

Chasqui

Revista Latinoamericana
de Comunicación

No. 59 - SEPTIEMBRE 1997

Director (E)

Jorge Mantilla Jarrín

Editor

Fernando Checa Montúfar

Consejo Editorial

Jorge Mantilla Jarrín

Fernando Checa Montúfar

Lucía Lemos

Nelson Dávila Villagómez

**Consejo de Administración de
CIESPAL**

Presidente, Víctor Hugo Olalla,
Universidad Central del Ecuador.

Mario Jaramillo,

Ministro de Educación y Cultura

Abelardo Posso,

Min. Relaciones Exteriores.

Héctor Espín, UNP.

Consuelo Feraud, UNESCO.

Carlos María Ocampos, OEA

Tulio Muñoz, AER.

León Roldós, Universidad Estatal de
Guayaquil.

Edgar Jaramillo S., FENAPE.

Asistente de Edición

Martha Rodríguez

Corrección de Estilo

Manuel Mesa

Magdalena Zambrano

Portada y contraportada

Oswaldo Viteri

Impreso

Editorial QUIPUS - CIESPAL

Chasqui es una publicación de CIESPAL.

Apartado 17-01-584. Quito, Ecuador

Telf. 506 149 544-624.

Fax (593-2) 502-487

E-mail: chasqui@ciespal.org.ec

Registro M.I.T., S.P.I.027

Los artículos firmados no expresan necesariamente la opinión de CIESPAL o de la redacción de Chasqui. Se permite su reproducción, siempre y cuando se cite la fuente y se envíen dos ejemplares a Chasqui

NOTA A LOS LECTORES

En el siglo XXI se profundizarán los procesos de globalización, desregulación, privatización, reducción del Estado y liberación del mercado que ya estamos viviendo. Estos cambios estarán marcados por la revolución tecnológica que, desde la información, abarcará los diversos campos y configurará (lo está haciendo) un nuevo contexto tecnocultural en el cual los *media* habrán de remozarse, pues de una era massmediática (donde los medios tradicionales constituyen el eje fundamental), se está pasando a una era más personalizada, más individualizada, en términos de la información, (donde los medios tradicionales tienen una hegemonía relativa en favor del nuevo gran medio digitalizado). Será (es) un nuevo contexto que plantea enormes desafíos, especialmente para un medio como la radio que, aparentemente, no ha tenido notables modificaciones tecnológicas. Este proceso de globalización es inevitable, la radio y los comunicadores democráticos que se abstraen o quieren abstraerse de él cometen una gran equivocación y logran, con ello, refundirse en el furgón de cola del tren de la historia. Por esto, con **La radio en el siglo 21** mantenemos y actualizamos un espacio de reflexión, discusión e intercambio que procura proporcionar elementos de juicio para luchar porque ese proceso sea más democrático, más plural, más humano; pero, también, más local sin perder de vista lo global. Serán y son desafíos de todo orden que, debidamente enfrentados, evitarán a los pobres -según nos lo recuerda Hernán Gutiérrez- "ser como las solteras que van a misa a mirar cómo se casan las otras". A los textos de reconocidos expertos en las diversas materias que tratan, se suman las ideas de cómo la radio democrática debe asumir el próximo siglo y sus cambios dramáticos, expresadas por representantes de los organismos internacionales vinculados a ella: Púlsar, ALER, AMARC y Unda-AL.

Para José Rojas, actualmente la audiovisualidad se secciona en dos grandes bloques, el de la presencia viva: teatro, recitales y demás artes escénicas; y el de la presencia electrónica ("o mejor ausencia", enfatiza): fundamentalmente TV, cine, video. No obstante que vivimos en un mundo audiovisual rico y multifacético, recreado y expresado de distintas maneras, el ser humano contemporáneo está configurando su audiovisualidad a base de la "presencia electrónica" en detrimento de la "presencia viva". Este hecho es prioritario enfrentarlo al menos a 3 niveles, según lo propone Susana Velleggia: políticas públicas de radiodifusión, educación sobre el medio y educación a través del medio. En el primer caso es necesario articular esas políticas con las educativas y las culturales, y descentralizar los sistemas de comunicación para fortalecer los espacios locales. En el segundo, es imprescindible ingresar la TV a la escuela para que sea resignificada desde allí y formar perceptores críticos, capaces de "discernir -define Gregorio Iriarte- el valor y contravalor de una situación para orientar la conducta"; al respecto hay muchas experiencias en América Latina, la mayoría carente de apoyo estatal (resultado de la ausencia de políticas de comunicación). En el tercer caso, pese a los esfuerzos que hace la TV latinoamericana (un ejemplo es la TVN de Chile, véase el artículo correspondiente) estos son ínfimos en relación a los de los grandes conglomerados multimedia que se están apropiando de este "nicho del mercado" pues ven en la televisión educativa un campo muy lucrativo. Con **Audiovisualidad, educación y cultura** continuamos el enfoque renovado y actualizado que, sobre el vasto tema de educación y comunicación, iniciamos en la *Chasqui* 58.


Fernando Checa Montúfar
Editor

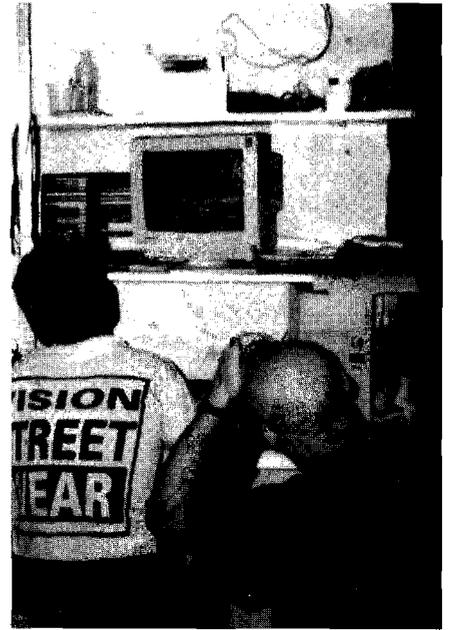


LA RADIO EN EL SIGLO XXI

El creciente proceso de globalización plantea enormes desafíos a la radio democrática, si se los asume adecuadamente podremos contribuir a que ese proceso sea más democrático, más plural, más humano.

- 4 El futuro imperfecto de la radio
Rafael Roncagliolo
- 8 La radio: reto democrático del siglo XXI
Ricardo Rocha
- 12 La radio y las nuevas tecnologías: avances y riesgos
Fermín Bocos
- 16 Digitalización de la radio
Dieter Beheng
- 20 La DAB y la radio comunitaria
Ada Hulshoff
- 24 ¿La radio digital será la norma mundial?
Steve Buckley, Lawrence Hallett

- 26 Pluralismo, radio e Internet
Bruce Girard
- 29 La radio popular: entre lo local y lo global
Hernán Gutiérrez
- 33 Siglo XXI: los desafíos de la radio comunitaria
Raúl Rodríguez
- 36 Comunión para la democracia
Carlos Eduardo Cortés
- 39 Estética y educación para la audiovisualidad
José Rojas Bez



AUDIOVISUALIDAD, EDUCACION Y CULTURA

Pese a que vivimos en un mundo audiovisual rico y multifacético, el ser humano contemporáneo está conformando su audiovisualidad solo a base de la "presencia electrónica", especialmente de la TV. Es mucho lo que se tiene que hacer en términos de educación para enfrentar este hecho.

- 43 ¿Qué pretende la educación de la TV?
Susana Velleggia
- 47 La televisión dentro del salón de clases
Sergio Inestrosa
- 52 TV y educación: ¿enfrentamiento o integración...?
Gregorio Iriarte o.m.i.
- 55 Deletreando el cine
Carmen Coronado
- 57 La cultura en Televisión Nacional de Chile
Valerio Fuenzalida F.



APUNTES



- 62 Los medios en el medio
José Ignacio López Vigil
- 66 Derecho a la información:
agenda para el debate
José Marques de Melo
- 70 América Latina: investigación
de la comunicación y libre
comercio
Javier Esteinou Madrid
- 74 El comic es algo serio
Ricardo Horvath

ENTREVISTA

- 75 Miquel de Moragas i Spá:
"Debemos transformar el
conocimiento en bienestar
social"
Ricardo Haya

NUEVAS TECNOLOGIAS

- 79 Conocimiento global para el
desarrollo
Sally Burch

- 82 Una guerra digital a la
española
Tito Drago

IDIOMA Y ESTILO

- 85 La gramática después de
Zacatecas
Rodrigo Villacís Molina
- 88 ACTIVIDADES DE CIESPAL
- 89 NOTICIAS
- 91 RESEÑAS



PORTADA Y CONTRAPORTADA

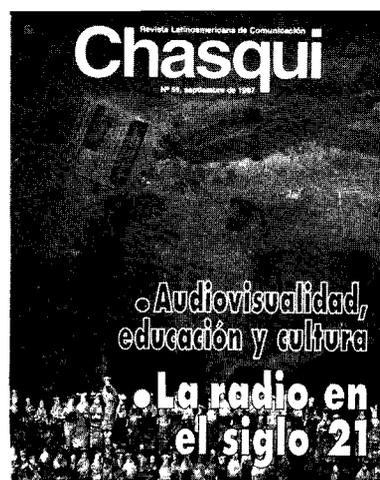
OSWALDO VITERI

"No es nada no temas, es solamente
América". Ensamblaje 160 x 130.

"Y surgirán de la sombra y de la tierra"
Ensamblaje 160 x 130.

Centro de Arte Viteri 561 548

El autor de la pintura que publicamos en la
portada de *Chasqui* 58 es Eduardo
Kingman, y no Nicolás Kingman. Pedimos
disculpas por este involuntario error.



Siglo XXI: Los desafíos de la radio comunitaria

Son muchas las radios comunitarias de alcance local o regional que nacen cada nuevo día, en distintas organizaciones e instituciones, con el objetivo central de la comunicación entre la gente. ¿Será el siglo XXI el siglo de las radios comunitarias? Por el número creciente de ellas, parecería que sí; sin embargo, para esto hay al menos 4 desafíos que deben enfrentar: la modernización en la tecnología, en la gestión, en su programación y en las leyes.



Christian Tauchner, s.d.v., Ecuador

Con demasiada insistencia se ha escuchado decir que la radio comunitaria está desligada de los avances tecnológicos, que lo fundamental es establecer un canal de comunicación y que, muchas veces, a eso se reduciría la tarea. Hoy sabemos que esta afirmación no es cierta.

La potencialidad de Internet

Cualquier institución, organización o persona que se precie de algo, tiene como una de sus herramientas fundamentales a la computadora. Uno de sus alcances es el acceso a Internet que

ofrece, hasta donde conocemos, una cantidad inimaginable de beneficios para el mundo de la radio.

Por Internet ya son posibles las comunicaciones habladas en tiempo real y todo sobre la base de una simple conexión telefónica que se paga en tarifa local. Las grandes empresas de telefonía sienten temblar el piso bajo sus pies. Ya dejó de ser extraño o pionero el que un periódico de cualquier ciudad coloque sus ediciones en ella, posibilitando así que pueda ser leído en el otro extremo del mundo. En la misma lógica se comunican especialistas en ecología, académicos de la sociología, los periodistas envían sus reportes con mayor rapidez y eficacia que los antiguos teletipos y hasta la más simple de sus herramientas, el correo electrónico, se ha convertido en

el más fluido sistema de comunicación que emplean sus usuarios. En Internet circulan también ofertas comerciales, de productos, de acciones, la superred no tiene límites y es el mundo de las finanzas, de la industria y del comercio el que utiliza las más desarrolladas herramientas de ella.

¿Puede la radio comunitaria estar aparte, al margen o fuera de esta gran ola de adelanto tecnológico? La respuesta es una: ¡No! En Perú, la Red Científica Peruana viene ofertando a un número reducido de emisoras, la posibilidad de colocar toda su programación en Internet, en sonido de calidad digital y bajo el sistema llamado *Real Audio*. Este simple hecho hará posible, por ejemplo, que cualquier persona interesada en seguir la programación de una de ellas,

RAUL RODRIGUEZ, peruano. Director de *Radio Tentación* de Perú, emisora afiliada a AMARC, jefe de redacción de Púlsar.

después de la sencilla conexión vía teléfono, escuche con nitidez total, los programas que le interesen. No es el fin de las emisoras de onda corta, pero el piso les comienza a temblar.

Las posibilidades de uso de Internet no son infinitas, pero son tantas, que bien vale la pena empezar por preguntarse qué no es posible en ella. Quizá así encontremos con mayor rapidez la respuesta a la pregunta qué posibilidades nos ofrece.

La inevitable digitalización

Conocí la producción de una serie de microprogramas sobre el cultivo de las gramíneas en la cultura quechua. Cuarenta micro programas, de cinco minutos de duración cada uno, fueron producidos en las mínimas condiciones técnicas: las voces de los conductores, los testimonios de los campesinos dedicados por generaciones a su cultivo, las directivas técnicas de los ingenieros agrónomos por mejorar la producción, la musicalización preparada con esmero. El resultado fue exitoso, había una buena combinación entre el contenido y la calidad técnica. La realización se hizo contando con un equipo conformado por una pequeña mezcladora de sonido, algunos discos y el gran entusiasmo de los productores.

Después de la revisión del producto final, por parte de quienes encargaron el trabajo, se hicieron conocer varios comentarios que incluían el cambio de tal o cual testimonio por uno mejor, que tal bache o ruido distrae, que tal musicalización tiene el impertinente "scrash", que suena feo. La pregunta de ellos fue: ¿Se podrán hacer esos cambios? Sabemos que es difícil, que cuesta mucho trabajo, pero sería bueno si se pudieran hacer. Dijeron que necesitan con urgencia el trabajo, pero que podrían tomar una semana para rehacerlo. Por aquellos días regresaba a la institución un compañero que asistió a un taller de producción y edición de audio en computadora. Las habilidades recientemente adquiridas se pusieron a la práctica y con un trabajo de dos días, los problemas habían quedado solucionados, la calidad era total, muy superior al buen trabajo anterior.

Si quienes contrataron a ese equipo de producción esperaban un resultado bueno, se equivocaron. El resultado fue excelente, de tan buena calidad de sonido, que de inmediato contrataron la pro-

ducción de esa misma serie traducida a los idiomas nativos de la región.

¿Cuántos casos iguales parecidos o cercanos se podrían contar? Son muchos. ¿Será, entonces, necesario abundar en argumentos y justificaciones para demostrar que el sonido digital es uno de los mayores desafíos de la radio comunitaria? Y el tema del dinero no es un aspecto que justifique este atraso. Una computadora con todas las características que posibilite un trabajo de calidad digital no pasa de los 2,000 dólares de E.U.

No quiero terminar estas primeras reflexiones sin dejar de mencionar el gran servicio que significa Púlsar para las emisoras comunitarias, para muchos usuarios individuales y para otras tantas emisoras que no se definen como comunitarias. Todas, tienen la posibilidad de acceder al, hasta ahora, único servicio informativo vía Internet. Sus boletines se reciben por correo electrónico, basta con inscribirse en la lista y el servicio les será entregado a partir del siguiente día, sin costo.

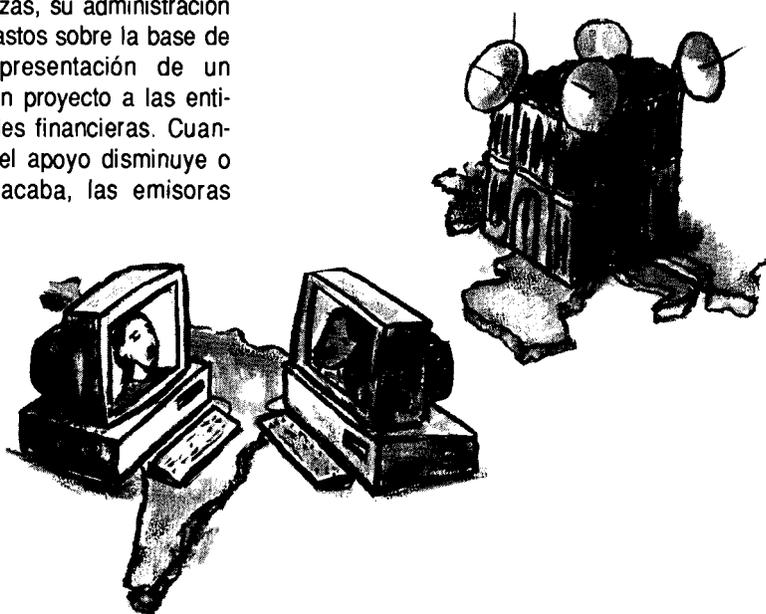
Sobre la gestión

Ahora bien, todos sabemos que con solo asumir los adelantos técnicos no terminamos de enfrentar los principales desafíos de la radio comunitaria en el siglo XXI. Por esto, ¿qué con respecto a la gestión?

Aunque en los últimos años la tendencia ha cambiado, son muchas aún las que organizan sus finanzas, su administración y gastos sobre la base de la presentación de un buen proyecto a las entidades financieras. Cuando el apoyo disminuye o se acaba, las emisoras

tienen crisis que las llevan a cerrar, otras pasan las más inconcebibles dificultades. Las experiencias nuevas no son muchas, pero el desafío de una gestión eficiente y eficaz se han comenzado a dar. Pero, ¿qué significa una gestión en esas condiciones? Varias cosas. En primer lugar, hacer de la radio comunitaria una empresa, una empresa competitiva, no una empresa de reglamentos, manual de funciones y estatutos estrictos que "organizan" al personal. Ellos serán siempre necesarios, pero tienen que ser utilizados en tanto son herramientas de trabajo, de ninguna manera una "camisa de fuerza" a la que hay que ajustarse.

Muchas emisoras comunitarias, que tienen como su definición central el servicio al pueblo, se autoeliminan de la competencia por la publicidad. Que si tal fertilizante termina por empobrecer la tierra, no se le publicita por cuestión de ética. Y está bien que no se pase esa publicidad, pero, ¿se preguntaron de los contactos con los distribuidores de fertilizantes ecológicos que han comenzado a inundar el mercado? Y aunque recordar que una emisora comunitaria no publicita a la Coca Cola, dizque "por ser una de las expresiones del dominio económico del gigante del Norte", resulta hasta cursi, esto no anula el deber de preocuparnos más por nuestros propios prejuicios ideológicos. Sin duda, se trata de entrar a la competencia del mercado.



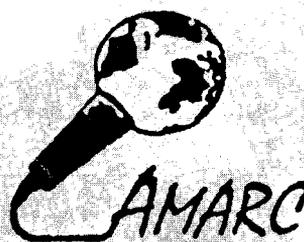
Muchos creerán que esta es una propuesta de aceptación de todas las reglas del neoliberalismo. Nada más lejano de ello. El neoliberalismo nos ha impuesto nuevas reglas de juego, pero personas con la suficiente experiencia saben que siempre hay formas de lograr lo que se quiere "sacándole la vuelta" a esas reglas. Y una muy buena forma de hacerlo es ampliando los relacionamientos, las coordinaciones, las cadenas, las redes, y esas instancias se convierten en muy buenas armas de negociación, que hacen llegar la publicidad no solo a las grandes emisoras, sino también a las pequeñas.

La gestión tiene también otro desafío, la separación entre quienes determinan los gastos a realizar, el director, y quienes los realizan, la administración. Pero una coordinación fuerte, cotidiana y de plena confianza, obtendrá resultados importantes.

Tercera pata: la programación

Hay descritas, hasta ahora, dos patas de una mesa de cuatro. La tercera tiene que ver con la programación radiofónica. Hay varias emisoras que cumplen las dos condiciones anteriores; sin embargo, su propuesta de programación es una pata corta. Analicemos solo el aspecto informativo. Muchos son de lo más lento que se pueda imaginar, sin unidades móviles que den vueltas por la ciudad o la localidad, sin que se haya invitado a los diferentes sectores sociales a participar en sus informativos, no solo como fuente de información, sino también como fuente de opinión.

¿Y cómo va el pluralismo en la radio comunitaria? Bien nos contestarán, pero nos enteramos que en los espacios de opinión se invita solo a quienes comparten los puntos de vista de ella. Tener una relación completa de los actores políticos, económicos, sociales, del mundo de la cultura y demás de la zona es una buena herramienta. Invitarlos a que digan y difundan sus puntos de vista y contrastarlos permanentemente con las opiniones del común de la gente, es uno de los puntales sobre los cuales se construye esto que se ha comenzado a llamar **ciudadanía**. Recordemos que la confrontación de opiniones se basa en el principio de la democracia que consiste en el libre juego de las ideas.



La Asociación Mundial de Radios Comunitarias, AMARC, fue fundada en agosto de 1983, cuando 600 radialistas provenientes de 36 países se reunieron en Montreal, Canadá, con ocasión del Año Internacional de las Comunicaciones promovido por las Naciones Unidas.

AMARC es una asociación de coordinación y promoción para las radios comunitarias en todo el mundo. Está reconocida como organismo no gubernamental internacional (ONG), de carácter laico y sin fines de lucro. Cuenta con oficinas en todos los continentes y coordina a unas 3.000 radios de carácter comunitario. La oficina para América Latina y el Caribe está instalada en Quito y trabaja con 420 emisoras y centros de producción asociados.

La misión de AMARC se concreta en su consigna de ¡Todas las voces! Democratizar la palabra para democratizar la sociedad.

Una legislación más democrática

Un tema muy discutido y sufrido en los últimos tiempos es el de la globalización. De ella se han dicho muchas cosas, pero quizá una ha quedado remarcada: se nos quiere hacer a todos iguales, que tengamos las mismas necesidades y que las grandes transnacionales sean las encargadas de satisfacerlas. Frente a esto, la radio comunitaria tiene una arma muy importante y trascendente: somos pueblos parecidos, pero distintos. La diversidad es la respuesta.

Vayamos ahora a la cuarta pata de la mesa. En Perú -por tomar un caso que puede ser representativo para América Latina- para conseguir una licencia de operación hay varias luchas que dar. Su legislación se divide entre radios comerciales y radios educativas, éstas dentro de las privadas. El otro tipo son las estatales. ¿Será que las radios comunitarias, de constitución diferente a las privadas, tendrán que seguir el mismo largo trámite para obtener una licencia que les permita operar? Pensamos que no.

¿Qué hay que hacer entonces? Hay dos experiencias de las que tenemos que sacar la mejor lección. En Chile la Asociación Nacional de Radios Comuni-

tarias fue por lana y volvió trasquilada. La legislación por la que tanto luchó terminó otorgándoles frecuencias de hasta 1 w. de potencia, sin posibilidades de vender publicidad y para acceder a una de ellas deben acompañar expedientes técnicos que ocasionan muchos gastos. ¿Triunfo o derrota?

En Colombia los rumbos van por otros lados, allí las radios comunitarias han logrado una emisora por cada ciudad, población o poblado y no tienen limitaciones en las formas en que obtienen sus ingresos. No se ha dado el paso definitivo a una verdadera democratización del espectro radiofónico, pero es un paso importante.

La mayoría de las legislaciones de los países de América Latina no toman en cuenta para nada la realidad de las radios comunitarias, fenómeno al que siguen considerando marginal, pero no se está lejos de adelantar en el camino. Cada vez los organismos internacionales se interesan más en el tema, se convienen de sus perspectivas y apoyan decididamente su desarrollo, buscando juntos que el objetivo de una verdadera democratización en este espectro se produzca lo antes posible. ●