglones que tienen un control mayoritario del Estado. Las tres plantas de propiedad mayoritaria estatal pertenecen a la empresa productora e importadora de papel, sociedad anónima (PIPSA), creada en 1935.

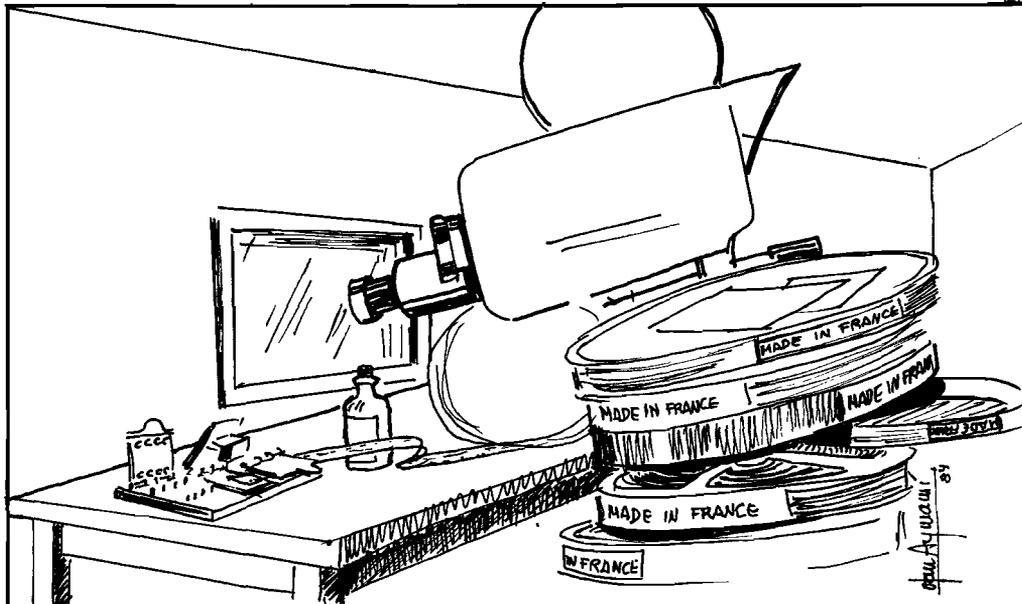
Los requerimientos nacionales alcanzan a unas 300 mil toneladas, 250 mil para diarios y revistas y 50 mil para volúmenes escolares, tanto de distribución gratuita por parte del Estado como de autores particulares. (IPS, junio 84)



### EMISIONES RADIALES CONTRA CUBA

Cuba, al igual que los demás países latinoamericanos y de otras latitudes, está incluida en las campañas radiofónicas de la política exterior de las distintas administraciones norteamericanas, pero desde la asunción del actual presidente Ronald Reagan, esa inclusión tiene un carácter especial para la Casa Blanca.

Esa labor de radiopropaganda cobró un carácter inobjetablemente subversivo en 1960, pocos meses después del triunfo de la Revolución Cubana, a través del programa "Buenas Noches América" que se convirtió en una verdadera arma de guerra contra el proceso revolucionario, según expresiones de



especialistas cubanos.

Luego de 25 años de revolución, la nueva administración del Presidente Reagan se ajustó a las líneas trazadas en mayo de 1980 por el denominado "Comité de Santa Fe" con relación a la política exterior norteamericana. Ese documento sustenta que "la información sobre la realidad política latinoamericana llevada a cabo por los medios de difusión norteamericanos es inadecuada y juega un negativo papel al favorecer propuestas de cambios económicos y sociales en los países menos desarrollados..."

Con respecto a Cuba, el Comité de Santa Fe obtuvo la paternidad del actual proyecto para una emisora anticubana: "... Estados Unidos no puede continuar aceptando el status quo de Cuba... el precio que La Habana debe pagar no puede ser pequeño... los primeros pasos deben ser francamente punitivos..."

Ya no se trata de emisiones clandestinas o encubiertas bajo el mando de la CIA, la nueva emisora será oficial y estará dentro de la organización de la **Voz de América**. (PL, junio 84)



### EXPORTACION MUNDIAL DE PELICULAS

Francia es el segundo exportador mundial de cine, con relación a los ingresos en divisas, no al número de películas. El primer lugar lo ocupan los Estados Unidos.

En 1983, Francia produjo 113 películas y vendió algo más de 30, mientras que Estados Unidos realizó 200 y exportó 113. India distribuye una cantidad superior de filmes en el extranjero, pero el monto de sus ingresos sería inferior al de las compañías francesas.

El organismo estatal que dirige el sector de cine es **Unifrance International** que sustituye a Unifrance Films, y que lo integran representantes del Ministerio de Cultura, del Centro Nacional del Cine, de las cuatro principales empresas del ramo y de las industrias técnicas, los productores, realizadores y autores.

Francia exporta principalmente en Europa, que en 1983 compró el 60 por ciento de su producción. Entre sus planes inmediatos está el de penetrar en el mercado de China Popular, comenzando por organizar una retrospectiva cruzada, con la proyección de unos cien filmes nacionales en cada país. El género de pe-

lículas que más vende Francia es el de diversión, 14 de las cuales aseguraron el año pasado el 40 por ciento de los beneficios. (IPS, mayo 84)



### PUBLICIDAD EN TV DAÑA LAS PELICULAS

En Italia se estableció una sentencia judicial según la cual interrumpir la transmisión de una película en televisión con anuncios de carácter publicitario daña la obra cinematográfica y lesiona la dignidad artística del director.

Es la primera vez que la magistratura italiana da la razón a los autores cinematográficos en una causa contra la fragmentación de sus obras al ser transmitidas por las cadenas privadas de televisión, en las que el uso de la publicidad no está reglamentado.

La demanda fue presentada por Francesco Germi, heredero del desaparecido director Pietro Germi, contra la red privada de TV "Italia Uno".

También mantienen causas contra televisoras privadas directores cinematográficos.

ficos como Federico Fellini, Ettore Scola, Lina Wertmüller, Francesco Rossi y los hermanos Taviani. La sentencia dictada sienta un precedente que pesará en estas demandas.

Según el juez, el abuso de cortes ha determinado radicales fragmentaciones del ritmo narrativo del filme, la disgregación del hilo unitario que asegura su identidad artística y la indudable degradación del contenido ideológico y estético, además limitan la película al rango de un vehículo publicitario y desvirtúan el honor y la reputación del director.

Objeto de la causa ganada por el heredero de Germi fue la transmisión de la película "Serafín" por "Italia Uno" en la que se produjeron ocho cortes publicitarios. (IPS, mayo 84)

## GREMIOS Y PERIODISTAS

### UCHURACCAY EN RETROCESO

El Fiscal especial de Ayacucho, encargado de seguir las investigaciones del sonado caso Uchuraccay (donde perdieron la vida ocho periodistas), renunció a su cargo, denunciando que surgen a cada paso dificultades que le impiden realizar su labor.

El magistrado, Madueño, provocó conmoción con su dimisión pues esto significa que finalmente el cruel asesinato quedará impune. No se ha detenido a ningún implicado y mucho menos a los que el Fiscal renunciante llamó "autores intelectuales" del crimen. Las acusaciones de

falta de colaboración recayeron sobre las autoridades militares que controlan la zona, convulsionada por los ataques de la guerrilla denominada "Sendero Luminoso". (J.G.)

### LEGISLACION COLOMBIANA SOBRE PERIODISMO

En el VIII Congreso del Consejo Nacional de Periodistas el gobierno del Presidente colombiano, Belisario Betancur, anunció la designación de un comité consultivo transitorio para que formule modificaciones a la legislación sobre periodismo y la posibilidad de convocar el consejo nacional de salarios para establecer un salario mínimo profesional. El comité terminó sus labores en medio de aguda controversia. Cuando el presidente Betancur los recibió personalmente advirtió que la remitiría al Congreso sin ninguna modificación. (Prensa Libre/Bogotá, abril 84)

### SOMBRIA SITUACION PARA PERIODISTAS LATINOAMERICANOS

En una encuesta realizada por el Consejo para Asuntos Hemisféricos (COHA), organización estadounidense defensora de los derechos humanos, y la Asociación de diarios de los Estados Unidos y Canadá, se estableció que la mayoría de los periodistas en actividad en América Latina enfrentan una "sombria situación".

Los últimos 16 meses

no constituyeron un período bueno para la prensa en América Latina en general, señaló el presidente de la Asociación, Charles Perlik, en la introducción del documento de 42 páginas que es el segundo de esa índole elaborado por las mencionadas entidades.

El trabajo centró especial atención en Argentina, al que alabó por su exitoso restablecimiento democrático luego de casi ocho años de regímenes militares caracterizados por censura y represión severas contra los medios informativos.

Los gobiernos que han cometido más violaciones en materia de libertad de prensa desde 1983 son los de Chile, El Salvador, Guatemala, Haití, Honduras, Paraguay y Uruguay, según el muestreo de las entidades investigadoras.

El texto de Perlik incluyó también una condena contra el gobierno del presidente Ronald Reagan por las limitaciones impuestas a periodistas durante y después de la invasión a Granada en octubre de 1983. (IPS, junio 84)

### EN PERU EXIGEN LIBERTAD DE PRENSA

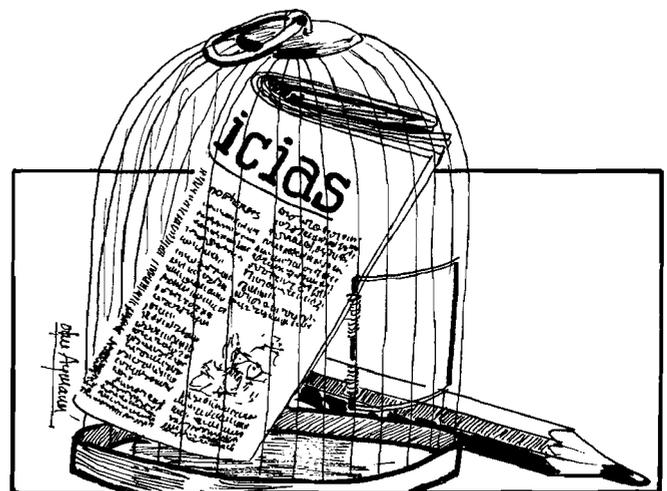
El Colegio de Periodistas de Lima, Perú, presentó

un recurso de amparo constitucional ante el poder judicial para exigir la reposición del programa informativo de TV "Visión" que fue suspendido por denunciar la proliferación de casos de corrupción y actividades delictivas en la policía peruana.

El periodista César Hildebrant, Director del programa suspendido, presentó un amplio reportaje sobre la proliferación de actos delictivos cometidos por policías: participación y encubrimiento de narcotráfico, atracos bancarios y secuestro de personas para recibir rescate, así como algunos casos de abuso de autoridad y torturas contra sospechosos de tener vinculación con la organización guerrillera "Sendero Luminoso". El ministro peruano del interior, Luis Percovich consideró que el reportaje formaba parte de una conjura comunista para desprestigiar a la policía y desafió a Hildebrant a demostrar la veracidad de sus denuncias.

El programa fue suspendido por los propietarios del Canal 4, que ordenaron su reemplazo por un programa cómico, después de haber sido objeto de presuntas presiones por parte del ministro del interior.

Hildebrant declaró que "El domingo que se cortó el programa 'Visión' se celebraba el día Mundial de las Comunicaciones". (IPS, junio 84)



## **MURIO DISTINGUIDO PERIODISTA URUGUAYO**

Carlos Quijano, prestigioso periodista de Uruguay, fundador del diario "**Marcha**" y catedrático de la Universidad Autónoma de México, murió en la capital azteca, víctima de una complicación cardiovascular y fue sepultado en medio de la consternación de exiliados uruguayos e intelectuales mexicanos y latinoamericanos.

Carlos Quijano vivía exiliado en México desde 1975, después de haber emigrado hacia Brasil y Argentina, obligado por el régimen militar que asumió el poder en Uruguay en junio de 1973.

Durante su larga carrera periodística en su país fue fundador y director de periódicos como "**Marcha**", "**Acción**", "**El Nacional**" y "**Epoca**". También fue colaborador de IPS.

Durante su exilio mexicano, Carlos Quijano revivió "**Cuadernos de Marcha**", una revista que continuó los lineamientos básicos de la publicación original clausurada por el régimen militar uruguayo. Escribió tres libros, entre ellos "*Técnica sobre el contralor de cambios*" y en 1983 recibió el premio Juchima, que le adjudicó el gobierno del estado mexicano de Chiapas por su labor periodística e intelectual. (IPS. junio 84)

## **PROYECTO-LEY SOBRE MEDIOS DE COMUNICACION EN NICARAGUA**

Un proyecto ley que regulará el uso de los medios de comunicación fue presentado a discusión del Consejo

de Estado en Nicaragua, con el objeto de garantizar la libertad de expresión e información y el libre acceso de las masas a estos medios.

La propuesta fue realizada por las organizaciones políticas vinculadas al frente patriótico de la revolución. "*La libertad de información es uno de los principios fundamentales de la auténtica democracia, por lo tanto no puede ser sometida, ni directa ni indirectamente al poder económico de ningún grupo*" indica el primer considerando del documento. El proyecto prevé la creación del Consejo Nacional de la comunicación social como organismo descentralizado del Estado, que será el ente encargado de velar por la defensa y el fortalecimiento de la libertad de información, expresión y difusión del pensamiento. Este organismo estaría integrado por cuatro representantes del gobierno, uno de la universidad, dos de los trabajadores de la comunicación y dos de los órganos de información. (IPS. mayo 84)

## **PERIODISTAS CHILENOS PIDEN ABOLICION DE LEY**

Los Consejos Nacional y Metropolitano del Colegio de Periodistas de Chile plantearon su preocupación respecto a la reforma a la ley de abusos de publicidad, acordada por el gobierno, y exigieron su abolición.

Las disposiciones figurarán en modificaciones que introdujo el gobierno a la "*Ley sobre abusos de publicidad*" y establecen penas de cárcel y elevadas multas en dinero a quienes resulten culpables de posibles delitos cometidos. Además, establecen sanciones contra quienes difundan, a través de los medios de prensa,

hechos de la vida privada de una persona, que causaren o pudieren causar daño material o moral a ella, a sus familiares más próximos y a quien, sin ánimo de injuriar, impute maliciosamente a una persona, un hecho falso relativo a su vida pública, que le causare o pudiere causar daño material o moral.

Los periodistas señalan que las nuevas medidas promulgadas coronan una embestida que las autoridades desataron en contra de la libertad de expresión y de prensa en los últimos meses.

La Asamblea de Periodistas reunida para estudiar las modificaciones acordó analizar a fondo los términos y alcances de la nueva ley, reforzar el servicio de asistencia jurídica para defender acciones judiciales y llamar a los distintos organismos, tanto del Estado como culturales y gremiales, a tomar conciencia del impacto negativo de la nueva legislación para que sea abolida a la brevedad posible.

Por su parte, el gobierno militar anunció su propósito de analizar la recién modificada ley de abusos de publicidad con representantes de la prensa. El Ministro secretario general informó que en las conversaciones de carácter técnico participarán representantes del colegio de periodistas, de la asociación de radiodifusores de Chile, la Asociación Nacional de la prensa y las escuelas de periodismo de las universidades de Chile y Católica de Santiago. (IPS. mayo/junio 84)

## **APROBADO ESTATUTO DE PERIODISTAS ASESINAN A PERIODISTA BOLIVIANOS**

El 9 de mayo de 1984 fue aprobado en La Paz, Bolivia, el Estatuto Orgánico del Periodista y su reglamento.

El Estatuto consta de

doce capítulos y 48 artículos, entre los que se pueden destacar los siguientes:

La Constitución Política del Estado garantiza una absoluta libertad de expresión, entendida como el derecho de los miembros de una sociedad a emitir su opinión y ser informados, sin restricción alguna.

A todo periodista en Bolivia le corresponde el más alto grado de libertad de expresión ya que debe ejercer sus funciones en la comunicación y la interpretación de los acontecimientos del país y del mundo. Nadie puede coartarla bajo sanción de constituirse en imputado por violación de derechos constitucionales.

Asimismo, el Estatuto especifica que ningún periodista podrá ser despedido por sus ideas o creencias, sean éstas políticas, religiosas o sindicales.

Como obligaciones del periodista, se especifica la veracidad, honestidad y ecuanimidad en el ejercicio de su profesión, así como la observación y el respeto a las normas éticas en el desempeño de sus funciones.

Para garantizar el respeto a los periodistas profesionales el Reglamento dispone que ningún medio de comunicación, sea diario, periódico, semanario, revista de circulación permanente, radioemisoras, canales de televisión y agencias, podrá contar en sus tareas específicamente periodísticas con personal que no posea título profesional y que no esté inscrito en el Registro Nacional de Periodistas.

Con pesar e indignación fue recibida en México la noticia del asesinato del periodista Manuel Buendía Tellez-Girón, quien mantenía la co-

lumna "Red Privada" en el diario *Excelsior*, la misma que se consideraba la más leída en el país y era reproducida en medio centenar de diarios regionales.

Buendía Tellez-Girón fue considerado por sus colegas como uno de los profesionales más honrados, documentados y temerarios de su oficio. Fue ultimado el 30 de mayo por un individuo no indentificado quien le disparó a quemarropa con una pistola calibre 38. El homicidio tuvo lugar en el estacionamiento de un edificio de la Avda. de los Insurgentes cuando el columnista había terminado su labor y se disponía a tomar su automóvil.

La Federación Latinoamericana de Periodistas (FELAP) expresó "el nombre de Buendía se agregará a una larga lista de casi 200 informadores asesinados en América Latina desde la fundación de la FELAP en 1976". Numerosas organizaciones periodísticas, sindicales e intelectuales así como el gobierno mexicano y funcionarios de todo el país condenaron en forma airada este atentado a la libertad de expresión.

Manuel Buendía cumplía una trayectoria de casi 40 años en el ejercicio del periodismo durante la cual fundó, dirigió o trabajó en numerosos periódicos de provincia y en la capital mexicana. (IPS, mayo 84)



### PREMIO PULITZER

El diario norteamericano "Los Angeles Times" se

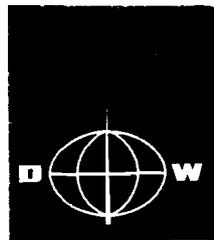
hizo acreedor al Premio Pulitzer de periodismo por su detallado análisis sobre la situación de la población de habla hispana en el Sur de California.

Este premio es el más prestigioso entre los doce premios Pulitzer para periodismo y se lo otorga al trabajo "más meritorio al servicio de la opinión pública".

Stan Grossfeld del *Boston Globe* ganó el Premio Pulitzer de 1984 a la fotografía noticiosa por su trabajo en el Líbano. (Diario HOY, 17 de abril 84)



### NUEVO PREMIO PARA RADIALISTAS



La Voz de Alemania (Deutsche Welle) ha creado un premio de literatura para autores de programas radiales del Tercer Mundo.

El premio que está dotado de cuatro mil dólares será entregado en mayo de 1985.

En el primer concurso solo podrán participar autores de países africanos y los trabajos premiados serán difundidos a través de las ondas cortas de La Voz de Alemania que transmite diariamente en treinta y tres idiomas a todo el mundo.

Mayor información solicitar a:

"La Voz de Alemania"  
Postfach 100444  
D 5000 Colonia  
Rep. Federal de Alemania.



### PREMIO CREI DE INFORMATICA



El Centro Regional para la enseñanza de la Informática otorgará en 1984 el III Premio CREI al mejor texto, método o estudio realizado en lengua española sobre la Informática que verse sobre el tema "Sistema de Información automatizado para la gestión exterior".

Se premiará al trabajo que plantee una mejor solución, imaginativa y realista, expresada a través del diseño de un Sistema de Información Automatizado, en el que se describan las aplicaciones, e incluso los procesos, en la medida que convengan a la mejor comprensión y enriquecimiento del mismo.

El premio tiene carácter internacional y su objeto es fomentar la enseñanza de esta disciplina y sus aplicaciones educacionales y profesionales en los países iberoamericanos.

Los aspirantes deberán presentar su solicitud antes del 31 de julio de cada año en la Sede del CREI o en las embajadas o consulados de España

Mayor información:  
SEDE DEL CREI  
Apartado de Correos 232  
Madri - España.



### PREMIO PARA PROGRAMAS DE TV

Tres programas de televisión dedicados a problemas del Tercer Mundo fueron galardonados con el "Premio Anual de Política de Cooperación" de la República Federal de Alemania.



Esta distinción la otorga anualmente el Ministerio de Cooperación Económica de Bonn a los aportes periodísticos que más se destacan en dar a conocer al público germano-occidental la realidad del Tercer Mundo, correspondiéndole este año el turno a los espacios de televisión.

"Encuentro en M' Kondezi" describe el aporte de escolares germano-occidentales a la construcción de una escuela rural en Mozambique, fue realizado por el periodista Gernot Schley.

"Millones amenazados por el hambre" de Hannelore Gadatsch, es una descripción de la desesperada situación de la población rural de Etiopía a causa de la prolongada sequía que afecta a dicho país africano.

"Los bosques mueren eternamente" narra los problemas ecológicos creados por la tala indiscriminada de bosques en Nepal y fue realizada por Norbert Brieger.

El Ministro de Cooperación Económica, Juergen Warnke, destacó la estrecha relación existente entre la difusión de los problemas del Tercer Mundo y la simpatía de la población germano-occidental hacia la ayuda financiera y técnica a los países en desarrollo.

El embajador de Túnez en Alemania Federal, Mongi Shli, subrayó el hecho que en muchos casos los países subdesarrollados deben recurrir a los medios de comunicación del mundo industrializado para exponer sus problemas y para informarse en forma adecuada. Reveló la necesidad que los medios de comunicación destaquen los problemas económicos del Tercer Mundo cuyos esfuerzos por desarrollarse han resultado en muchos casos infructuosos por razones cuyo origen reside en buena medida en los países industrializados. (IPS, mayo 84)

**PREMIO DE  
PERIODISMO  
"REY DE ESPAÑA"**



**AGENCIA EFE S. A.**

El próximo 12 de octubre se darán a conocer los nombres de los ganadores de los premios "Rey de España de Periodismo" al mejor trabajo sobre el Quinto Centenario del Descubrimiento de América, la mejor labor informativa, el mejor reportaje y la mejor fotografía.

El certamen, de carácter anual, estableció la agencia EFE y el Instituto de Cooperación Iberoamericano y sus destinatarios son los periodistas de los países de origen ibérico. (Gaceta CPB).



**CAMPAÑA DE  
PROTECCION DEL  
MEDIO AMBIENTE**

El programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) lanzó en Asia, desde su sede regional en Bangkok, una campaña de defensa del ambiente en la que se utilizan títeres y representaciones de teatro popular entre la población de Asia y el Pacífico.

R.D. Desphande, Consejero del PNUMA para la región de Asia y el Pacífico, explicó que estas manifestaciones artísticas son muy populares en la región y que se van a utilizar para inyec-

tar conciencia ecológica en la gente.

La mayoría de los países en desarrollo al precipitarse por acceder a avances materiales están acumulando industrias y tecnologías perjudiciales manifestó el funcionario y puso como ejemplo la industria de desguace de naves que contamina las playas con inmundicias y desechos petrolíferos.

Los títeres asiáticos y el drama rural-popular son empleados principalmente para comunicar un mensaje religioso, en Kerala juegan un papel importante como vehículos de propaganda social y política donde han obtenido gran éxito y, a juicio de Desphande, sería conveniente recurrir a estos medios expresivos de creencias religiosas populares en la medida que los valores socio-religiosos del oriente están estrechamente relacionados con la conciencia y los postulados ecológicos. (IPS, junio 84)



**SERVICIO VENEZOLANO A INTELSAT**

INTELSAT posee y maneja los satélites utilizados por la mayoría de los países del mundo para sus comunicaciones internacionales.

Es una cooperativa compuesta por 108 países y presta servicio a 170 naciones. Es el sistema que permite a la televisión la transmisión en vivo.

El director general adjunto de Intelsat, José Luis Alegrett, experto venezolano en comunicaciones, afirmó que Venezuela es reconocido internacionalmente como país serio, responsable y efectivo en el manejo de las comunicaciones espaciales, y que dispone de buena capacidad técnica y operativa, además de sensibilidad política adecuada para la prestación

de servicios y acciones a través de INTELSAT.

Venezuela participa como capitalista y usuario del sistema y aporta el equivalente a 1.3 por ciento de los compromisos de capital (unos 6 millones de dólares anuales).

Además, Alegrett explicó que cada programa de satélite incluye tres: un satélite operativo en el espacio, uno de reserva en el espacio y otro de reserva en la tierra.

La vida de los satélites es aproximadamente de siete años y se estima que su costo está entre 120 y 140 millones de dólares además de 35 millones para apoyo operacional.

El director de INTELSAT hizo énfasis en la continuidad en la prestación de servicios y en su manejo, independientemente de los partidos que estén en el poder. (VENPRES, mayo 84)



**FONDO ESPECIAL  
PARA  
COMUNICACIONES**

En la XV reunión de la Conferencia Interamericana de Telecomunicaciones (CITEL) realizada en mayo en México se planteó la posibilidad de crear un fondo especial para las comunicaciones en Iberoamérica. La propuesta la hizo el representante de la Organización de Estados Americanos, Diego Figueroa, quien manifestó que los estados miembros de la OEA, organismos internacionales, fundaciones y entidades del sector privado podrían participar con contribuciones específicas sin impedimento legal o dificultades políticas.

El Subsecretario mexicano de comunicaciones, Javier Jiménez Espriu, señaló la necesidad de una mayor colaboración y solidaridad internacional en materia de co-

municaciones porque éstas estrechan a los hombres y colaboran a la hermandad de las naciones. Aseguró que esta conferencia, encabezada por México, tiende a definir los pasos del sector telecomunicaciones a escala internacional y a preparar los trabajos que se presentarán sobre la materia en los diversos foros mundiales.

Anunció asimismo que a partir de 1985 se mejorarán las telecomunicaciones mexicanas con el nuevo sistema Morelos de satélites con el que México podrá cumplir sus compromisos internacionales. (NOTIMEX, mayo 84)



**V CENTENARIO DEL  
DESCUBRIMIENTO DE  
AMERICA**

La revista "America 92" será el órgano de la Comisión Española que coordinará la celebración del quinto centenario del descubrimiento de América. La revista reflejará la trascendencia de las actividades que preparan las diversas comisiones de los países de América y de España para que la celebración en 1992 tenga un sentido de permanencia y no sea sólo una fecha.

El presidente de la Comisión Nacional Española y del Instituto de Cooperación Iberoamericana, Luis Yáñez, hizo la presentación de la revista en Madrid. En el mes de junio se reunirán en Santo Domingo nuevamente los presidentes de las 15 comisiones nacionales que ya están funcionando, para proseguir la coordinación de proyectos y actividades que se realizarán en los años que restan hasta el 12 de octubre de 1992. (IPS, mayo 84)



## PRINCIPIOS INTERNACIONALES DE ETICA PROFESIONAL EN EL PERIODISMO

Bajo los auspicios de la UNESCO se organizan, a partir de 1978, reuniones consultivas de organizaciones internacionales y regionales de periodistas activos que, en total, representan 400 000 periodistas activos de todas las partes del mundo.

La segunda de estas reuniones consultivas (Ciudad de México, 1980) expresó su apoyo a la Declaración de la UNESCO sobre los principios Fundamentales Relativos a la Contribución de los Medios de Comunicación de Masas al Fortalecimiento de la Paz y el Entendimiento Internacional, a la Promoción de los Derechos Humanos y a la Lucha contra el Racismo, el Apartheid y la Instigación a la Guerra. Además, la reunión adoptó la hoy llamada "Declaración de México" y, en sus marcos, una serie de principios que representan las bases comunes de la actual ética periodística a sus niveles nacional y regional e importantes estipulaciones de diversos instrumentos internacionales de naturaleza legal.

La cuarta reunión consultiva (Praga y París, 1983) tomó nota del carácter duradero de la validez de la Declaración de la UNESCO, en la cual, entre otras estipulaciones se reconoce "el ejercicio de la libertad de opinión, de expresión y de información, como parte integrante de los derechos humanos y las libertades fundamentales y como factor vital en la consolidación de la paz y del entendimiento internacional". Por otra parte, la reunión recalcó el papel importante jugado por la información y la comunicación en el mundo contemporáneo a los niveles nacional e internacional y la creciente responsabilidad social que asumen los medios de comunicación de masas y los periodistas.

Sobre esta base fueron preparados los siguientes principios de ética profesional en el periodismo como una plataforma internacional común y como fuente de inspiración para los códigos de ética periodística nacionales y regionales. Cada organización profesional podrá promover estos principios de un modo autónomo por los medios y vías más convenientes para sus miembros.

### **PRINCIPIO I - EL DERECHO DEL PUEBLO A UNA INFORMACION VERIDICA**

El pueblo y los individuos tienen el derecho a recibir una imagen objetiva de la realidad mediante una información precisa y global, así como a expresarse libremente a través de diversos medios de cultura y de comunicación.

### **PRINCIPIO II - LA CONSAGRACION DEL PERIODISTA A LA REALIDAD OBJETIVA**

El deber supremo del periodista es servir la causa del derecho a una información verídica y auténtica mediante una dedicación honesta a la realidad objetiva, mediante una exposición responsable de los hechos en su debido contexto, destacando sus vinculaciones esenciales y sin causar distorsiones, desplegando debidamente la capacidad creadora del periodista, de forma de ofrecer al público un material adecuado que le permita hacerse una idea precisa y global del mundo y en el que el origen, la naturaleza y la esencia de los acontecimientos, procesos y situaciones sean presen-

tados con la mayor objetividad posible.

### **PRINCIPIO III - LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DEL PERIODISTA**

En el periodismo la información es entendida como bien social y no como mercancía, lo que implica que el periodista comparte la responsabilidad por la información transmitida y, por consiguiente, responde no sólo ante los que controlan los medios informativos, sino a fin de cuentas al público en general y sus diversos intereses sociales. La responsabilidad social del periodista exige que éste actúe, bajo cualesquiera circunstancia en conformidad con su conciencia personal.

### **PRINCIPIO IV - LA INTEGRIDAD PROFESIONAL DEL PERIODISTA**

El papel social que asume el periodista exige que en el ejercicio de su profesión mantenga un alto grado de integridad, incluyendo el derecho a declinar el trabajo que vaya en contra de su convicción o a no revelar fuentes de información, así como el derecho a participar en la toma de decisiones en el medio informativo en el que el periodista trabaje. La integridad de la profesión no permite que el periodista acepte soborno alguno o la promoción de ningún interés privado contrario al bienestar general. Forma parte de la ética profesional, asimismo, el respetar la propiedad intelectual y, en particular, evitar el plagio.

### **PRINCIPIO V - EL ACCESO Y LA PARTICIPACION DEL PUBLICO**

La naturaleza de su profesión exige que el periodista promueva el acceso del público a la información y su participación en los medios de comunicación, incluyendo el derecho de corrección o rectificación y el derecho de réplica.

### **PRINCIPIO VI - EL RESPETO DE LA VIDA PRIVADA Y LA DIGNIDAD HUMANA**

Parte integrante de las normas profesionales del periodista es el respeto del derecho del individuo a la vida privada y a la dignidad humana, en conformidad con las estipulaciones del derecho internacional y nacional relativas a la protección de los derechos y la reputación de los demás, tales como el libelo, la calumnia, la maledicencia y la difamación.

### **PRINCIPIO VII - EL RESPETO DEL INTERES PUBLICO**

La ética profesional del periodista prescribe el respeto a la comunidad nacional, a sus instituciones democráticas y su moral pública.

### **PRINCIPIO VIII - EL RESPETO A LOS VALORES UNIVERSALES Y LA DIVERSIDAD DE CULTURAS**

El periodista íntegro es partidario de los valores universales del humanismo, sobre todo de la paz, la democracia, los derechos humanos, el progreso social y la liberación nacional, respetando, al mismo tiempo, el carácter distintivo, el valor y la dignidad de cada cultura, así como el derecho de cada pueblo a elegir y a desarrollar libremente sus sistemas políticos, sociales, económicos y culturales. El periodista participa así activamente en la transformación so-

cial hacia una mayor democratización de la sociedad y contribuye, mediante el diálogo, a crear un clima de confianza en las relaciones internacionales, propicio a la paz y la justicia en todas partes, a la distensión, al desarme y al desarrollo nacional. Forma parte de la ética de la profesión el que el periodista tenga en cuenta las estipulaciones que vengan al caso contenidas en los convenios, declaraciones y resoluciones internacionales.

#### **PRINCIPIO IX - LA ELIMINACION DE LA GUERRA Y OTROS GRANDES MALES QUE AFRONTA LA HUMANIDAD**

El compromiso ético con los valores universales del humanismo obliga al periodista a abstenerse de toda justificación o instigación a la guerra de agresión y la carrera armamentista, especialmente nuclear, y demás formas de violencia, odio o discriminación, especialmente el racismo y el apartheid, la opresión por regímenes tiránicos, el colonialismo y el neocolonialismo, así como otros grandes males que afligen a la humanidad, tales como la pobreza, la subalimentación y las enfermedades. Ateniéndose a este principio, el periodista puede contribuir a eliminar la ignorancia y las incomprensiones entre los pueblos, a sensibilizar a los ciudadanos de un país sobre las necesidades y los deseos de otros pueblos, a asegurar el respeto de los derechos y de la dignidad de todas las naciones, todos los pueblos y todos los individuos sin distinción de raza, sexo, lengua, nacionalidad, religión o convicción filosófica.

#### **PRINCIPIO X - LA PROMOCION DE UN NUEVO ORDEN DE LA INFORMACION Y LA COMUNICACION**

El periodista opera en el mundo contemporáneo dentro del marco de un movimiento hacia nuevas relaciones internacionales en general, y un nuevo orden informativo en particular. Este nuevo orden, entendido como parte integrante del Nuevo Orden Económico Internacional, se orienta a la descolonización y la democratización en la esfera de la información y la comunicación, tanto a escala nacional como internacional, sobre la base de la coexistencia pacífica de los pueblos y el respeto pleno de su identidad cultural. El periodista tiene la especial obligación de promover el proceso de democratización de las relaciones internacionales en la esfera de la información, particularmente salvaguardando y respaldando relaciones de paz y amistad entre los estados y los pueblos.

Emitido por la cuarta reunión consultiva de organizaciones internacionales y regionales de periodistas activos, celebrada en Praga y París en 1983 con la participación de representantes de las siguientes organizaciones: Organización Internacional de Periodistas (OIP), Federación Internacional de Periodistas (FIJ), Unión Católica Internacional de Prensa (UCIP), Federación Latinoamericana de Periodistas (FELAP), Federación Latinoamericana de Trabajadores de la Prensa (FELATRAP), Federación de Periodistas Arabes (FAJ), Unión de Periodistas Africanos (UJA), Confederación de Periodistas de la ASEAN (CAJ).



## **ASAMBLEA MUNDIAL DE ARTIFICES DE LA RADIO COMUNITARIA**

#### **DECLARA:**

En el bicentenario del nacimiento del Libertador Simón Bolívar, recordamos su ideal de unidad e independencia política, económica y social, de todos los pueblos latinoamericanos. Sin embargo, aunque esta realidad no se ha realizado todavía, nosotros los artífices de las Radios Comunitarias, del Norte, Centro, Sur América y el Caribe, recordamos su pensamiento y tratamos, a través de nuestras labores, de impulsar este gran sueño de unidad e independencia total.

América Latina no es dueña de su propio destino: su economía está sometida a las decisiones del Fondo Monetario Internacional y sus pueblos están sometidos a las clases dominantes locales. Las presiones de los países del Norte y, en particular, la de Estados Unidos, no nos permiten tomar las decisiones de manera autónoma.

A pesar de esta ingerencia, nuestros pueblos luchan y nuestras radios reflejan e incentivan esa lucha. Lamentablemente, esta actitud de compromiso y apoyo a los reclamos populares ha sido sancionada con duras represiones: amenazas, persecuciones, encarcelamientos, desapariciones y asesinatos de periodistas, animadores y productores radiales, clausura temporal y, desmantelamientos y bombardeos de sus instalaciones. Esta represión no nos amedrenta, porque la Radio Comunitaria se enraza en el contexto político, económico, social y cultural, en el que operan. Entre los obje-

tivos comunes de las diferentes Radios Comunitarias se dan las siguientes:

a) Solidaridad a la lucha de Liberación Nacional en El Salvador. b) Apoyo a la reconstrucción Nacional como en Nicaragua. c) Fomento a la educación concientizadora y a la educación integral de la persona, como en las 42 emisoras que agrupan Aler en 17 países de América Latina. d) Promoción y fortalecimiento del movimiento campesino y obrero, como en Bolivia, que, desde hace unos cuarenta años, en su mayoría regímenes dictatoriales, las Radios Míneras asumen un rol de vanguardia en la resistencia Popular: informando, denunciando y organizando.

Resaltamos la labor de los artífices latinos de las Radios Comunitarias de Estados Unidos y Canadá, que se esfuerzan por valorizar y proyectar su patrimonio cultural latinoamericano y que luchan contra la discriminación y por el reconocimiento de sus derechos.

Para que este trabajo se multiplique y no se vea obstaculizado, como tantas veces ha sucedido en la Historia Latinoamericana, pedimos a esta Asamblea:

1.- Que se difunda a través de las Radios Comunitarias de los países aquí representados la más amplia información posible acerca de la realidad en que vive América Latina y, en especial, América Central.

2.- Que se apoye:

a) Técnica, económica y moralmente todas las Radios Comunitarias de América Latina y, sobre todo, a las Radios:

Venceremos, Farabundo Martí y Huazapa de El Salvador;  
 b) Al proyecto de creación de Radio Guatemala Libre;  
 c) Al reequipamiento técnico de las Radios Mineras de Bolivia desmanteladas durante la última dictadura militar.  
 d) A Radio Universidad Pueblo y Radio Ayuntamiento Popular de México, que por desempeñar un papel alternativo en la lucha de liberación son objeto de persecución ilegal por parte del Gobierno.

3.- Que se censure:

a) La política global de la Administración Reagan con referencia a América Central.  
 b) En especial tres iniciativas concretas que ponen en peligro la libre expresión y autonomía de los pueblos latinoamericanos:

1. La interferencia dirigida contra las Radios Comunitarias

Salvadoreñas.

2. El apoyo a los grupos contrarrevolucionarios que amenazan la existencia de las Radios Comunitarias de Nicaragua;

3. El proyecto de creación de Radio Martí, cuyos objetivos oscuros y dudosos ponen en peligro la libre expresión. Para terminar esta declaración sugerimos:

a) Leer esta declaración en todas las Radios Comunitarias del mundo;

b) Enviar telegramas a los gobernadores de sus respectivos países al efecto de que se pronuncien sobre estas peticiones y ejerzan presión a la Administración Reagan para que cambie su política, a los embajadores norteamericanos y/o a los miembros del congreso norteamericano.

Montreal, Canadá, 12 de agosto de 1983



## ENCUENTRO INTERNACIONAL DE LA COLEGIACION

El Primer Encuentro Internacional de la Colegiación de Periodistas, reunido en Santo Domingo, República Dominicana, del 5 al 7 de abril de 1984, convocado por el Colegio Dominicano de Periodistas (CDP) y con la participación de delegaciones de Colombia, Costa Rica, Ecuador, Nicaragua, Perú y Venezuela, declara:

1.- La colegiación de los periodistas es un hecho irreversible en Latinoamérica, como lo evidencia la existencia de colegios profesionales en Costa Rica, Venezuela, Ecuador, Perú y República Dominicana, países donde estas organizaciones han contribuido a fortalecer el derecho a la libre expresión y a la consolidación de sociedades pluralistas y democráticas, de las cuales son fruto.

Por el contrario, en naciones como Chile, donde los derechos y libertades han sido conculcados, el Colegio vio cancelada su personería jurídica. Ahora que la lucha del pueblo chileno por la recuperación de la democracia abate los controles de la dictadura, ese mismo colegio resurge para jugar un papel de vanguardia junto a las demás organizaciones.

En consecuencia, este Primer Encuentro insta a los periodistas y a las escuelas y facultades de periodismo y comunicación social de los demás países de América Latina, en especial a Colombia, presente en este foro, a redoblar esfuerzos para lograr el pronto establecimiento de sus colegios, como punto culminante de la profesionalización alcanzada ya en la mayoría de los países del hemisferio.

2.- El Primer Encuentro Internacional de la Colegiación de los Periodistas, ha permitido el intercambio de experiencias sobre organización y funcionamiento de colegios; sobre problemas relacionados con la previsión social, las relaciones de los colegios con el Estado, con las empresas, sindicatos y escuelas, Facultades de Comunicación Social; analizar la importancia de la ética profesional y de la vigencia de los códigos de ética; las condiciones de trabajo y los programas de mejoramiento profesional.

La asimilación y puesta en práctica del espíritu de estas discusiones redundará en beneficio de un ejercicio

profesional en función del derecho de los pueblos a tener una información veraz y oportuna.

3.- Este proceso de colegiación y profesionalización ha encontrado una sistemática e irracional oposición en la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP), representante de la llamada gran prensa, que ha sido enfrentada por las propias organizaciones nacionales y la Federación Latinoamericana de Periodistas (FELAP), con el concurso de la UNESCO, la Federación Latinoamericana de Facultades y Escuelas de Comunicación (FELAFACS) y la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC).

4.- En el marco de lo anterior, las delegaciones asistentes al Primer Encuentro de la Colegiación de los Periodistas celebramos la conquista alcanzada por los periodistas dominicanos, expresada en la creación del Colegio Dominicano de Periodistas (CDP) y observamos con preocupación la conducta asumida por la Sociedad Dominicana de Diarios (que sigue los lineamientos de la SIP) al autoincriminarse por desacato a la Ley de la colegiación periodística.

Esta actitud contrasta con la adoptada por los propietarios de periódicos de otros países que, una vez promulgada la Ley de Colegiación, acogieron respetuosamente sus disposiciones. La conducta de la Sociedad Dominicana de Diarios parece desbordar el ámbito empresarial cuando coloca a sus autores en abierto desafío a una ley aprobada por el Congreso de la República Dominicana y promulgada por el Poder Ejecutivo de ese país.

5.- La iniciativa de la convocatoria de este Primer Encuentro Internacional de la Colegiación de los Periodistas por parte del Colegio Dominicano de Periodistas (CDP), merece el reconocimiento de las delegaciones visitantes, y nos hace exhortar a las organizaciones aquí reunidas a darle continuidad, celebrando encuentros similares cada año donde se examinen problemas comunes a la colegiación de los periodistas.

Santo Domingo, R.D.

Abril 7 de 1984.



# Bibliografía

## **Bibliografía básica sobre Radio Educativa**

*Toda bibliografía parte reconociendo que es parcial e incompleta. Esta lo es más aún. Situación: qué textos recomendaríamos para el que desea entrar al tema de la educación radiofónica y obtener una aproximación básica a sus problemáticas específicas. Nuestra imaginaria lista inicial era muy larga. De ella seleccionamos obras post-76 (salvo una) que en sí y por su objeto de análisis eran, a nuestro juicio muy personal, las más importantes. Sin duda hemos cometido injusticias en el camino. Pero se trata de un punto de partida, no de llegada.*

*Hay aquí omisiones deliberadas. Por ejemplo, textos que se vinculan a, pero que no son el área específica de esta bibliografía. Advertencia: no se puede entender el área sólo a partir de sí misma. Asimismo, se omiten textos más particularizados, propios de una segunda etapa. Por ejemplo, cómo hacer radio popular; materiales didácticos, documentos internos de trabajo, etc. Hemos privilegiado, en cambio, textos que sintetizan experiencias, o que remiten a otras obras.*

*En suma, se trata de una bibliografía esencial -textos que deben conocerse- pero en ningún caso completa, incluso dentro de su criterio selectivo.*

*Advertencia final para el neófito: conozca primero experiencias reales. Luego rastree textos que parezcan iluminadores. Dice el sabio precepto: "Bienaventurados los que primero degusten el sagrado fruto de las experiencias, pues sólo ellos saldrán airosos de los laberintos bibliográficos".*

*(Eduardo Contreras Budge)*

Acevedo, Marta et al.  
(1983) **LA PRODUCCION SOCIAL DE SENTIDO Y LA COMUNICACION EDUCATIVA: UNA SERIE DE RADIO PARA NIÑOS.** Cuadernos del TICOM, 19, UAM-Xochimilco, México, 153 p.  
Este es un trabajo bastante original: toca un área poco explorada (producción radiofónica educativa infantil), y vincula quehaceres distintos: se investiga, se planea y produce el programa, se evalúa la recepción de los significados. Las autoras son M. Acevedo, Nuria Gómez, Rosa M. Rodríguez y Marta Romo; se realizó en el Depto. de Planificación de Radio Educación, SEP.  
Sus secciones abordan el cómo se planeó la producción pedagógica, cómo se realizó el taller de radioactuación con niños, y finalmente la investigación propiamente tal sobre la recepción: procesos de reconocimiento del mensaje y esquemas interpretativos de niños de distintos grupos sociales. Abundan datos cuantitativos y cualitativos.



Ahamed, Uvais y George Grimmet (eds)  
(1979) **EDUCATIONAL BROADCASTING-RADIO.** AIBD, Kuala Lumpur, 118p.

Este es uno de los esfuerzos del AIBD (Asia-Pacific Institute for Broadcasting Development) por documentar sus labores de formación en radio educativa.

Bien planteado como manual, recorre todo el proceso en términos muy didácticos. Entre otros temas, toca la fusión de educación y radio, nociones de currículum, educación formal y no formal, rol del productor educativo, formatos, materiales de apoyo; administración, uso, evaluación de programas educativos radiofónicos. Contiene además un Anexo de fuentes de formación (libros, cintas, kits, instituciones). AIBD: P.O. Box 1137, Pantai, Kuala Lumpur, Malasia.



### **ALER INFORMA**

Boletín trimestral de la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica. Aler agrupa a casi una cincuentena de

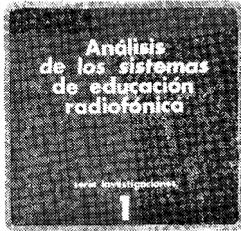
emisoras educativas y culturales en el área. El Boletín es de particular interés para los que desean información fresca sobre experiencias reales. ALER edita además otras series, tiene un centro especializado de Documentación con casi dos mil documentos (muchos de ellos materiales de sus afiliadas) y cassettes radioeducativos. ALER: Casilla 4639-A, Quito, Ecuador.



### **ALER**

(1982 a) **ANALISIS DE LOS SISTEMAS DE EDUCACION RADIOFONICA** Serie Investigaciones 1. ALER, Quito, 395 p.

Este libro recoge el Informe Final de la única investigación comparativa sobre la educación radiofónica regional (Proyecto ASER 1979-81). Se analizaron en detalle 27 afiliadas a ALER en doce países. Hay información sobre su contexto (población meta, organizaciones de base, relaciones), objetivos, recursos humanos y técnicos, planificación e investigación, comunicación de mensajes (progra-



mación radial, producción, transmisión, recepción), procesos educativos, acción directa, participación. Además se relacionan variables y hay una extensa lista de recomendaciones. Incluye una bibliografía con 120 referencias específicas al tema. ASER contó con un sustancial apoyo de CIID/IDRC de Canadá, comprometió a toda ALER en su ejecución, y fue dirigido por Eduardo Contreiras y Rubén de Dios (antes, M. Teresa Sirvent), con altas dosis de orientación y participación de personeros de ALER.



**ALER**  
(1982 b) **ASER—GUIA PARA LA REFLEXION.** Serie Investigaciones 2. ALER, Quito, 186 p.  
Carpeta en forma de fichas, es un acompañante indispensable al libro ASER (ALER, 1982 a) y un excelente ejemplo de facilitación de la utilización de una investigación. Elaborado por Secretaría Ejecutiva, y principalmente M. Cristina Mata, se planteó contribuir a una lectura organizada y reflexiva de los datos de ASER y brindar pistas de interpretación con respecto a los principales problemas y aspectos detectados en ASER. Contiene fichas de contenido (resúmenes), temáticas (problematización y reflexión sobre aspectos claves) y globalizadoras (interrelacionadoras de áreas).



**ALER**  
(1982 c) **GUIA PARA LA ACCION DE ALER.** Documento de trabajo del seminario de ASER. ALER, Quito, 104 p.  
Es la culminación de una intensa reflexión de representantes de las afiliadas a ALER (Porto Alegre, FEPLAM, 19-23/7/82) sobre el proceso, los resultados y las implicaciones operacionales del proyecto de investigación ASER. El documento plasma un buen ejemplo de utili-

zación y apropiación de la investigación por "los investigados", los cuales tuvieron presencia y participación durante toda su ejecución. Se debaten y profundizan los aspectos centrales del informe. Luego hay una serie de sugerencias y recomendaciones específicas por tema, tanto para ALER como ente coordinador como para las instituciones individuales. Por último, hay lineamientos sobre sus prioridades futuras en comunicación, capacitación e investigación.



**Beltrán, Luis Ramiro**  
(1976) "**Social Structure and Rural Development Communication in Latin America: The 'Radiophonic Schools of Colombia'**" en: Godwin Chu et al. (eds). **Communication for Group Transformation in Development.** East-West Communication Institute, Honolulu, Hawaii, p. 217-249.

Beltrán hace un análisis crítico de Acción Cultural Popular de Colombia ACPO (organización, operaciones, impacto, filosofía, estrategia) y la sitúa frente al cambio estructural. Es una apretada y acertada síntesis descriptiva y un buen estimulador del debate sobre el sentido de ACPO -o la educación radiofónica- frente a los dilemas de lo que se puede-debe hacer frente a contextos desfavorables.



**Beltrán, Luis Ramiro et al.**  
(1978) **LAS ESCUELAS RADIOFONICAS DE AMERICA LATINA: UNA RESEÑA BIBLIOGRAFICA.** Documento Borrador CIID, Bogotá, app. 230 p. total.

Este es un documento de difícil acceso, pero esencial para quien desee adentrarse en el tema. Es una exhaustiva bibliografía elaborada por Luis R. Beltrán, Guillermo Isaza V., Elizabeth Fox y Andrés Novoa para el Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo. Su propósito es describir analítica pero no valorativamente la literatura científica sobre escuelas radiofónicas. Y denota un notable trabajo de ubicación, selección, resumen y presentación de las referencias. La primera parte es de clasificaciones globalizadoras; la segunda es una síntesis selectiva de estudios científicos; la tercera es un conjunto de listados bibliográficos: científicos (81); de aparente relevancia pero no hallados

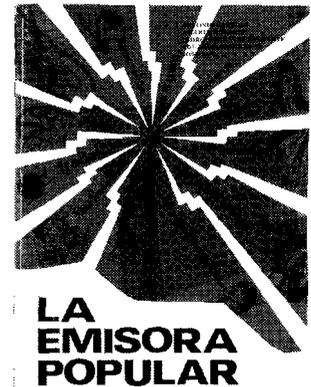
(71); teóricos (21) y no científicos (75). La cuarta parte contiene 99 extensos resúmenes. CIID: Ap. Aéreo 53016, Bogotá D. E.



**Beltrán, Luis Ramiro, et al.**  
(1976) **BIBLIOGRAFIA SOBRE INVESTIGACIONES EN COMUNICACION PARA EL DESARROLLO RURAL EN AMERICA LATINA.** CIID (IDRC-078), Bogotá, 87 p.  
Contiene 490 referencias, de las cuales un número significativo se refiere a la radio (por ej., el índice temático menciona 48 para radio educativa). Hay índices de autores individuales y corporativos, temáticos, geográfico, y una bibliografía de bibliografías. Muy valiosa obra como ejemplo de bibliografía y como referencia bastante completa hasta 1976. Coautoría de Beltrán, Guillermo Isaza V. y Fernando Ramírez V.



**Cabezas, Antonio, y Rosario Amable**  
(1980) **LA EMISORA REGIONAL PARA EL DESARROLLO.** RNTC, Quito, 274 p.



El libro (ver también Cabezas et al. 1982) es parte de un esfuerzo formador de Radio Nederland Training Centre (RNTC). Nace de la experiencia y quiere ser práctico. Define la idea de la emisora regional y cómo hacerla realidad. Se inscribe dentro de un proceso educativo en su sentido amplio, pero trasciende esa sola discusión para operacionalizar todo el concepto del título. Incluye dos anexos de Jerry O'Sullivan y de Robert White.



Cabezas, Antonio, et al.  
(1982) **LA EMISORA POPULAR**.  
RNTC, Quito, 346 p.

Fruto de la experiencia continuada del equipo RNTC y del anterior libro puesto a prueba, este volumen precisa mejor los conceptos previos (Cabezas-Rosario, 1980). Define la emisora popular y su sentido educativo; presenta experiencias de noticiero popular y de la Universidad para todos (radio revista); relaciona la emisora popular con el NOMIC. Contribuyen: A. Cabezas, Amable Rosario, P. González Llorente, Eduardo Contreras, José Ros.



CDC/AED

(1976) **A SOURCEBOOK ON RADIO'S ROLE IN DEVELOPMENT**. Info. Bull. No. 7, Clearinghouse on Development Communication, Academy for Educational Development, Washington, DC, 85 p.

Contiene más de 600 referencias, organizadas en quince categorías (por ej: tipo de documento: informes, país, investigación; temas: políticas, audiencia, costos; estrategias: instrucción, foro rural, etc.). La mayoría de los textos aparece en más de una categoría y contiene anotaciones; algunas tienen un resumen completo. Se proveen direcciones para las fuentes más citadas. El Sourcebook está orientado hacia el usuario internacional. No parece existir una versión más reciente. CDC/AED: 1255 23rd. St. NW, Washington DC, 20037, USA.



Comisión Internacional sobre Problemas de la Comunicación (Comisión MacBride)

(1980) **UN SOLO MUNDO, VOCES MULTIPLES: comunicación e información en nuestro tiempo**. UNESCO; Fondo de Cultura Económica, México.

Dentro del estilo propio de la Comisión, y en una mezcla de diagnóstico y deber ser sobre múltiples aspectos comunicacionales, el Informe contiene varias referencias a la radio y/o a la comunicación frente a la educación. Específicamente, p. 56-63 (potencial educativo) y p. 163-166, por ej., además de datos y consideraciones sobre receptores radiales (114-5), propiedad y financiamiento radial (181-3), distribución regional (221-232).



Crowley, David; Alan Etherington y Ross Kidd

(1981) **MANUAL DE GRUPOS DE APRENDIZAJE RADIOFONICO**. CIESPAL, Colección Intiyán 17, Quito. 275 p.

El libro original en inglés data de 1978, es auspiciado por la Fundación Friedrich Ebert, y se deriva de experiencias en Botswana. Está atractivamente diseñado -con profusas ilustraciones de Petra R. Roewendahl- y con la clara intención didáctica de ser un manual abierto acerca de cómo conducir una Campaña para grupos de aprendizaje radiofónico. Secuencialmente, aclara qué es una campaña, cómo se comienza, el plan preliminar, la organización, los medios y mensajes, el trabajo de campo, el adiestramiento, la evaluación, etc. Es un manual lleno de ideas prácticas, de actividades concretas a realizarse, de esquemas de trabajo. Incluso contiene un ejemplo de flujograma de capacitación y trabajo de campo.



CHASQUI (Varios autores)

(1982) **"Educación y Comunicación"**, tema central de la Revista CHASQUI No. 5, oct-dic. 82. CIESPAL/FES. Quito.

Este número casi monográfico de CHASQUI recoge ponencias y experiencias, una mesa redonda y una controversia derivados del Seminario Regional sobre métodos y procedimientos de comunicación en función del Proyecto Principal de Educación (OREALC/UNESCO, 9/82, Quito). Intervienen más de una docena de especialistas en la temática. Específicamente sobre casos de radio educativa hay artículos de Juan Díaz Bordenave y Miguel Urioste.



**DEVELOPMENT COMMUNICATION REPORT**.

Publicación del CDC/AED (ver referencia anterior al CDC) Washington, D.C., Boletín trimestral, 16 p.

DCR lleva ya 45 números al 3/84. Cada número trae artículos breves pero densos y de alta calidad sobre aspectos (concretos) de la comunicación para el desarrollo, usualmente en su sentido educativo, y en una perspectiva internacional con énfasis en experiencias del Tercer Mundo.

Además, trae noticias y comentarios de

libros pertinentes a su área. El No. 45, por ejemplo, trae artículos sobre difusión del proyecto Matemáticas por Radio de Nicaragua (74-79); la clase escolar y la clase radial; cómo planificar la radio institucional.

La CDC/AED -institución privada sin fin de lucro- tiene apoyo de USAID. No hemos visto que refleje una 'línea' o 'filosofía' de USAID. Es, en todo caso, sumamente útil y actualizadora. (Ver dirección en CDC/AED).



Díaz Bordenave, Juan

(1977) **COMMUNICATION AND RURAL DEVELOPMENT**. UNESCO, París. 109 p.

El autor revisa el trasfondo conceptual del tema antes de presentar diez estudios de caso mediante un esquema muy adecuado: origen y antecedentes, auspicio, clientela y agentes, ámbito, objetivos, diseño, contexto institucional, medios, utilización (difusión), investigación y evaluación. Cuatro de los casos son de la región y siete usan radio. Son especialmente valiosas las descripciones de ACPO, MEB-Brasil, foros rurales-India, campañas-Tanzania. El capítulo final es un excelente análisis crítico de las cuestiones presentes en proyectos de este tipo.



ENLACE

Boletín Informativo de UNDA-AL, Asociación Católica Latinoamericana para la Radio y Televisión. Quito, bimensual, 16 p.

ENLACE tiene ya un año de vida. Su editor es Alfredo Paiva. Aunque interesa directamente a UNDA-AL y a comunicadores católicos y cristianos, su valor como boletín va mucho más allá de esos lectores. Frecuentemente trae noticias, comentarios, experiencias y análisis directamente pertinentes a radio educativa, así como comentarios sobre libros y documentos. Es uno de los boletines imprescindibles para el área.

ENLACE: Sec. Ejec. UNDA-AL, Casilla 11.194, Ag. 17 (CCNU), Quito, Ecuador.



Eschenbach, Joseff

(1978) **RADIODIFUSION PARA LA INNOVACION**. CIESPAL, Intiyán 8, Quito, 208 p.

Aunque el difusionismo rural esté muy desprestigiado, en la práctica está muy vivo y hay lecciones que derivar de él aún. Este es uno de los pocos textos que analiza a fondo el uso de la radio en dicho proceso, proporcionando valiosas enseñanzas prácticas. Contiene varias experiencias de proyectos y da ejemplos de programas radiofónicos, ilustrando así diversos momentos y concepciones de estrategias de difusión de innovaciones.



**FEPLAM**

(1980) **UM MODELO EM RADIO EDUCATIVO: SISTEMA DE AVALIACAO PARA RADIO EDUCATIVO**.

FEPLAM, Porto Alegre, RS, 80 p.

La Fundación Educativa Padre Landell de Moura se propuso planear, implantar e implementar un sistema de control y evaluación para su eficiencia interna (calidad de métodos, técnicas, y contenidos de enseñanza, metodología de producción de sus cursos y series radiofónicas). El libro es el resultado condensado de dicho proyecto SARE.

Está lleno de detalles operativos sobre diseño y ejecución de la evaluación (que incluyó un sistema operativo experimental), dentro de un enfoque sistémico. La utilidad del libro está en proporción directa a la dimensión y complejidad del 'sistema' educativo radiofónico objeto de análisis.



**FUNDESCO**

La sigla corresponde a la Fundación para el Desarrollo de la Función Social de las Comunicaciones, institución 'benéfico-docente' española, creada por la Compañía Telefónica Nacional de España. Ha editado una cantidad de cuadernos pertinentes a la radio educativa, en especial los del "Grupo TAE (Tecnología Audioeducativa)". Uno de ellos, Teleenseñanza 18, se titula **Tecnología Audioeducativa, Análisis y Metodología de la Emisión Radiofónica** (mimeo, 321 p., sf). Con autoría de Antonio Moreno García et al. FUNDESCO: Serrano, 187, Madrid 2 España.



**IPEA/IPLAN**

(1976) **RADIO EDUCATIVO NO BRASIL: UM ESTUDO**. Instituto de Planejamento Econômico e Social -equipe de Centro Nacional de Recursos Humanos do IPEA/IPLAN, Brasília, 167 p.

Aunque el estudio se refiere a un diagnóstico de las actividades en radio educativa en Brasil 1970 - 71, es muy detallado en dicho análisis y como tal no sólo informa, con mucho dato cuantitativo, sino que da pistas muy precisas para análisis similares que deseen llegar a ese grado de detalle.



**IZI y Radio Nacional de España**

(1980) **LA RADIO ESCOLAR EN EUROPA: Experiencias y Tendencias para el conocimiento de América Latina**. Munich y Madrid, 198 p.

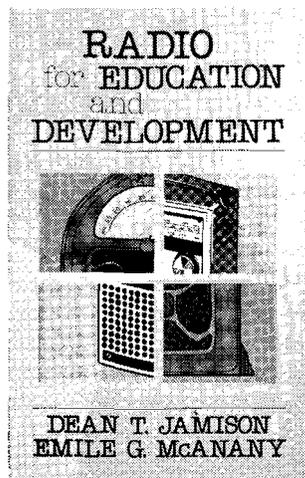
Desde luego, es un contraste con lo que en nuestra región se hace. Pero justamente por eso es interesante conocer este libro, compuesto de varios artículos muy específicos y plenos de información. Una sección es la respuesta de 40 organismos de radiodifusión, desde Austria a Yugoslavia, a un cuestionario radioeducativo. Otras secciones detallan aspectos de la situación actual, percepción y atención en la recepción, estudio de idiomas, educación musical, futuro.

IZI es el Internationales Zentralinstitut für das Jugend-und Bildungsfernsehen, Munich.



Jamison, Dean T. y Emile G. McAnany

(1978) **RADIO FOR EDUCATION AND DEVELOPMENT**. Beverly Hills/London, Sage Publications, 224 p.



El libro es la segunda parte de un estudio encomendado por el Banco Mundial, Depto. de Educación (ver Spain et al., 1977 para la primera parte). Su objetivo era sintetizar, a partir de estudios de caso, lo que se sabe sobre el potencial educativo de la radio.

Jamison y McAnany analizan el rol de la radio en la educación formal y en la comunicación para el desarrollo, sus objetivos y estrategias, los costos; las restricciones internas y externas para implementar estrategias radiofónicas. Es una panorámica muy bien lograda. Especial interés reviste el capítulo sobre restricciones. Además, contiene una bibliografía anotada (ver aparte, Spain '78).



Jamison, Dean T., Steven J. Klees y Stuart J. Wells

(1978) **THE COSTS OF EDUCATIONAL MEDIA -GUIDELINES FOR PLANNING AND EVALUATION**. Beverly Hills/London: Sage Publications, 256 p.

El tema de analizar costos en proyectos de comunicación educativa sigue siendo escabroso. UNESCO tiene una serie **The Economics of New Educational Media** ya con tres títulos (1977, 80 y 82; sólo el primero estuvo a nuestro alcance) y meritorios en sí mismos, sobretudo en la discusión y problematización de este tipo de análisis y sus diversas alternativas operacionales.

Este libro es menos problematizador y más concreto. Recupera la experiencia de los autores en el área y se propone presentar una metodología para la evaluación de costos de proyectos en curso y futuros. La primera parte desarrolla la metodología, la segunda la aplica a las estructuras de costo de proyectos de radio o TV instruccional, la tercera contiene nueve estudios de caso. No es un libro fácil, pero su carácter pragmático lo convierte en una acertada partida para el interesado en esta descuidada área.



Kaplun, Mario

(1978) **PRODUCCION DE PROGRAMAS DE RADIO: EL GUION, LA REALIZACION**. CIESPAL, Quito, Colección Intiyán 5, 460 p.

El título esconde la intención del manual. En boca de su autor "es, ciertamente, una obra técnica. . . recursos instrumentales para escribir y producir



buenos programas de radio". Pero a la vez, agrega, se sitúa en función de un objetivo educativo, en su sentido amplio. Un programa educativo o cultural no tiene por qué ser aburrido, ni debe serlo.

El libro se ha transformado merecidamente en referencia obligatoria para su campo. De sus cuatro partes, la primera se dedica a pedagogía de la radio. Significativamente, sus capítulos iniciales son "Radio, ¿para qué?" y "Educar, ¿para qué?" "La segunda parte introduce a la técnica radiofónica (formatos; música, sonidos; información y entrevista; proyectos de programa). La tercera parte se dedica al guión (principios básicos y tipos). La última parte ya es la realización del programa (frente al micrófono; preparación; ejecución: ensayo y grabación). El manual está profusamente ejemplificado con producciones radiofónicas del propio autor ("El Padre Vicente", "Jurado 13").



**Kaplun, Mario**  
(1976) "La Radio -TV latinoamericana frente al desafío del desarrollo: Un Diagnóstico", en *Radio, TV y Cultura en América Latina*, CIESPAL, Quito, 1976, p. 7-62. También en *Revista ABRA*, 12, mayo 76, UCA, San Salvador, p. 3-33.

Aunque ya admite actualizaciones, el diagnóstico de Kaplun es un buen documento de visión globalizadora. Toca: cobertura, infraestructura de emisoras, propiedad y publicidad, programación, influencias extranjerías, efectos. Termina con una apretada recapitulación e interrogantes específicas. La perspectiva que lo orienta es el de pensar la radio (y la TV) en función educativa-cultural.



**Mata, María Cristina**  
(1982) "Radio Enriquillo: el proceso de una evaluación" *Comunicación y Cultura* 8, julio 82, México, p. 45-67

El valor de este texto está en proporcionar uno de los raros casos de relato pormenorizado de cómo se investigó, con profundo sentido educativo-reflexivo y participativo, la experiencia de una emisora popular educativa 'horizontal'. Como tal, da pistas de cómo adecuar el método al objeto de estudio, sin desnaturalizar al último. La autora trabaja a la fecha en ALER. (Al margen: este número de la revista contiene otros artículos sobre la radio popular y lo político, específicamente).



**MEDIA ASIA: An Asian Mass Communication Quarterly**

AMIC-Asian Mass Communication Research and Information Centre. Singapur, trimestral, 60 p. (inglés).

**Media Asia** es una publicación de AMIC, organismo sin fin de lucro apoyado por el Gobierno de Singapur y la Fundación Friedrich Ebert. Es uno de los centros de documentación regional que coopera con UNESCO y tiene un activo rol regional en formación, investigación, práctica profesional y publicaciones en comunicaciones.

Aunque sus artículos están claramente orientados hacia su región, interesan por el marcado énfasis en comunicación para el desarrollo. Frecuentemente hay artículos sobre experiencias o análisis de radio educativa.

**Media Asia-AMIC: 39 Newton Road, Singapore 1130, Republic of Singapore.**



**Morgan, Robert M., Liliana Muhlman y Paul Masoner**

(1980) **EVALUACION DE SISTEMAS DE COMUNICACION EDUCATIVA**. ACPO, Serie EFI 5, Bogotá, 360 p.

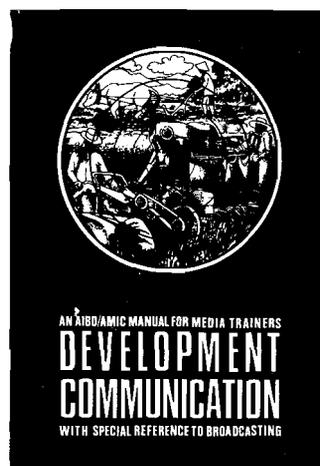
El libro resulta de la extensa e intensa evaluación de ACPO (Acción Cultural Popular) realizada por Florida State University, Tallahassee. Se pregunta por la efectividad de los programas de ACPO en salud, agropecuaria y educación básica, no sólo en términos de nuevos conocimientos y cambio de actitudes, sino también en prácticas, y en qué medida ello es atribuible a ACPO.

El libro es muy útil como ejemplo de una evaluación tradicional sofisticada.

Buena parte de él detalla el procedimiento metodológico y operativo de la evaluación. Hay una buena y densa síntesis de Guillermo Torres y Ernesto Santos sobre Teoría de Evaluación (a partir de conceptos de L. Muhlman). Además de la descripción de ACPO, hay cantidad de información estadística fruto de la evaluación y un listado de 58 investigaciones sobre ACPO, con índice temático. ACPO: Ap. Aéreo 7170, Bogotá, Colombia.



**Rajasundaram, C.V.**  
(1981) **MANUAL OF DEVELOPMENT COMMUNICATION (with special reference to Broadcasting)**. An AIBD/AMIC Manual for Media Trainers. AMIC Singapur y AIBD, Kuala Lumpur, 156 p.



Luego de precisar lo que es comunicación para el desarrollo, en términos didácticos y operativos, el autor se centra en la radio como herramienta educativa, la radio rural, formatos, escuela del aire, campañas, roles del productor radiofónico. Es un manual sencillo, práctico y bien fundamentado. Contiene varios apéndices útiles.

AIBD: ver nota Ahamed y Grimmet.  
AMIC: ver nota de Media Asia



**Spain, Peter L.**  
(1978) "Annotated Bibliography", Apéndice C de *Radio for Education ad Development*, Jamison y McAnany, Sage Publications, p. 165-221. La bibliografía, parcialmente anotada, contiene unos 500 títulos, e índices de lugar y temático. Cubre una buena par-

te del material disponible a la fecha, incluyendo variedad de documentos y artículos de revistas, no todos de fácil acceso.



Spain, Peter L., Dean Jamison, Emile McAnany (comp)

**(1977) RADIO FOR EDUCATION AND DEVELOPMENT: CASE**

**STUDIES.** (volumes I, II). World Bank Staff Working Paper 266. World Bank, Washington DC., 460 p. (I y II).

La síntesis de estos estudios se encuentran en Jamison y McAnany (1978). En estos dos volúmenes se encuentran 14 descripciones y análisis de diversas experiencias, que no es posible detallar aquí. Está dividido en cinco partes: Radio para educación en la escuela (p. ej., Matemáticas por Radio, Radioprimería, Tarahumara); radio para enseñanza a distancia (p. ej., Radio Santa María); radio para educación no-formal (ACPH, campañas de Tanzania, audiencia abierta); radio para comunicación y desarrollo; consideraciones técnicas y económicas. Contribuyen al volumen una veintena de autores. Es una obra de referencia necesaria.

World Bank: 1818 H St., N.W., Washington, DC, 20433, USA.



Theroux, James M.

**(1978) TECNICAS PARA MEJORAR LOS PROGRAMAS RADIOFONICOS EDUCATIVOS.** UNESCO, Serie Estudios y Documentos de Educación, No. 30. París, 49 p.

Pregunta y respuesta inicial del autor: "¿Qué es peor que una clase aburrida? -La misma clase dada por radio". A partir de ese desafío, Theroux se dedica a presentar formatos efectivos de presentación radial educativa, con ejemplos. Luego detalla aspectos del diseño

o concepción del programa, y finalmente presenta métodos para mejorar los programas, poniendo mucho énfasis en el acertado conocimiento de la audiencia. Es un texto simple, pero bien fundamentado y que va al centro de varios asuntos prácticos de la producción educativa radiofónica.



UNESCO

Hay una serie de documentos de UNESCO de difícil acceso. Varios de ellos pueden rastrearse a través de sus publicaciones periódicas: UNESCO List of Documents and Publications; Catálogo de Publicaciones de la UNESCO; List of Documents and Publications in the Field of Mass Communication. El Catálogo menciona, por ejemplo, **Organización de la Radiodifusión Educativa** (en prensa).



Waniewicz, Ignacy

**(1972) LA RADIOCOMUNICACION AL SERVICIO DE LA EDUCACION DE ADULTOS: Compendio de la experiencia mundial.** UNESCO, París, 132 p.

Este es un libro clásico y muy vigente sobre la radio (y TV) y la educación de adultos. El autor revisa áreas de aplicación, potenciales y limitaciones, condiciones de eficiencia, definición de objetivos, planeamiento de programas, enfoques pedagógicos y de producción, personal de producción, sistemas de utilización de las emisiones, retroinformación, investigación, materiales auxiliares, logística, formación, economía.

Dada la amplitud de temas cubiertos, es notable el grado de detalle a que se llega. Por ello, es una excelente introducción y sistematización.



White, Robert E.

**(1978) UN MODELO ALTERNATIVO DE EDUCACION BASICA: RADIO SANTA MARIA.** Experiencias e Innovaciones en Educación 30, Oficina Internacional de Educación, IUE, IERS; UNESCO, París, 132 p.



Este es sin duda el mejor y más completo estudio sobre una escuela radiofónica del tipo 'escolar'. Radio Santa María de Rep. Dominicana implantó creativamente un sistema acelerado de educación escolar de adultos que combina radio, cartillas, maestro y grupos. El sistema llamado ECCA (originado en las Islas Canarias) es descrito aquí en su integridad. Se investigan en detalle los resultados educativos concretos logrados, incluido su costo. Santa María es pionera regional en el sistema ECCA, pero su actividad no se agota en este modelo educativo radiofónico.

Robert White es un prolífico autor en materia de educación radiofónica regional, entre otros temas. Otro de sus libros evalúa las escuelas radiofónicas de Acción Cultural Popular Hondureña ACPH (**La educación básica y el cambio estructural**. Serie EFI 3, ACPO, Bogotá, 200 p.).

Robert White: Centre for the Study of Communication and Culture, 221 Goldhurst Terrace, London NW6 3EP

EL **BI**  
**MESTRE**  
político y económico

Publicación del Centro de Investigaciones Sociales sobre el Estado y la Administración

13



Año 3 - N° 13  
Síntesis de  
Enero-Febrero 1984

Suscripción Anual (seis entregas)

Argentina (desde 1/11/83)	\$a	400
América	U\$S	25
Resto del mundo	U\$S	30

Cheque o giro bancario a la orden del Centro de Investigaciones Sociales sobre el Estado y la Administración (CISEA).

Pueyrredón 510, 6 piso.  
1032 Buenos Aires  
Argentina

# Hemerografía

## MEDIUM.

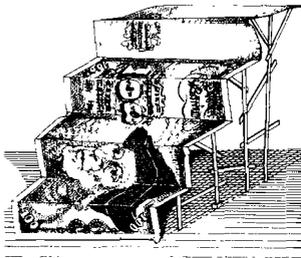
No. 3, Vol. 14, marzo de 1984;

Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik, Friedrichstrasse 2-6, Frankfurt/Main Alemania Federal

# medium

Co-op Radio Vancouver  
Kulturwerkstatt Regie Lehren  
Filmmuseum Köln III  
Datenschutz in USA  
3  
Bürgerfernsehen in USA

Zugänge: von den Mühlen anderer Praxis



La búsqueda de "la otra praxis" proporciona el tema central de este "medium" abarcador de muchas media. "Los nuevos accesos a los medios electrónicos, incluso los más modestos -destaca la presentación-, están pavimentados con dinero". Tras la autorización de las emisiones privadas en la República Federal Alemana no hay ningún modelo comunicacional de la sociedad en su conjunto sino, apenas, intereses económicos y partidistas; "quien pueda pagar, puede emitir". De allí esa búsqueda de programas comunitarios para la comunidad de ciudadanos, "en otro clima de comunicación", el que ofrecen los EE.UU. y el Canadá. Yvonne Von Dem Bussche, "Freies Radio in der Praxis", preguntándose si la comunitaria Co-op Radio de Vancouver puede servir como modelo de radio libre para la República Federal Alemana, encuentra que desde su fundación en 1975 hasta hoy esta emisora canadiense propor-

ciona varias experiencias decepcionantes. Así, mientras predominan los programas musicales y de lenguas extranjeras, se estancan o incluso retroceden todos los demás, tanto los de información política como los culturales o los destinados a las minorías; en un ámbito de audiencia de dos millones de habitantes (entre los cuales, cincuenta mil estudiantes), el número de oyentes de Co-op Radio apenas llega a los cinco mil. Richard Herding y Kathrin Schwinges-Rinaldo, "Bürgerfernsehen in den USA", no son más optimistas. Cinco canales comunitarios de California les llevan a afirmar que el canal abierto es un aporte, no a la supresión pero sí al desarme de la televisión como medio altamente profesionalizado y centralizado; pero la apertura formal del acceso no garantiza que se logre una comunicación efectiva, entrándose más bien en un clima de comunicación anárquico y diletante. Wolfgang Mohrhenn y Joachim Ortmanns, "Bestandsaufnahme: Video in New York", demuestran por su parte que en quince años de desarrollo se han relativizado en Nueva York las expectativas despertadas en torno a una nueva estructura de los medios que sea verdaderamente independiente y alternativa. Junto a estas exploraciones sobre "la otra praxis" destacan Ruth Baumgarten, "Interview mit John Sayles", Peter Christian Hall, "Zum Stand der Medienpolitik", una crítica a la política comunicacional del gobierno de Bonn y al "programa de acción" del SPD y Tito Rudolf Knops, "Kritik des Szientismus in der Filmsemiotik", primera parte de un trabajo que, en lugar de

la defensa o el ataque global a "la" semiótica -que equivaldría a reducir las teorías a etiquetas-, propone el análisis de los problemas que ya pueden encontrarse en las obras fundacionales de Metz y Eco. (Héctor Borrat)



## CAHIERS DU CINEMA

No. 358 Abril, 1984. Paris-Francia.

El último número de Cahiers du Cinéma presta especial atención a dos directores de cine: Alfred Hitchcock y Andrei Tarkovski. Sobre el primero se publica una entrevista con el actor James Stewart el cual habla sobre los métodos de trabajo de "Hitch"; su relación con los actores y los técnicos haciendo especial referencia al film "The Rope" (la soga) en la cual, las tomas correspondían a la duración real de una bobina (unos diez minutos aproximadamente).

Otro de los artículos está dedicado a la nueva edición del libro de François Truffaut "El cine según Hitchcock" (Ed. Esp. Alianza Edit. Madrid 1974) que en su nueva edición pasa a titularse Hitchcock/Truffaut, precisamente para recalcar que se trata de dos directores de cine hablando de cine. Este libro ya interesantísimo en su primera versión, se ve ampliado en su nueva edición con los comentarios del propio Hitchcock acerca de sus tres últimos films (en la primera edición figura la filmografía de Hitchcock hasta 1966), además de una nueva introducción. Cahiers destaca la importancia del libro en cuanto a testimonio de una época

del cine. Hitchcock/Truffaut representa el punto de unión entre dos épocas: la del nuevo cine (Nouvelle Vague, Cine de Autor, Cinéma vérité, etc.) y el cine clásico. Desde el punto de vista de los discursos teóricos sobre el cine, el libro conserva también el carácter de puente ya que dichos discursos cambiaron radicalmente a partir de 1968 y la primera edición francesa apareció en 1966.

En relación a Alfred Hitchcock, se incluye también en este número de Cahiers du Cinéma un estudio sobre el papel de la música en "Lady Vanishes" (Alarma en el Expreso).

Michel Chion, publica un estudio psicológico de los films "Le Rouleau compresseur et le violon" y "L'enfance d'Ivan" de Andrei Tarkovski e inéditos ambos. En ellos, el autor del artículo, a través de la presencia reiterada del plano de una casa y la lluvia (que se repite con variaciones en todos los films de este cineasta soviético), ve un símbolo de como Tarkovski se ha instalado en el cine; de un hombre sin ideas preconcebidas, en constante evolución y no definido por un estilo concreto sino por su trabajo de autor en sí mismo.

En cuanto a películas más recientes, este número de Cahiers du Cinéma, contiene el análisis y entrevistas con respectivos realizadores de "Biquefarre" de Georges Rouquier y de "The Right Stuff" de Philip Kaufman. Dentro del "Journal de Cahiers" es destacable la inclusión de una sección dedicada a la crítica de Video-Clips. En este número se ocupan concretamente del video-clip del grupo inglés

"Bauhaus". Por último en el apartado de críticas destacamos las dedicadas a "Un amour de chez Swann" de Volker Scholondorff y de "Carmen" de Francesco Rossi. (Josep Luis Fecé)



**TRIMEDIA**

No. 18-19, primavera 1983; Ecole-Supérieure de Journalisme.

50, rue Gauthier-da-Châtillon, 59046 Lille Cedex-Francia

Número monográfico dedicado a la televisión por cable en los Estados Unidos. Trece expertos norteamericanos analizan distintos aspectos del desarrollo de la cablevisión en USA. La evolución histórica, las disposiciones legislativas, los programas, las redes de distribución, el impacto de la televisión por cable sobre otros media, las emisiones vía satélite, etc.

Moos M.L. y Rutkowski "Redes de cable interactivos y servicios auxiliares en punta". El sistema de cable interactivo es un nuevo campo de expansión para las empresas de cablevisión norteamericanas. Actualmente el servicio interactivo sólo llega al 0,2 por ciento de la totalidad de los hogares cableados. El sistema ofrece muchas posibilidades ya que únicamente se han utilizado una pequeña parte de las prestaciones posibles. La implantación masiva de los canales interactivos plantea serias preguntas sobre los efectos sociales y económicos que conllevará su utilización en la sociedad norteamericana. Comunidad que ha preferido la desreglamentación en el terreno de la cablevisión.

Pepper R. "Los problemas de la televisión por cable". Los problemas planteados a la industria del cable de los Estados Unidos tienen una reper-

cusión interaccional, especialmente en aquellos países que se encuentran en plena fase de diseño y planificación de sus redes de cable. Cada país antes de decidir su política en el terreno de la cablevisión debe preguntarse sobre aspectos cruciales: ¿el cable debe ser más que un simple medio de teledistribución de señales de la teledifusión clásica? ¿y cómo se financiarán los nuevos servicios? ¿se debe recurrir a las subvenciones estatales?

Estas son algunas de las preguntas de Pepper, quien afirma que las soluciones dependerán de la situación política y la especificidad nacional de cada país. (Rosa Franquet Calvet)



**INTER MEDIA. International Institute of Communications**

Vol. XI, No 4-5 julio-septiembre de 1983; Londres-Gran Bretaña

Revista bimestral dedicada fundamentalmente al estudio de las nuevas tecnologías comunicativas y su relación con la cultura, la educación y la sociedad, tanto en los diferentes ámbitos nacionales como en el panorama internacional, aunque centrado en el mundo anglosajón. Dedicaciones a los flujos transfronteros de información electrónica, particularmente en el terreno de la televisión.

El número que aquí se comenta se abre con una sección dedicada a información internacional sobre utilización de nuevas tecnologías. Sigue un análisis de los profesores Ehrenberg y Barwise, de la London Business School, sobre la relación coste/audiencia de los programas televisivos británicos y su comparación con los medios impresos. También aparecen infor-

mes sobre la regulación de las telecomunicaciones en los Estados Unidos, el fin del nacionalismo en la comunicación audiovisual europea, las nuevas tecnologías aplicadas a la educación, la evolución de la exhibición cinematográfica en Dinamarca y las posibilidades de la televisión por cable en Australia.

Lo más importante de este número de Inter Media es, sin embargo, un exhaustivo informe sobre el video doméstico alrededor del mundo, que incluye diversos análisis sobre la evolución que ha tenido este medio electrónico en la última década, las posibilidades de desarrollo en un futuro más o menos inmediato y sus relaciones con el cine y con la televisión convencional. Relaciones que son especialmente conflictivas, sobre todo en lo que atañe a los derechos de autor, pues entran en litigio los productores/comercializadores del soporte tecnológico -el aparato grabador-reproductor y las cintas vírgenes- con los productores /comercializadores de contenidos y programas, tanto cinematográficos como televisivos. Este informe se cierra con un pormenorizado análisis de la situación del video doméstico en 37 países diferentes, cinco de los cuales son latinoamericanos: Argentina, Colombia, Guyana, Jamaica y México. (Daniel E. Jones)

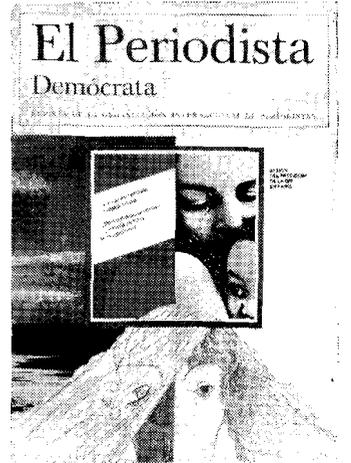


**EL PERIODISTA DEMOCRATA. Revista de la Organización Internacional de Periodistas**

Año XXXI, No. 2, febrero de 1984; Praga-Checoslovaquia

Editada simultáneamente en francés, inglés, ruso y español, esta revista mensual de la OIP es portavoz de las políticas, teorías e ideologías afines

a los países socialistas y no alineados, por lo que constituye una fuente de primera mano en nuestra lengua de aquellas posturas. Contiene habitualmente información de carácter internacional sobre nuevas tecnologías, la formación profesional de periodistas y el desequilibrio informativo mundial.



El número aquí reseñado, se abre con una crónica sobre la Primera Conferencia sobre Medios de Comunicación de los Países No Alineados, celebrada en Nueva Delhi en diciembre de 1983, y se incluyen los informes de distintas comisiones, como las de "desequilibrio informativo" y "tecnologías".

Aparecen también otros artículos sobre la información en Palestina, sobre la instalación de los misiles Pershing en Europa Occidental, sobre la invasión de la isla de Granada por tropas de los Estados Unidos, sobre el engrandecimiento del "imperio" periódico del australiano Rupert Murdoch, sobre los géneros periodísticos y sobre la introducción de nuevas tecnologías en la agencia soviética TASS. El número se cierra con una sección bibliográfica, hemerográfica y de noticias breves. (Daniel E. Jones)



**PUBLITECNIA. Revista del Instituto Nacional de Publicidad**

No. 62, mayo-agosto 1983; Madrid-España

Revista cuatrimestral que analiza el fenómeno publicitario desde una perspectiva transdisciplinar: sociológica, antropológica, psicológica o semiótica. Publica trabajos de investigación realizados tanto por el propio Instituto Nacional de Publicidad como por otros especialistas españoles y está dividida en tres secciones: Investigación, Estudios y Documentación.

Dentro de la primera aparece en este número un análisis del Instituto sobre el "Significado social de los mecanismos perceptivos ante la publicidad", que se ocupa de los efectos de los "spots" publicitarios de televisión tanto sobre el público como de las diferentes reacciones de éste sobre el propio medio.

En la segunda sección -Estudios- destaca el informe sobre "La inversión publicitaria en España, 1982 (I)", que anualmente publica la agencia J. Walter Thompson sobre la evolución publicitaria, considerado como el más exhaustivo y mejor elaborado de cuantos se realizan en España desde hace una década. En esta primera parte se reproducen las conclusiones sobre el conjunto de la inversión publicitaria en todos los medios así como un análisis detallado de la publicidad en diarios y revistas en particular: inversión, marcas, anunciantes, etc.

En el apartado de Documentación destaca un estudio sobre "La determinación de las necesidades informativas, tipología de usuarios y nivel de fuentes en un centro de documentación para la inves-

tigación de la comunicación publicitaria", del profesor Fernando Martín. También aparecen artículos de tipo jurídico, así como recensiones bibliográficas. (Daniel E. Jones)



**LA RICERCA FOLCKLORICA**

No. 7 dedicado a "Cultura popolare e cultura di massa" Grafo Edizioni, Brescia, 1983.

Italia constituye hoy uno de los países donde la investigación sobre culturas populares más puede aportarnos a los latinoamericanos. Y no se trata solo de la "herencia" gramsciana ni de la existencia en ese país de un "sur" subdesarrollado, sino de una especial sensibilidad y atención hacia el "lugar" que lo popular ocupa hoy en la investigación social y en la acción política. Buena demostración de lo que digo es el número último de la "Ricerca folklorica" en el que, bajo la coordinación de Amalia Sigorelli, se recogen casi una veintena de trabajos sobre las relaciones entre cultura popular y cultura de masa. No pocos de los artículos merecerían por sí solos un comentario, como el de la propia A. Sigorelli sobre el sentido de "lo masivo" pensado antropológico pero no culturalistamente y desde la complejidad de lo urbano, o el de Clara Gallini sobre las formas de la memoria popular tal como viven hoy contradictoriamente en la cotidianidad de la juventud napolitana, o el de A. de Vincenzo sobre cultura y con-

trol social. Una ojeada al índice nos habla de la riqueza de perspectivas: textos de polémica teórica, de historia como acerca de las relaciones entre cultura popular y fascismo en Italia; de "actualidad" como el estudio sobre la cultura de los emigrantes; y varios sobre análisis de prácticas: transformación de la fiesta, de la experiencia de la muerte etc.

Para los interesados en esta línea de investigación "La ricerca folklorica" ha dedicado números monográficos a la medicina popular, a la antropología visual y al análisis del carnaval. (Jesús Martín Barbero)



**COMUNICACION**

No. 44: "Los Amos de la Prensa", Caracas 1983

CENTRO DE COMUNICACION SOCIAL JESUS MARIA PELLIN

En contra de lo que pudiera parecer no se trata de un número monográfico más en el que mezclan las denuncias altisonantes o los clichés manidos sobre la propiedad de los medios, sino de los resultados empíricos de una investigación rigurosa realizada por Angela María Hernández y Lulú Aimará Giménez, siendo funcionarios del Ministerio de Información y Turismo del anterior gobierno (Presidencia del Dr. Luis Herrera Campins).

Después de los estudios de P. Schenkel, Margarita Graziano, y Oswaldo Capriles, es, probablemente, la investigación más completa que sobre

propiedad de medios se haya realizado en algún país latinoamericano, al menos en lo que respecta a la prensa, pues queda por conocerse la segunda parte relativa a la radio y la televisión, próxima a aparecer.

Jamás habían sido reveladas tan minuciosamente, siguiendo el registro mercantil, las redes oligopólicas venezolanas de la Cadena Capriles, El Universal, El Nacional, y el Bloque de Armas, este último de expansión continental.

Como crítica cabe plantear que, al centrarse el estudio en la región capital, no queda suficientemente valorado el peso específico de estos grupos en relación con el conjunto nacional de los medios impresos. Desde el punto de vista de la presentación de los resultados, la incorporación de todo el marco teórico conceptual y metodológico, aunque revela todo el proceso investigativo, podía haber sido presentado en forma más resumida para facilitar la lectura de los no expertos.

Este número monográfico de la revista recoge además otros materiales sobre la coyuntura comunicacional venezolana, que en el pasado año ha estado significada por los análisis electorales. Entre ellos resaltan las evaluaciones de las estrategias de la pasada campaña electoral (Iraset Páez, Sebastián de la Nuez, Universidad de los Andes), las recomendaciones al nuevo gobierno sobre comunicación y cultura (Enrique e Iván Abreu Sojo), y un resumen estadístico sobre resultados y costos electorales. (Jesús María Aguirre)



\* Las reseñas de Medium, Cahiers du Cinéma, Trimedia, Inter Media, El Periodista Demócrata y Publitecnia fueron realizadas por profesores de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Autónoma de Barcelona bajo la coordinación de Miguel de Moragas y Spa, miembro del Consejo Internacional de la Revista CHASQUI.

# Sección portuguesa

## CHASQUI ENTREVISTOU A ALER

Há doze anos atrás nasceu a ALER, que é a Associação Latino-Americana de Educação Radiofônica. A ALER é uma entidade coordenadora e de prestação de serviços criada pelas próprias rádio-emissoras afiliadas, que são autônomas e estão em estreito contato com os grupos populares com os que atua. Em 1965, elas eram 12, dobrando o seu número em 1970, hoje em dia, chegam a 42 afiliadas em 17 países.

Sem temer enganar-nos, podemos afirmar que a evolução do uso educativo da rádio na América Latina e no Caribe se deve, quase exclusivamente, a este conjunto que representa a ALER. Não se trata somente, apesar das coincidências básicas, de um modelo único, pois existe uma grande diversidade de pontos de partida, objetivos, estratégias, realidades e necessidades locais em que se insere cada insti-

tuição.

Uma evolução riquíssima em experiências se deu sob o calor da prática comprometida com grupos populares, fundamentalmente entre trabalhadores do campo. A ALER já havia propagado uma variedade de formas de comunicação educativa, participação, resgate, valorização cultural e formação em comunicação popular, quando estas noções ainda não faziam parte do atual robusto acervo teórico sobre as outras "comunicações", opostas à mercantil de massa. O caminho tem sido duro, contra a corrente. Não livre de episódios desgarradores.

Esta entrevista a Xavier Velasco, Presidente da ALER, e a Ricardo Silguero, Vice-Presidente, é um reconhecimento a esta pioneira testemunha, que é a ALER em seu conjunto, foi realizada para CHASQUI por Eduardo Contreras Budge e Ronald Grebe López.

## CONTROVERSIA SOBRE A RÁDIO EDUCATIVA NA AMÉRICA LATINA.

Podemos imaginar uma controvérsia entre emissoras comerciais e emissoras educativas, mas é um tema um tanto explorado, que se resolveria em líricas declarações e em mútuas acusações, sem maior transcendência para a prática das emissoras educativas. Entretanto, situamos o tema da controvérsia orientando a rádio educativa ao aproveitamento do sentido popular. E conceber o aspecto educativo sem violentar as características específicas da rádio, estimulando, por outro lado, estas características a serviço popular.

Desta maneira, a controvérsia não é uma disputa acadêmica medieval, e sim um encontro e desencontro de opiniões e experiências sobre caminhos reais, percorridos, uma e outra vez, por gente que os continua explorando.

Sujeito e tema da controvérsia é José Ignacio López Vigil, produtor e formador de longa trajetória, no campo da produção radiofônica educativa e popular. José Ignacio fala com convicção, urgência e paixão. Ademais, o CHASQUI, deliberadamente formulou perguntas provocadoras com o ânimo de obter respostas indiscretas, às que reagiram Maria Rodino, Helena Pinilla, Esmeralda Villegas, José Cabanach e Pedro González-Llorente, participantes do Curso Especializado de Radiograma, realizado pela Rádio Nederland, na CIESPAL, em Quito. Todos eles são "fazedores" de rádio educativa.

Eduardo Contreras Budge entrevistou a José Ignacio, que não esteve presente nem teve direito a réplica na conversação coletiva preparada e coordenada por Ronald Grebe López. Por questão de espaço, o CHASQUI teve que recortar temas e intervenções.

## AMÉRICA LATINA E A "COMUNICAÇÃO" 2ª. PARTE

Peter Schenkel

Continuando com seu artigo sobre a revolução da "comunicação", o Dr. Peter Schenkel trata dos efeitos desta revolução na América Latina. As novas tecnologias já estão em marcha na região, devido a interesses econômicos e estratégicos, e porque os novos meios significam uma nova demanda por parte dos consumidores. Por um lado, a incursão do VCR, da computadora, das máquinas processadoras de dados e dos sistemas TDBF e digitais da telecomunicação estão promovendo, mais do que um investimento,

a criação de novas fontes de trabalho e facilidades que necessitam a transferência de tecnologia. Por outro lado, o Dr. Schenkel também visualiza problemas. A computarização e robotização nos países industrializados podem prejudicar, comparativamente, os benefícios dos que ainda gozam os países da América Latina por possuir mão-de-obra barata. Isto, no futuro, pode levar a uma séria diminuição dos ingressos destes países, pondo em perigo suas dívidas de serviços, lesionando sua capacidade de importação e causando sérias dificuldades aos esforços de crescimento e desenvolvimento. De acordo com o autor, a revolução da micro-eletrônica, entretanto, representa um grande número de perigos e câmbios para o futuro do continente. (Continuará).

## PROBLEMAS E PROMESSAS DO PARADIGMA EMERGENTE

Eduardo Contreras Budge

Eduardo Contreras Budge termina seu artigo (começado no CHASQUI 9) sobre o número do "Journal of Communication" (33:3), dedicado a "Fermento en el Campo". Da sua revisão, postula que as oportunidades para câmbios significativos no paradigma atual dependem menos das novas promessas do que resolver na prática investigativa alguns problemas pendentes. As promessas abundam, mas devem ser transformadas em guias mais operativos.

As perspectivas e limites para um novo paradigma surgem de câmbios fundamentais que estão acontecendo nas comunicações reais. A nível do paradigma se notam três câmbios básicos: um deslocamento do nível de análise do individual ao social, uma perspectiva utópica e prospectiva para a investigação e uma maior ampliação de opiniões metodológicas.

Os problemas para o paradigma emergente, além dos já anteriormente tratados no artigo, são a ideologização do debate acadêmico e a falta de suficientes orientações operacionais. Fazer investigação alternativa é muito mais difícil que falar de como esta deveria ser ou de como não deveria ser.

## BIBLIOGRAFIA SOBRE RÁDIO EDUCATIVA

Toda bibliografia reconhece que é parcial e incompleta. Esta o é ainda mais. Situação: Que texto recomendamos para obter uma aproximação básica à problemática específica ao tema da educação radiofônica? A nossa imaginária lista inicial era muito longa. Dela selecionamos obras pós-76 (salvo uma) que, segundo nossa opinião muito pessoal e pelo seu objeto de análise, eram as mais importantes. Sem dúvida alguma cometemos injustiças, mas se trata de um ponto de partida e não de chegada.

Existem aqui omissões deliberadas como, por exemplo, textos que se vinculam à área desta bibliografia, mas que não pertencem especificamente a ela.

Advertência: Não se pode entender a área somente a

partir dela mesma. Desta maneira, omitem-se textos mais particularizados, próprios de uma segunda etapa como, por exemplo, o modo de "fazer" rádio popular; materiais didáticos; documentos internos de trabalho; etc. Por outro lado, privilegiamos textos que sintetizam experiências ou que levam a outras obras.

Em resumo, trata-se de uma bibliografia essencial - textos que se devem conhecer - mas em nenhum caso completa, inclusive dentro do seu critério seletivo.

Advertência final para o neófito: conheça primeiro experiências reais, para logo investigar textos que pareçam iluminados. Diz o sábio preceito: "Bem aventurados os que primeiro saboeriam o sagrado fruto das experiências, pois só eles sairão airoso dos laberintos bibliográficos". (Eduardo Contreras Budge)

# English section

## CHASQUI INTERVIEWS ALER

Twelve years ago, the Latin American Association for Radiophonic Education (ALER) was born. ALER is a coordinating and services entity created by its own affiliates, the radiophonic institutions. Each one of these is autonomous and is in close contact with local popular groups. They were 12 by 1965 and 24 by 1970. Today, ALER is constituted by 41 affiliates in 17 countries.

Undoubtedly, radio's educational use in Latin America and the Caribbean cannot be understood without reference to ALER. But theirs is not a single model; there is great diversity among affiliates in starting points, objectives, strategies, local needs and realities.

A rich evolution has taken place, nurtured by committed practical work with popular groups, mainly rural. ALER had already established a variety of forms of educational communication, participation, popular culture rediscovery and appraisal, training for popular communication, even when such notions were not yet part of today's considerable theoretical accretion on "other" communications, as opposed to mass, commercial communication. It has been a difficult road, against the grain. And heart-breaking episodes have not been absent.

This interview to Javier Velasco, ALER's President, and Ricardo Silguero, Vice-President, is an acknowledgment to all of ALER's sustained and pioneering testimony. It was prepared and edited for CHASQUI by Eduardo Contreras-Budge and Ronald Grebe-López.

## CONTROVERSY ABOUT EDUCATIONAL RADIO

We could have imagined a controversy between

commercial and educational radios. But such debate is somewhat worn-out. It would have ended in lyrical declarations and mutual accusations, and would have had little

impact on educational radios' practices. Instead, we located the controversy within today's efforts on educational radio aimed at popular groups. The question is how to work out educational programs without violating radio's specificity and, on the contrary, potentiating radio's features on behalf of popular education.

Thus, this is not a medieval academic dispute. It is an encounter of opinions and experiences regarding real-life roads, expressed by people who have walked them and continue to do so. Topic and subject of this controversy is José Ignacio López-Vigil, a well-known producer and trainer in popular and educational radiophonic production. José Ignacio has firm opinions, and he speaks with conviction,

passion and urgency. Furthermore, CHASQUI deliberately asked provocative questions in order to obtain indiscreet answers.

Reactions to him: Ana María Rodino, Helena Pini-lla, Esmeralda Villegas, José Cabanach and Pedro González-Llorente, all of them recent participants in a Radiodrama specialised course (Radio Nederland Training Centre, CIESPAL). All of them are "doers" in educational radio. José Ignacio was interviewed by Eduardo Contreras-Budge, and was not present in the reactions session, and had no right to reply. Such session was prepared and coordinated by Ronald Grebe-López. Due to space limitations, CHASQUI edited portions of this controversy.

## LATIN AMERICA AND THE CHALLENGE OF "COMPUNICACION"

Peter Schenkel

Continuing his article on the communication revolution, Dr. P. Schenkel deals in his contribution to this issue with the effects of this revolution in Latin America. The new technologies, he stresses, are already on the march in the region because of economic and strategic interests and because new media stir up a new demand on the part of consumers. On one hand the inroads the VCR, the computer, data processing machines, the TBDF and digital te-

lecommunication systems are making, further investment, create new jobs and facilitate the much needed technology transfer. But on the other hand Dr. Schenkel also foresees trouble. Computerization and robotization in the industrialized countries may erode comparative benefits which Latin American countries still enjoy because of cheaper labor. This, in turn, may lead in the future to a serious dwindling of export earnings of these countries, endanger their debt service, lessen their import capacities and entails serious padlocks for their growth and development efforts. According to the author, the microelectronic revolution therefore presents a bag full of dangers and challenges for the future of the continent. (To be continued).

## PROMISES AND PROBLEMS OF THE EMERGING PARADIGM

Eduardo Contreras Budge

Eduardo Contreras-Budge concludes his review article on a "Ferment in the Field" issue of the *Journal of Communication* (33:3) started in CHASQUI 9. From his review, he states that opportunities for significant changes in the present paradigm depend less on new promises than on solving through research practices some pending issues. Promises abound; they have to be transformed into more

operational guides.

Perspectives and limits for a new paradigm arise out of fundamental changes now happening in real-life communications. At a paradigmatic level, three basic changes are noted: a shift from an individual to a social level of analysis, a utopian and prospective view for research, increased options in methodological perspectives.

Problems other than those reviewed earlier in the article for the emerging paradigm are: an ideologization of academic debate and lack of sufficient operational orientations. Doing alternative research is far more difficult than talking about how it should (or should not) be.

## BIBLIOGRAPHY ON EDUCATIONAL RADIO IN LATIN AMERICA

Every bibliography states at the outset that it is partial and incomplete. This one is much more so. Situation: what readings would we recommend to someone who wants to enter the field of radiophonic education and obtain a basic approximation to its specific problems.

Our imaginary initial list was too long. From it, we selected post-76 works (save one) which in themselves and or because of their subject matter were, in our very personal view, the most important ones. Doubtlessly, several injustices have been made. But this is a departure point, and not a finishing line. There are deliberate omissions: for instance, readings that are related to, but are not the speci-

fic area of this bibliography. Warning: the area cannot be understood in and by of itself. Similarly, more particularized texts, appropriate for a second reading stage, are omitted. For instance, how-to popular radio manuals, educational materials, working papers, and the like. On the contrary, we have privileged texts which synthesize experiences or refer the reader to additional materials.

In sum, it is an essential bibliography - things that should be read - but it is by no means exhaustive, even within our own restrictive criteria.

Final warning to the neophyte: get acquainted with real-life experiences first. The wise precept says: "Blessed are those that enjoy the sacred fruit of experiences first, for it is only them which will come gracefully out of the bibliographical labyrinths". (Eduardo Contreras-Budge)

# MATERIALES DE TRABAJO



Con Materiales de Trabajo, el Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL) inicia una nueva línea de publicaciones que se añaden a la Colección INTIYAN, MANUALES DIDACTICOS Y MONOGRAFIAS CIESPAL.

Los MATERIALES DE TRABAJO tienen la finalidad de divulgar textos utilizados en cursos, seminarios o talleres dedicados a los diversos temas que abarca la comunicación en nuestra región. Se trata de promover la circulación de trabajos no necesariamente acabados, pero si utilizados en la labor docente o en encuentros entre especialistas, siempre con la intención de recoger opiniones y de confrontar experiencias.

La actual publicación es realizada dentro del Proyecto de Cooperación Técnica que CIESPAL mantiene con Radio Nederland Training Centre, bajo los auspicios del Ministerio para la Cooperación al Desarrollo del Reino de los Países Bajos.