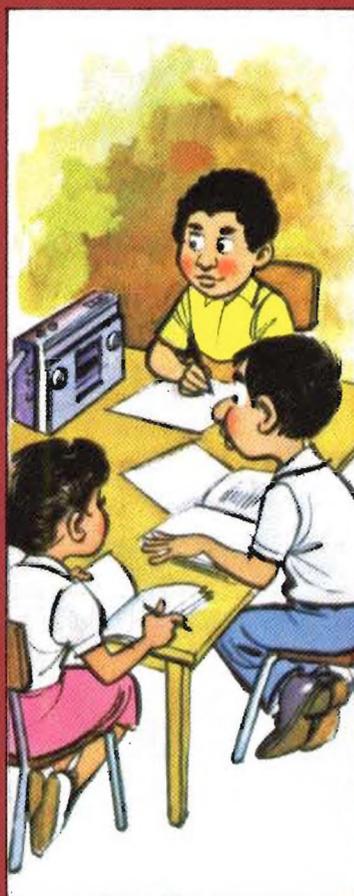




CHASQUI

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

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 descuidado, 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 "cultura". 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, comadronar, 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 preconceitos, 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 columbita 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

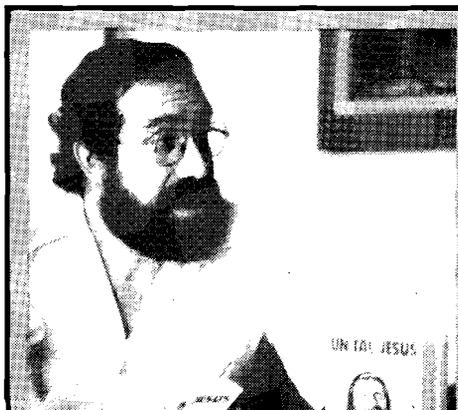
ellos habían ido asimilando lo que es una estructura dramática, lo que es un personaje, cómo se forma un nudo, cómo se hace un desenlace, y eso fue lo que les capacitó para ellos hacer un socio-drama.

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 Enriqueillo 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