



## **A NUESTROS LECTORES:**

Del 25 al 29 de noviembre de 1985, se realizó en la ciudad de Bogotá el Simposio Internacional sobre "Integración y Comunicación: desafíos del futuro", organizado por la Comunidad Europea, CIESPAL y la Fundación Friedrich Ebert, el que contó con el auspicio de destacadas instituciones colombianas. Dichas conferencias presentadas por reconocidos expertos de la comunicación ofrece CHASQUI en este número, una vez que considera la importancia de los temas abordados, desde el papel de la comunicación como instrumento de promoción del proceso integracionista, la función de los organismos de integración y los aportes para lograr una mayor eficacia en la comunicación de la integración en el futuro.

En la sección **Entrevista** tenemos a Washington Herrera, quien se refiere a la crisis de la integración y a la crisis de la información, indicando que hay que cambiar el idioma que se usa en la información integracionista y que hay que ser más directos y menos tecnócratas. Señala, también, que se advierte una sobredimensión de los fracasos y una minimización de los aciertos.

En la sección **Ensayos** contamos con los aportes de Ignacio Basombrío sobre el papel del Estado en la integración a través de la información; Guido Grooscors, sobre comunicación e integración; Franco Teucci, respecto a la Comunidad Europea; Jaime Aguilera Blanco, quien se refiere a las Telecomunicaciones en el Pacto Andino; y, Alejandro Alfonzo quien trata sobre la estrategia de la comunicación para la integración.

En la sección **Controversia**, Olivia Mora y Juan Pereira se refieren a la forma como miran los periodistas la labor informativa de las instituciones de integración.

En la sección **Experiencias** tenemos la participación de Freddy Elhers y Carlos Martínez Acosta.

En la sección **Enseñanza**, se presenta el programa de Maestría en Comunicación elaborado por ITESO.

El Departamento de Documentación de CIESPAL nos ofrece **Fichas y Reseñas** sobre las publicaciones relacionadas con la Integración y la Comunicación.

En la sección **Documentos**, el informe final del Simposio Internacional "Integración y Comunicación: desafíos del futuro", tema central del presente número de CHASQUI.

Cordialmente,

Lincoln Larrea Benalcázar

Jorge Mantilla Jarrín

## **EN ESTE NUMERO:**

### **2 EDITORIAL**

- 2 La comunicación: desafío del futuro.**  
Andrés León.

### **4 ENTREVISTA**

- 4 Crisis de integración e información.**  
Washington Herrera.

### **8 ENSAYOS**

- 9 El papel del Estado en la Integración a través de la información.**  
Ignacio Basombrío Zender.
- 16 Comunicación e Integración**  
Guido Grooscors.
- 21 Comunidad Europea**  
Franco Teucci.
- 26 Las Telecomunicaciones en el Pacto Andino.**  
Jorge Aguilera Blanco.
- 32 Integración y nuevas tecnologías.**  
Alejandro Alfonzo.

### **52 CONTROVERSIA**

- 52 El Periodismo y la Integración.**  
Olivia Mora - Juan Pereira.

### **62 EXPERIENCIAS**

- 62 Nuestra América: un programa de 5 países al servicio de la integración.**  
Freddy Elhers.
- 66 Expedición Andina: un programa cultural del Convenio Andrés Bello.**  
Carlos Martínez Acosta.

### **70 FICHAS Y RESEÑAS**

### **71 INVESTIGACION**

- 71 Medición de Audiencias**  
Eduardo Contreras Budge.

### **78 ENSEÑANZA**

- 78 ITESO: Maestría en Comunicación.**

### **82 DOCUMENTOS**

### **87 BIBLIOGRAFIA**

### **90 HEMEROGRAFIA**

### **92 ACTIVIDADES**

### **95 NOTICIAS**

### **99 PORTUGUES E INGLES**

## ¿Medición de Audiencias?

EDUARDO CONTRERAS BUDGE

El título original de la ponencia que se me solicitó era “Medición de Audiencias”, sin más. La frase evoca complejidades metodológicas, prolijos contadores de orejas atentas y una sensación de que en todo caso algo importante se escapa por entre cifras y porcentajes exactos al segundo decimal. Pero no voy a tratar de asuntos técnicos de medición de audiencias, tema que entusiasmaría a quienes ya están convencidos de que hay que saber —aunque parcial y fragmentariamente— quiénes y cuántos escuchan. La “audiencia” que tengo en mente para esta ponencia es aquella compuesta por personas vinculadas a

radioemisoras de carácter cultural, educativo o popular. Y más que la medición preferiría por ahora hablar de la necesidad imperiosa de tener un conocimiento cabal de audiencias, destinatarios o —idealmente— participantes de un quehacer radiofónico que se desea alternativo a las emisoras comerciales.

Vale decir, antes de considerar cómo conocer a quienes nos escuchan, es preciso crear una clara conciencia de que es necesario hacerlo, y establecer criterios sustantivos sobre qué es lo que se desea conocer de ellas, y para qué. De otro modo, seremos víctimas indefensas ante propuestas metodológi-

cas de medición de audiencias cuya aparente sofisticación técnica oscurecerá qué es lo que en efecto “descubrirían” de las audiencias y si además interesaría tal conocimiento. O podremos también tomar el camino fácil: rechazar rituales mágicos de medición porque no los entendemos y quedarnos con nuestro conocimiento intuitivo de lo que serían las audiencias a veces hasta suponiendo que las hay donde simplemente no existen. De allí el título alternativo para esta ponencia: “¿Para qué medir lo inconmensurable si de todo modos tiene que haber audiencias allá afuera escuchándonos - o al menos debería haberlas?”



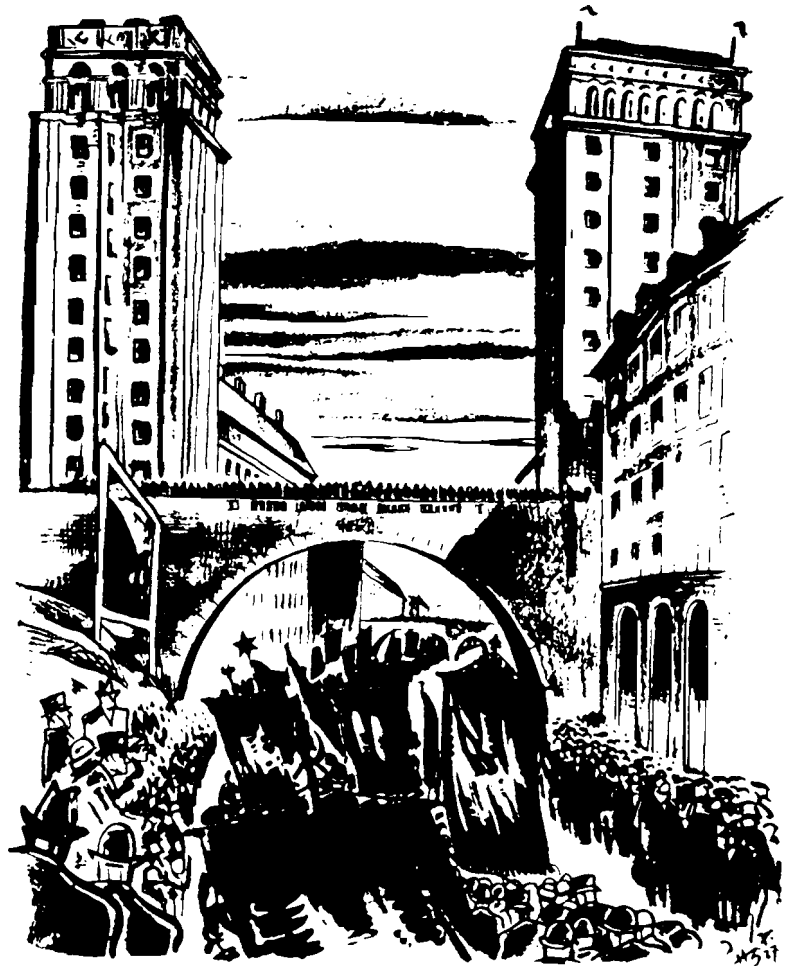
## MISTERIO DEL MENSAJE PERDIDO

La cuestión fundamental se ilustra con una exclamación telefónica no demasiado infrecuente: "aló, aló, ¿me estás escuchando?", con el agravante que para la radio tampoco sabemos quién (si es que alguien) nos está escuchando. Partamos entonces con una paradoja:

En muchos procesos alternativos de comunicación (como pueden serlo los de radiofonía popular educativa), pese a todo lo que ellos implican en reformular desde situaciones reales y no teóricas los procesos convencionales de comunicación, la sola preocupación parecería estar en emisores y mensajes. Vale decir, se apuesta todo al supuesto carácter alternativo o educativo del mensaje como mera derivación de un poder de emisión autocalificado de alternativo frente a otros medios masivos o comerciales, pero sin que haya realmente una preocupación efectiva por los receptores o, mejor dicho, perceptores de estos mensajes. Es como si bastase para estas emisoras con emitir el mensaje bajo el supuesto por lo demás absolutamente falso que eso en sí ya es efectivo y suficiente.

Ahora bien, lo que queremos enfatizar, en el contexto del tipo de emisoras que nos preocupa, es que el conocimiento cabal de las audiencias sobrepasa e incluso en momentos debe dejar como poco relevante el saber cuántos escuchan. Es más importante en todo caso saber cuáles, más que cuántos. Pero vamos por partes. Incluso antes de saber cuántos y cuáles cuántos, incluso antes de saber qué es lo que reciben, cómo lo procesan, qué oportunidades de uso tiene el mensaje, qué efectos discernibles o más difusos logra, lo elemental es saber si el mensaje siquiera llega. Ilustremos esto con algunos ejemplos, pero perdonen que no identifique aquí el país o el proyecto específico.

1. Este es el caso de un proyecto que usa la radio en transmisión directa a escuelas. Se trata entonces de una audiencia cautiva escolar, con programas educativos en el aula. Pues bien, al momento de la investigación en terreno, se constató que sólo 18 de las 44 escuelas adscritas al proyecto radiofónico tenían en operación el radioreceptor. Los supervisores educativos, desde luego, creían que todos escuchaban y así todos le sacaban provecho a cada lección radiofónica. Pero había radios descompuestas, o la clase no empezaba a tiempo y para entonces ya era



muy tarde para sintonizar, o al profesor sencillamente no le interesaba prender la radio porque era una amenaza o un descrédito a su propio status como maestro. Repito: sólo 18 de 44 escuelas sintonizaban, cuando se suponía con certeza que había 100o/o de recepción para audiencias —notémoslo— cautivas escolares.

2. Una situación de sonoviso: transmisión radial, diapositivas presentadas en la reunión grupal y un monitor orientando el trabajo con campesinos que recibían el mensaje radiofónico más o menos sincronizado con las diapositivas. Perfecta ilustración de que si algo puede fallar va a fallar (y es por lo demás situación repetida en muchas experiencias de radioemisoras culturales, populares y educativas). Me tocó visitar ese proyecto. Uno de sus encargados me invitó al terreno a ver cómo el proyecto funcionaba. Yo ya había leído los documentos que explicaban elegantemente el modelo educativo radiofónico, y qué sería dable encontrar. Al llegar a la reunión, amable u ominosamente este jefe dice: "miren, está con nosotros un evaluador que viene de afuera a ver cómo funcionamos". Ya con esto se había creado una situación de terror para la gente allí presente. ¿Qué resultó de esta

experiencias de observación?. Bueno, cosas como las siguientes: la emisión radial no llegaba bien, había malas condiciones de recepción, yo escasamente entendía —o escuchaba— lo que se difundía por radio; el monitor, más nervioso aún, confundía las diapositivas de manera que éstas no coincidían con lo que al parecer estaba emitiéndose por radio; además, las condiciones de iluminación atentaban contra la correcta proyección de las diapositivas del caso y la participación campesina posterior, impulsada por el monitor, se vio inhibida ante la presencia de aquel ominoso evaluador externo por muy calladito atrás que estuviera. Este es un caso en que, pese a la buena voluntad de todos, el mensaje no estaba siquiera llegando por "simples" dificultades técnicas. ¿Cuántos casos similares conocen Uds. o, peor aún, no saben que se dan?.

3. Cito esta vez in extenso dos entretenidos aunque exasperantes diálogos que me temo no sean ficticios. El interrogante es Piers Pendred. Conversa primeramente con un comunicador educativo:

"— ¿Cuántas de las escuelas con aparatos de TV ven los programas?.

— Todas.

— ¿Todas las escuelas ven todos los programas?.

— Sí.

— Pero, ¿y el mantenimiento?. Habrá escuelas con aparatos descompuestos.

— Sí.

— Entonces... ¿no todas las escuelas los ven?.

— Todas las escuelas con aparatos en funcionamiento ven los programas.

— ¿Y cuántas escuelas tienen aparatos descompuestos?.

— Ah, unas pocas.

— ¿Cuántas serían esas?.

— No muchas.

— ¿Cómo saben Uds. que las escuelas usan los programas?.

— Tenemos una sección de evaluación.

— ¿Y cómo recogen la información?.

— Los maestros envían fichas.

— ¿Los evaluadores visitan las escuelas?.

— Sí.

— ¿A menudo?.

— Bueno, de vez en cuando. Hay problemas de movilización.

— ¿Así es que se confían en que los profesores devuelvan las fichas?.

— Sí.

— ¿Cuántas de esas fichas dicen que los maestros no están usando los programas?.

— Ninguna.

— ¿Ninguna?.

— Sí, ninguna.

— ¿Reciben fichas de todas las escuelas?.

— De la mayoría.

— ¿Y todas dicen que se usan los programas?.

— Sí.

— Y... ¿Ud. cree en esa información?.

— Sí, por supuesto. ¿Por qué no?" (Pendred, 1977).

Segundo diálogo del autor, esta vez con un formador de maestros:

— "En este país no existe esto de la teleeducación.

— ¿Qué quiere decir?.

— Bueno, los programas se transmiten, pero las escuelas no los usan.

— ¿Y cómo lo sabe Ud.?.

— Visitamos las escuelas (...) De las cincuenta que se visitaron, sólo hallamos una escuela que había visto programas en el mes anterior." (Pendred, 1977).

4. En otro proyecto que nos tocó visitar, la audiencia "controlada" era de un millar de personas. Para ellas había datos puesto que se inscribían en cursos radiofónicos, se reunían semanalmente en grupos con monitores, etc. Pero al preguntarle a los directivos del proyecto por su audiencia abierta, con mucha tranquilidad la equipararon al número total de habitantes que caían dentro del radio de alcance de las emisoras utilizadas. Era de suponerse, me imagino, que los mensajes radiofónicos eran tan valiosos que todos estarían escuchándolos. A la vez, me asaltó la duda de si realmente les interesaba saber quiénes y cuántos escuchaban, aspecto que tocaré más adelante.

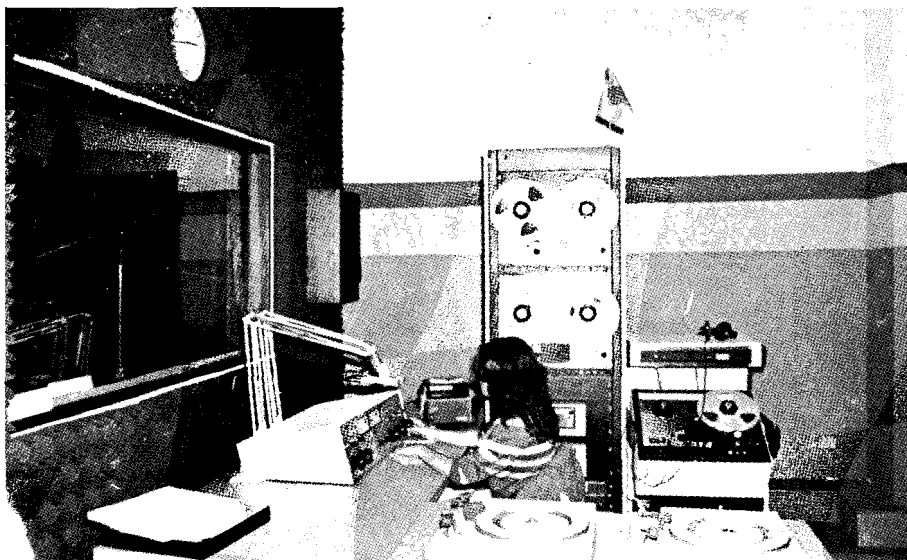
Creo que estas ilustraciones son más potentes que un alegato conceptual sobre la necesidad de saber bastante sobre perceptores y condiciones de recepción y utilización de mensajes radiofónicos. Repito entonces que en muchos casos, las instituciones de tipo educativo-cultural que usan la radio se conforman con el esfuerzo puesto en la emisión.

## MISTERIO DE LAS AUDIENCIAS PERDIDAS

**P**ero no todo esfuerzo es equivalente a un esfuerzo efectivo o eficiente. Supongamos, pese a los ejemplos, que al acto de emisión se le corresponde el acto de recepción y avancemos entonces por la calidad o validez del mensaje vehiculado. Se pregunta y se responde otro experto en educación radiofónica: "¿Qué es peor que una clase aburrida?. Respuesta: la misma clase transmitida por radio" (Theroux, 1978).

En efecto, en muchos casos la radio ha sido usada como simple altoparlante, que simula —para una audiencia lejana y anónima— la situación de una clase con comunicación directa cara a cara, el contacto interpersonal entre profesor y alumnos. Y se olvidan aquí las especificidades del medio y de los lenguajes radiofónicos. Esto tiene una explicación, desde luego. Muchas experiencias de educación radiofónica en la región parten históricamente desde lo educativo y no desde lo comunicacional. En muchos proyectos se parte con una fascinación por el medio y con una ingenuidad comunicativa inicial. No se sabía exactamente qué es lo que se ponía en marcha. Simplemente se reducía el proceso de comunicación al solo uso de los medios: se parte (con un toque por lo demás paternalista) con la educación y la alfabetización en especial, para lo cual lo comunicativo no es nada más que un altoparlante escolar. Es la educación por la educación. Enseñar a leer y a escribir porque es bueno. Si la radio permite masivizar el alcance de ese valor, bienvenida sea. Sólo más adelante se va descubriendo lo propiamente comunicativo, lo que se está poniendo en juego, es decir, las especificaciones del medio, lo que implica producción de mensajes educativos por el medio radial, muy distinto desde luego a la elaboración de mensajes didácticos para aulas escolares infantiles y cautivas. Pero si es peligroso dejar la educación radiofónica en mano de los educadores, no lo es menos pasarla a productores radiofónicos sin preocupaciones claramente educativas. Lo que en verdad hace falta es la conjunción de lo propiamente comunicativo con lo educativo. Que ese raro espécimen está surgiendo y creciendo nos lo demuestra claramente este Festival.

Si me he detenido en estos aspectos, es porque pienso que ellos están íntimamente ligados al problema de las audiencias, de saber si efectivamente



se nos escucha o no y, de escucharnos, para qué les sirve escucharnos. No pienso sólo en emisores profesionales especializados en educación y comunicación dirigiéndose a receptores que son "los otros" y sólo buscando algún mecanismo de retroinformación. La misma preocupación es válida para grupos populares que participan en producción de mensajes radiofónicos, que elaboran y difunden contenidos para sus propios grupos de referencia. Ellos también necesitan saber si se les está escuchando y con qué sentido.

¿Qué implica entonces conocer las audiencias?. Es, como habrá ido infiriéndose ya, más que una cuestión de "medir", en el mal sentido de obtener cuantificaciones superficiales o perfiles demográficos más o menos sofisticados de radioescuchas que tiendan a equipararlos con consumidores. Como señalábamos, más que cuántos es cuáles. Pero sentada esa premisa, precisemos de inmediato que no queremos establecer una coartada para legitimar la despreocupación por y el desconocimiento de los cuántos. Esa despreocupación generalizada en el caso de las emisoras de tipo educativo cultural popular tiene al menos dos consecuencias peligrosas:

Primero, la idealización del impacto logrado, que confunde el esfuerzo con la efectividad, es decir, responder al "qué han hecho" pero no al "qué han logrado". En respuesta al qué han hecho, los directivos de estos proyectos radiofónicos educativo-culturales darán estadísticas, mencionarán las largas horas que se trabaja, recalcarán todo el enorme esfuerzo, sacrificio y entusiasmo puesto por cada uno de ellos.

Pero si uno insiste en preguntarles qué han logrado, se notará nerviosismo y ansiedad y quizá se repitan respuestas sobre el esfuerzo: "Ah, es que trabajamos 10 y 12 horas al día, con sábados y domingos, que vamos al terreno y a veces es imposible llegar siquiera en jeep y hay que caminar 2 o 3 horas para llegar a tal o cual parte". Hay veces en que deseáramos que el esfuerzo fuese garantía de efectividad, pero no es así, y por eso aquí hay una necesidad inherente de tener más información sobre lo que sucede en la fase de recepción, procesamiento y utilización de los mensajes.

La segunda consecuencia peligrosa de despreocuparse y desconocer los cuántos, es que estos proyectos pueden aferrarse a concepciones estrechas que ignoran o menosprecian el alcance masivo de públicos que la radio potencia y

que, en el caso de muchas emisoras educativo-culturales, se traduce en una carencia absoluta y a veces hasta un desprecio por políticas radiofónicas para audiencias abiertas.

Veamos cada uno de estos aspectos por separado, aunque el origen sea similar (por lo menos en el caso para el cual disponemos de información empírica, cual es el caso de ALER, la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica, dentro de la cual colaboramos en un proyecto de investigación regional). El origen está en la concepción inicial que se tenía de "escuela radiofónica", con todo lo que de escuela implicaba: grupos de adultos casi literalmente cautivos que se reúnen en la casa de uno de ellos o en algún otro lugar y que están como si en aula, sólo que el profesor en vez de estar delante de ellos simplemente llega a través de la radio y un auxiliar o monitor le reemplaza para el contacto cara a cara. Son grupos, por lo tanto, controlables y fácilmente "contables", al igual que escolares registrados, inscritos o asistentes. Desde luego, hoy día en ALER (y hace ya bastante tiempo) esta concepción "escolar" está ya superada, aunque subsistan resabios. Recordemos el caso ya mencionado de un proyecto cuya audiencia controlada, es decir, la gente que estaba siguiendo regularmente cursos de educación sistemática pero no formal apenas superaba el millar de personas, pero que creía que su audiencia abierta era el número total de habitantes que caían bajo el radio de alcance de las emisoras que se utiliza-

ban. Quién se quisiera ya esa situación de audiencia abierta máxima.

En otro ejemplo, para el cual existe un sondeo efectivo de audiencia (que suponemos técnicamente confiable), la emisora educativa popular del caso fue detectada como siendo escuchada al momento del sondeo por diez personas de una muestra de 525 y dentro de un solo horario específico. Esas personas correspondían más o menos al tipo de población-meta específica a la cual se dirigía la emisora. Si lo prefieren, se trata de diez personas de 224 del cantón, aunque la onda de emisión iba más allá. A la vez, de las emisoras locales preferidas solamente 2 personas de 224 encuestadas (o de 525, si queremos agravar la cosa) la preferían. ¿Es éste un dato desalentador?. No lo es ni lo fue para la emisora en cuestión, que por lo demás solicitó el sondeo durante un proceso de renovación global (en orientación y programación, en sus deseos de implementar mecanismos reales de participación radiofónica de los grupos populares a los cuales se dirigía, renovación en su equipamiento técnico incluyendo el aumento de su potencia). Lo importante es que fue un dato de realidad, aunque discrepe del momento en que se realizó porque un sondeo no se hace gratuitamente y los resultados eran claramente previsible.

Un segundo aspecto en esta despreocupación por los cuántos es también serio: se trata de cierto desconocimiento y hasta menosprecio por el potencial de masividad que tiene el medio



radiofónico. En la investigación de las escuelas radiofónicas de ALER respecto a su dificultad en el trabajo con audiencia abierta, ellos mencionaban libremente lo siguiente como dificultades: “no se sabe nada concreto sobre ellas”, “no sabemos qué pueden necesitar”, “qué los motiva”, “no se sabe qué utilidad tengan nuestros mensajes, si generan cambios”, “no se puede controlar lo que son o su influencia”, “no se pueden evaluar”, “no hay retroalimentación” (ALER, 1982a).

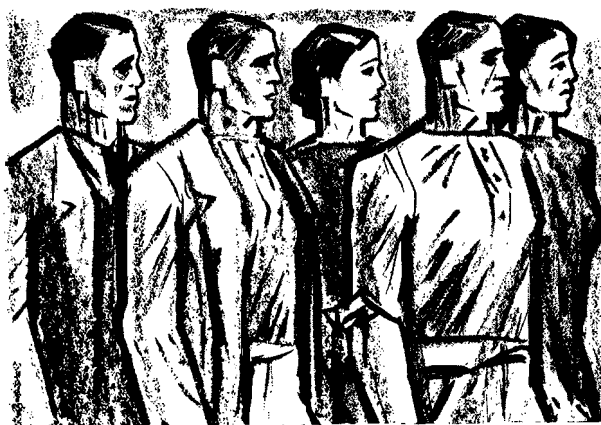
Lo preocupante es cierto grado de desperdicio del potencial educativo-cultural de mayor alcance que ofrece la radio. En una conversación-entrevista que teníamos con José Ignacio López Vigil, éste nos manifestaba lo siguiente:

“Para mí es un absurdo, un desconocimiento del medio el dirigir una programación o un programa con una audiencia potencial ponte 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 estamos hablando 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 (...).

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, este 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 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”. (López Vigil, 1984).

De modo que una preocupación por los cuántos no es ni tiene por qué equivaler a una masividad indiscriminada. Pero sí implica pensar en otros parámetros para el quehacer radiofónico en las emisoras educativas culturales, porque una política de audiencia abier-



ta no es la simple extensión de una política de audiencia controlada, de grupos de recepción acompañados por un trabajo interpersonal en terreno, de contacto personal con la gente, voluntariado, materiales impresos.

Es por esa incomprensión que en algún momento yo evidenciaba el susto de algunos directivos de instituciones de educación radiofónica por la audiencia abierta. “¿Cómo los controlamos?. ¿Te das cuenta que si son 10 veces más no tenemos agentes de terreno para atender a cada uno de ellos?”. En verdad, no se trataba de controlarlos, ni de organizarlos, ni de tener los agentes de terreno, sino de buscar maneras de efectivizar la tarea fundamentalmente a través del mensaje, y no de subsanar sus deficiencias mediante el auxilio de otros trabajos comunicativos como los interpersonales o los materiales impresos de acompañamiento.

#### **MISTERIO GOZOSO: A LA BUSQUEDA DE AUDIENCIAS PERDIDAS**

**D**esde luego, los mecanismos de conocimiento de los grupos organizados de recepción no son ya suficientes para el conocimiento de las audiencias abiertas. ¿Cuáles son esos mecanismos para conocer a los grupos organizados de recepción?. Bueno, son muy simples: es la retroalimentación directa, informal, conversada, que dan esos pequeños grupos a su agente de terreno, monitor, teleauxiliar o maestro guía. Así, él les conoce personalmente, sabe cada detalle y puede reportar a la oficina central qué inquietudes tienen, etc.; de pronto hay correspondencia o visitas en persona a la emisora; también hay, sobre todo en sistemas más escolarizados, evidencias sobre la supuesta efectividad de los mensajes mediante tareas, ejercicios, fichas de rendimiento escolar, informes,

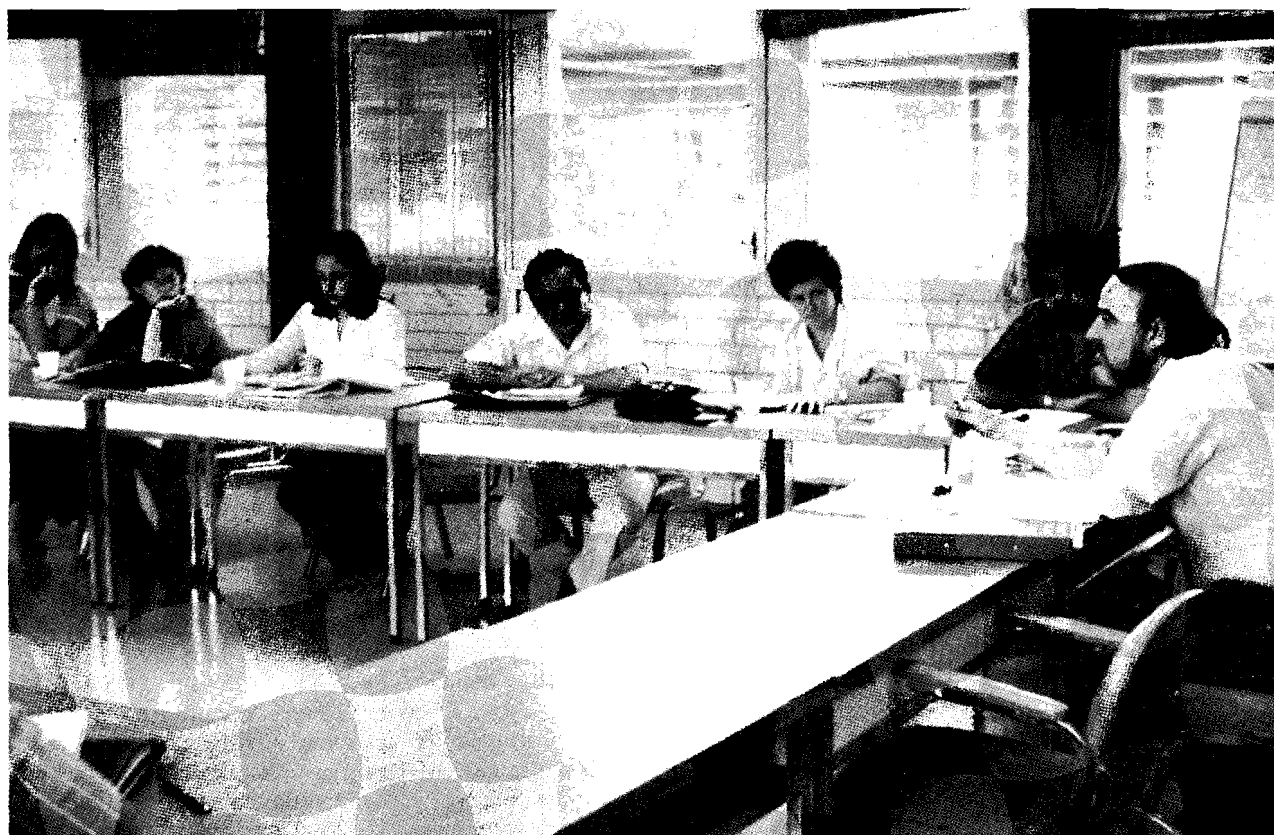
etc. Pero esto obviamente no puede reproducirse para audiencias abiertas, aunque no desaparezcan tales mecanismos.

¿Es acaso entonces tarea imposible conocer estas audiencias abiertas en modos suficientes, más allá de las intuiciones voluntaristas o de las agregaciones estadísticas?. Creo que no lo es, ya que estamos insistiendo aquí en cualificaciones de la audiencia abierta, es decir, cuáles cuántos. Se trata de personas y de grupos destinatarios específicos, pero mayores que grupos de recepción organizada; personas y grupos que no requieren de acompañamiento por otros medios y para los cuales los mensajes radiofónicos en sí deben ser suficientes — y hay bastante evidencia empírica de impactos y de efectos informativos, educativos y valóricos que se bastan con el solo mensaje radiofónico. Claro está, el impacto, la validez, la adecuación o la pertinencia del mensaje radiofónico está en función de conocer bien —antes, durante y después— a quiénes llega. ¿Y existe ya tal conocimiento?. Bueno, no es que estemos hablando de un desconocimiento absoluto; existe, pero más bien es de carácter informal, intuitivo, personal. Lo que falta es sistematizar más tanto ese conocimiento como los modos de obtenerlo.

Aquí hay dos modos fundamentales, según el tipo de agentes investigadores:

1. Las propias instituciones de educación radiofónica, en conjunto con sus propios destinatarios. Ya hay bastantes experiencias (por ejemplo, en el seno de ALER) de procesos de investigación simples, económicos, participativos, que dan luces suficientes sobre los tipos de destinatarios, sus necesidades, sus aspiraciones, su vida cotidiana, sus códigos culturales y comunicativos, sus preferencias en temas y formatos radiofónicos, las condiciones de





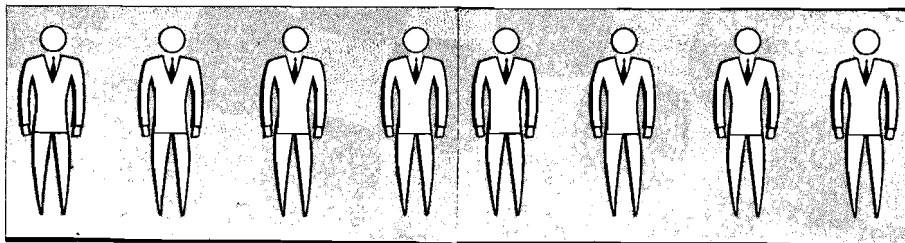
recepción y de utilización de los mensajes; hay diagnósticos comunicacionales y otros, hay mini evaluaciones formativas, simples pero suficientes; hay apoyos de la investigación para fortalecer la capacitación, las acciones y las asesorías en terreno. También, por ejemplo, ALER difunde textos pertinentes sobre cómo y qué investigar o evaluar: se trata de pequeños documentos que intercambian y multiplican experiencias concretas de cómo se ha enfrentado un desafío de investigación. Todos estos son mecanismos simples, fácilmente implementables y que ya parecen haber tenido impactos bastante significativos en fortalecer y sistematizar el conocimiento de grupos y audiencias destinatarios.

Hay un segundo modo de fortalecer estos conocimientos de las audiencias, mediante el apoyo externo, complementario y claramente compatible con el anterior. Se trata de lograr el concurso de personas e instituciones ya más especializadas y con preocupación preferente por las tareas de investigación y de evaluación; éstas prestarían sus servicios en los momentos en los cuales se requiere una sistematización de mayor alcance o profundidad —de mayor rigor si se quiere. Si existe una voluntad compartida, se facilita también una progresiva mayor independencia de las propias instituciones

de educación radiofónica en materias de investigación, mediante la participación y la capacitación consecuente del personal de la institución y de sus destinatarios durante el propio proceso de realización de la investigación. Muchas instituciones de servicio y acción han comprendido claramente que no se puede aceptar sin más una investigación externa sin negociar la participación de la gente de la institución que la solicita o a la cual se la impone, si no se formaliza una capacitación, si no hay presencia efectiva en el proceso para así ir adquiriendo los elementos conceptuales y operativos para realizar ella misma sus próximas investigaciones.

Pero este apoyo externo no es aún suficiente. Permítanme mencionar otra vez (intento hacerlo en cada foro pertinente) el relativamente escaso aporte universitario a esta tarea. En las universidades —y concretamente en las escuelas de comunicación, por ejemplo, con las cuales por nuestro trabajo nos corresponde mucho contacto— hay mucha gente comprometida (al menos teóricamente) con las aspiraciones populares, pero que no encuentra, que ignora, que a lo mejor no quiere encontrar lugares concretos en los cuales ejercer en la práctica su deseo de aportar profesionalmente con lo que ha adquirido en la universidad a los grupos populares. ¿Cuántas tesis de licenciatura de comu-

nicadores e investigadores de la comunicación han malgastado papel, esfuerzos y tiempo en temas realmente irrelevantes en contraste con las urgencias como las que nos preocupan?. Permítanme estas cifras que pueden ser realmente aterradoras. Un reciente estudio de FELAFACS (Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social, que agrupa prácticamente a todas las escuelas de comunicación social universitarias de la región) registra 174 escuelas de comunicación en la región. Datos para 111 de ellas dan unos 50 mil alumnos; datos para 102 escuelas hacen llegar a más de 3.700 el número de profesores. De 79 universidades que proporcionaron datos se obtiene una cifra de casi 70 mil egresados (FELAFACS, 1982). Es absurdo pensar que una buena parte de estas personas puedan o siquiera deban vincularse a la comunicación popular o a sus necesidades de investigación y evaluación. Pero un modesto 50/o de esta cifra, proyectada conservadoramente sólo a las 174 escuelas de comunicación, equivale ya a unos seis mil comunicadores universitarios (entre docentes, alumnos y egresados) que podrían sumarse al acompañamiento de prácticas de comunicación popular y a problemas de la educación radiofónica, conocimiento de audiencias, investigación de ellas, etc. Y conste que sólo nos hemos limitado



a escuelas de comunicación social, y no pienso ni remotamente que las escuelas éstas detenten el monopolio del acompañamiento a las prácticas de comunicación popular. Lo que ilustro simplemente es que recursos humanos tenemos.

Para terminar esta exposición, reitero que no he querido entrar a los temas más técnicos del cómo medir o cómo conocer a las audiencias o a los destinatarios (y hay más que un solo cómo), porque lo primero es crear conciencias real sobre estas necesidades y que es posible enfrentarlas, como de hecho se comienza a hacerlo.

Cuando en la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica allá por el año 79 iniciábamos un proceso de investigación global de la educación radiofónica para prácticamente todas las afiliadas a la fecha, creímos detectar —por lo menos a nivel colectivo, ya que individualmente consideradas varias afiliadas tenían cierta tradición investigativa— cierta despreocupación por lo investigativo, por conocerse a sí mismas y a sus destinatarios en modos más sistemáticos. Había incluso cierto temor, desconfianza y recelo ante la investigación-evaluación y bastante suspicacia respecto de qué utilidad realmente podría brindar la investigación. Cuán distinta es hoy en día la situación. ALER entera no sólo asumió los resultados de la única investigación comparativa regional sobre la educación radiofónica, sino que antes participó en cada una de sus fases, desde sus principios orientadores, pasando por el diseño y la instrumentación, hasta la ejecución concreta en cada lugar. La hizo suya, se la apropió y la usó para efectivamente mejorar sus prácticas de educación radiofónica, y para hacerse preguntas que antes no existían. Pero distinta es también la situación porque ALER asumió asimismo la propia validez de los esfuerzos investigativos y los continúa hoy en día en una óptica muy superior a lo que era en el año 79. Varios procesos de investigación ya son acompañantes no accesorios para su quehacer. Lo importantes es que son compromisos que la propia institución radiofónica asume.

Resalto que no estamos hablando de gente que era investigadora, sino de gente que comprendió, sin haberse formado en investigación, la necesidad del acompañamiento investigativo y para ello se formó y se capacitó en aquello que le era necesario y no más que eso.

Porque el desafío es nuestro, y se puede asumir, quiero concluir con una frase de la propia ALER. Dicen ellos:

*“En cuanto medio masivo, la radio ofrece posibilidades de intercomunicación y autoidentificación para grupos y regiones; de información adecuada y coherente con las necesidades e intereses de los sectores populares; de revalorización de su cultura y de formación crítica.*

*De lo que se trata entonces es de ver de qué manera la radio, como medio masivo, puede hacer realidad esas posibilidades.*

*Si quienes poseemos emisoras y alentamos procesos de cambio en favor de los sectores mayoritarios de la población, no descubrimos o no advertimos estos valores, no es limitación del medio; es nuestra limitación.” (ALER, 1982b).*

Es mi deseo que nuestras limitaciones en el quehacer radiofónico y en el conocimiento de nuestros destinatarios y participantes sean no un motivo de desesperanza sino sobre todo un desafío que nos impulse a ponerlo todo para resolverlo.

*Ponencia al I Festival de la Radio Educativa. RNTC/CIESPAL.*

#### REFERENCIAS

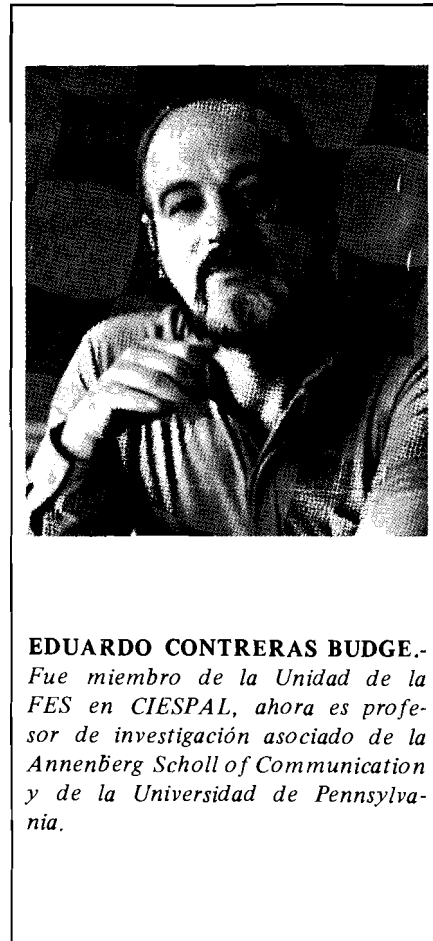
- ALER (1928a) **Análisis de los Sistemas de Educación Radiofónica.** Serie Investigaciones 1. Quito: ALER (pág. 235).
- ALER (1982b) **Guía para la Acción de ALER:** Serie Documentos 3. Quito: ALER (pág. 25).

FELAFACS (1982) **La Formación Universitaria de Comunicadores Sociales en América Latina.** Guadalajara: ITESO.

López Vigil, José Ignacio (1984) Sección “Controversia: La Educación por Radio”, en **Chasqui**, Revista Latinoamericana de Comunicación No. 10 abril-mayo 84. Quito: CIESPAL (pág. 43).

Pendred, Piers (1977) “Excuse Me-Is Anybody There?”, en Tony Bates y John Robinson (eds.) **Evaluating Educational Television and Radio** (proceedings of the International Conference on Evaluation and Research in Educational TV & Radio, The Open University, 9-13 april 1976). London: The Open University Press (pág. 254).

Theroux, James M. (1978) **Técnicas para Mejorar los Programas Educativos Radiofónicos.** Serie Estudios y Documentos de Educación 30. París: UNESCO.



**EDUARDO CONTRERAS BUDGE.** Fue miembro de la Unidad de la FES en CIESPAL, ahora es profesor de investigación asociado de la Annenberg Scholl of Communication y de la Universidad de Pennsylvania.