PRIMER FESTIVAL DE RADIO EDUCATIVA (I)

Consideraciones y experiencias

Primera Edición
Mayo de 1986

Este libro ha sido publicado bajo los auspicios del Ministerio Holandés para la Cooperación al Desarrollo.

Derechos reservados, según la Ley de Derechos de Autor expedida mediante Decreto Supremo No. 610 de 30 de julio de 1976. La reproducción parcial o total de esta obra no puede hacerse sin autorización.

PRELIMINAR

Entre el 15 y el 19 de octubre de 1984 tuvo lugar en Quito, en la sede de CIESPAL, el Primer Festival de Radiofonía Educativa, organizado por esta institución conjuntamente con Radio Nederland.

El evento, que comprendió numerosas conferencias, charlas y foros, además de una amplia muestra de producciones en materia de comunicación didáctica —tanto radiofónica como audio-visual—, muestras de publicaciones y de equipos, y la apertura de un museo de la radiofonía, amén de concursos destinados a servir de incentivo a los productores individuales e institucionales,

contó con la presencia de numerosos expertos en las diferentes especialidades que el quehacer comunicativo involucra, procedentes de todos los países del área hispanoparlante de América, así como de Holanda, Alemania,

Dado que se trataba de un festival —y no de un simposium, ni de un congreso —no hubo lo que en sentido estricto se denomina ponencias, ni por lo mismo, tampoco conclusiones. Sin embargo, las instituciones organizadoras pudieron constatar que el intenso intercambio de experiencias en materia de comunicación educativa que se produjo entre los asistentes era sin duda sumamente enriquecedor y estimulante.

En consecuencia, los promotores del encuentro consideraron de interés la publicación de los textos correspondientes a las exposiciones ofrecidas, dado el aporte que ellas representan a la tarea de la tele-educación, amén de su indudable sentido testimonial que no debe negligirse.

Vista la cantidad y extensión de los materiales producidos se ha considerado que sería impráctico reunirlos en un solo volumen, pues éste resultaría de tamaño poco manuable. Por ello se ha tomado la decisión de editarlos en dos tomos de aparición simultánea. Así, el presente número de Monografías de CIESPAL ofrece al lector los testimonios de varias experiencias realizadas en diversos países en los campos de las emisoras populares y culturales, en la certeza de contribuir con ello a una ampliación del respectivo panorama y a fomentar el nacimiento de nuevas acciones similares.

INDICE

1. EMISORAS POPULARES 7

* LAS EMISORAS POPULARES
Antonio Cabezas 9

* RADIO LATACUNGA
Javier Herrán 23

* EL PROCESO DE CAPACITACION
Gloria de Dávila 29

* ERPE – RIOBAMBA
Raúl Gavilanes 33

* LA EMISORA POPULAR DE IQUITOS
Carmen Pueyo 47

2. EMISORAS CULTURALES 59

* LA RADIO EN MEXICO
Cristina Romo de Rosell 61

* LA EMISORA JAVERIANA
Jurgen Holmberg 77

* HCJB, LA VOZ DE LOS ANDES
Rogelio Stuber 91

3. RADIODRAMA 103

* EL RADIODRAMA COMO INSTRUMENTO DE EDUCACION POPULAR
Mario Kaplún 105

1: EMISORAS POPULARES

LAS EMISORAS POPULARES

Antonio Cabezas

¿Qué se entiende por Emisora Popular?. Entendemos por emisora popular un centro de comunicación radiofónico que está generalmente en un área rural, que cubre una superficie bastante pequeña, diríamos 100 Kms. de diámetro, con una población que puede estar alrededor de medio millón de habitantes.

Se llama popular porque se trata de que las clases populares tengan una participación activa, tanto en la programación como en el manejo de la radio. Estas radios populares cubren diversas modalidades. Van desde la pura teoría, es decir, aquellas que quisieran ser populares, que quisieran dar mucha participación al pueblo y

por lo tanto están muy bajas en el dial, y otras que son completamente manejadas, programadas por las clases populares, como puede ser el caso de las emisores mineras de Bolivia. En estas emisoras Mineras de Bolivia, los dueños legales son los famosos sindicatos mineros. Entre la posesión del medio y el deseo hay una gran variedad, pero todas ellas sirven para darse cuenta de lo que es una emisora popular.

Para entender este fenómeno de la emisora popular, debemos decir, que este tipo de emisoras unicamente han florecido en América Latina, no lo ha hecho en Estados Unidos, en Europa, en Africa, ni en Asia. Porqué ha florecido en América Latina? Sencillamente porque, entre las garras del león, se ha escapado la pulga. Esto quiere decir:

Resulta ser que la radio difusión en todos los países, en todos los continentes, reflejan el tipo de sociedad que tenemos. Eso es evidente. En América Latina, la Radiodifusión, por lo tanto, refleja el tipo de sociedad que tenemos, como lo hace en otros países.

En Estados Unidos y América Latina tenemos el libre juego comercial, entonces la radio refleja el libre juego comercial. Si analizamos en América Latina o en Estados Unidos quiénes son los que poseen esta red comunicacional que es la radio, la televisón y la prensa, nos damos cuenta que son un reflejo de la sociedad de libre juego comercial. Por lo tanto; ¿quién tiene acceso a las licencias? Pues aquellos que están en la sociedad entre las clases políticas que las pueden conseguir, entre aquellas clases que tienen poder económico para conseguir equipos. En conclusión es muy difícil que una comunidad campesina, en nuestro sistema, tenga una emisora, porque una comunidad campesina generalmente no sabe leer ni escribir, (las cifras establecen que, en las comunidades campesinas, no saben leer ni escribir del 40o/o al 60o/o) si no saben leer ni escribir, ¿cómo van a aplicar para con-

seguir una frecuencia? ¿cuáles son las clases desposeídas en América Latina?, las campesinas. ¿cómo van a tener dinero para conseguir equipos que tienen que venir tal vez de Estados Unidos pasar por aduanas, pedir permisos, conseguir divisas, ir al Banco Central para permisos de importación?; imposible. Supongamos que consiguen la frecuencia, supongamos que consiguen los equipos; ¿quién arregla luego esos equipos? son equipos más o menos sofisticados; los campesinos no pueden arreglar esos equipos. Entonces estamos en un círculo vicioso. No tienen frecuencias porque no saben conseguirlas, y no saben conseguirlas porque no tienen acceso al sistema dinero, educación, influencia política, etc.

El sistema político-social-económico de nuestra América es un sistema de libre juego, en el cual el que tiene tráfico de influencias, tráfico de dinero, etc., puede conseguir estos medios de comunicación. Se me dirá: "no es así en todas las partes del mundo". No; no lo es. Por ejemplo, en Inglaterra, no es así. ¿Quiénes son allí los que tienen las frecuencias de radio y televisión?. No es la gente poderosa, es el Estado. En Inglaterra es el Estado hace este discurso: "Las frecuencias de radio son muy limitadas; el dial tiene X frecuencias de radio. No se pueden dar al mejor postor, al que tenga más influencia, sino que tienen que ser de todos los ciudadanos y por lo tanto el pueblo, el Estado se reserva el derecho de manejar estas frecuencias". Algo así como pasa por ejemplo en Ecuador con el petróleo, no hay ningún privado que diga: "yo compro una licencia para manejar el petróleo". El gobierno, el Estado Ecuatoriano dice: "el petróleo es una riqueza nacional y la maneja directamente el Estado". Pero no sucede así, por ejemplo, en Estados Unidos. En Estados Unidos el petróleo lo manejan los particulares, el que encontró su petróleo, lo explota; en el Ecuador no. Lo mismo pasa con las frecuencias de radio y televisión en Europa, en Africa, Oceanía y en los países socialistas, es que se trata de un valor tan grande,

tan poderoso, que los Estados no quieren, de ninguna manera, cederlo a los particulares.

Por eso es que, en tales países, no pueden florecer las emisoras populares porque la ley no lo permite, ni la sociedad lo permite; todo lo controla el Estado. Entonces viene una pregunta. Si todo lo maneja el Estado, ¿eso va a ser un monopolio, vamos a estar manejados por el Estado?. En unos países el Estado usa las frecuencias para su propaganda política, pero en muchos Estados no es así. El Estado, a pesar de que es el dueño de las frecuencias, no las puede manejar. Algo así como, por ejemplo, lo que ocurre en el Ecuador y en general en América Latina, que las Universidades Centrales son del Estado. El Estado las mantiene y, sin embargo, pocas universidades del Estado son perros fieles del Gobierno de turno. Al contrario, las universidades suelen ser críticas respecto de la sociedad y del Estado. O sea: hay instituciones en América Latina que perteneciendo al Estado, son, sin embargo, entidades críticas de los gobiernos.

Veamos un ejemplo de ésto mismo, en cuanto a radiodifusoras, en Holanda: La ley de radiodifusión de Holanda, establece que todas las frecuencias son del Estado y que éste tiene que dar fondos para las frecuencias, para las emisoras de radio. Sin embargo, el Gobierno no puede controlar las emisoras. Según la Ley, el tiempo se divide en distintas etapas: A, B, y C. Entonces ¿quién consigue el tiempo A?. La ley dice: "pueden hablar en el tiempo A aquellas organizaciones que tienen, por lo menos, 450.000 socios contribuyentes que quieren que esa institución tenga un programa de radio". Por ejemplo, hay un sindicato que tiene como mínimo 450.000 socios y recoge igual número de firmas y las correspondientes aportaciones económicas; este sindicato tiene, por Ley, derecho tiempo A.

Hay una religión X, que tiene 450.000 miembros, firmas y contribuyentes que quieren pagar; entonces tie-

ne también derecho al tiempo A. Lo mismo pasa con las Universidades, cooperativas, en fin, con cualquier institución legal del país que tenga este número de socios.

Luego, tiempos B. Hacen falta 300.000 socios; y, tiempos C, 150.000 socios. De hecho hay 8 instituciones que van desde sindicatos hasta iglesias evangélicas y la Católica, que tienen derecho a usar la radio, y ese "tener derecho" es un **derecho libre.** Es decir: no están coaccionados; no les dicen "usa la radio si estás a mi favor", sino: "Usa la radio y eres libre para usar tu espacio".

En América Latina la radio, como la televisión, ha seguido el libre juego comercial que nosotros tenemos y por lo tanto se ha mantenido más bien en manos de las clases media y alta. Sin embargo las clases populares, como son las campesinas, se han mantenido al margen de la radio y más bien son **objetos** de la radio, es decir les ha bombardeado con publicidad, música, etc., pero no han tenido acceso a la **posesión** del medio.

No obstante, nuestro sistema político-social y económico es moldeable; tiene lo que se llama "fisuras en el sistemas; no contempla todas las posibilidades y hay modos de poderse escapar. Por ejemplo: En América Latina hay unas 400 emisoras pequeñas que, al amparo de leyes, han podido sobrevivir como emisoras populares. Sobre todo la Iglesia Católica ha podido conseguir frecuencias que ha puesto al servicio de las clases populares. Así han emergido cientos de emisoras en toda América, desde México hasta Patagonia, que están en pueblecitos pequeños. Han conseguido licencia, equipos y han logrado preparar algunas personas para que hablen por el micrófono, con muchos sacrificios y dificultades. Hay instituciones, como la Iglesia, los sindicatos, las cooperativas, las federaciones (como puede ser la federación de choferes) que consiguen una licencia para poder manejar el medio. Entonces, el primer paso de una emisora popular consiste en que una institución, consigue una licencia por el tráfi-

co que tiene de influencias. Pero esta institución, en vez de tomarse la licencia para sí misma, la pone a disposición de las clases populares, y éste es, diríamos, el primer esbozo de una radio popular: una institución que tiene el deseo de dar esa frecuencia a las clases populares-. Este es el primer paso en una muy compleja pedagogía para llegar a lo que es realmente una emisora popular, y así hay más o menos unas 400 emisoras.

Después viene el segundo paso como por ejemplo, en Guatemala, la Federación Guatemalteca de Escuelas Radiofónicas. Estas emisoras fueron fundadas por la Iglesia y al cabo de unos 10 años se las dieron, incluso jurídicamente, a las Asociaciones campesinas, de tal manera que las Asociaciones Campesinas indígenas de Guatemala tienen, "iure propio", estas emisoras, estas frecuencias, que no consiguieron ellos porque no podían llegar al poder, las consiguieron a través de estas instituciones. El último paso es, por ejemplo, las emisoras mineras de Bolivia en las que, desde el primer momento, los mineros consiguieron frecuencias de distintos gobiernos para tener ellos dominio de la radio. Esto explica un poco el fenómeno de las emisoras populares.

Veamos ahora, qué es lo que hace una emisora popular y que no hace una emisora comercial.

1. La emisora popular es una emisora que está en una región central, en la cual convergen muchos servicios. Por ejemplo, ERPE, en Riobamba. Esta ciudad es un centro comercial a donde van los indígenas los sábados al mercado, es un centro religioso donde está el Obispado, centro civil con la Alcaldía y la Gobernación, etc. La radio es como un centro al cual confluyen muchas cosas, no puede estar en un sitio periférico. Sé de un sitio en que querían hacer una emisora para campesinos y pusieron el centro de transmisión en la ciudad, a 500 Kms. La emisora tiene que ser en un sitio céntrico,

no periférico, para que se pueda ir desde la periferia al centro.

2.- Tiene que ser horizontal. A qué me refiero con horizontal? Generalmente la emisora tiene un símbolo en la antena, pero la emisora popular, con tener la antena, no es vertical sino horizontal. Esto significa que la radio, cuando lanza un mensaje, un programa por esa antena, no la lanza para ver quién lo pesca. Horizontal significa que tengo las distintas comunidades con sus problemas, sus angustias, necesidades y todas esas comunidades envían sus programas, o van ellas mismas a ese centro, a lanzar su clamor por esa antena. Entonces, lo que sale por la antena no es un disco para "ver quien lo pesca", sino un programa sentido por la comunidad, como puede ser por ejemplo, cual es el precio del café, o como se hace para que mis hijos no tengan diarrea. Cuando sale un programa en una emisora horizontal ya ha habido muchos niños con diarrea, la audiencia ya sabe de lo que están hablando. O muchas madres han muerto en el parto, y el pueblo necesita mejorar las condiciones higiénicas y sanitarias. Entonces el programa es algo esperado por la comunidad. Esto se llama **horizontalidad**, que viene de la periferia hacia el centro. La emisora, la antena, es el punto de presión por donde explotan las necesidades del pueblo que nuevamente caen como una lluvia sobre la gente, no para molestar sino para refrescar.

3.- La radio es el centro donde convergen todas aquellas instituciones, personas, líderes, que tienen algo que hacer en la comunidad. Es algo así como una colmena a donde llegan las avejas de todas las partes, trayendo el polen de las flores de alrededor. Si hay un problema de tipo médico, el médico explicará el origen de la enfermedad, por qué hay tal o cual epidemia, cómo se combate el mal. La radio

se convierte en una fuente de conocimiento, de comunicación, el médico tiene su lugar porque en esa situación la región necesita del médico; lo mismo sucede con el agrónomo, el líder religioso, el maestro, en fin *cualquier persona* que tiene algo que ver con el pueblo, por ejemplo, el líder sindical, el líder político, no el politiquero, sino el verdadero político. La radio tiene que ser, ciertamente, el centro a donde van esas personas y entidades que tienen que ver algo con la comunidad, o que están comprometidas con ella y que, sin duda, no quieren extorsionar a la comunidad.

4.- Este tipo de emisoras es supletoria de los servicios que no tienen las comunidades. Por ejemplo; la radio debe suplir al teléfono. Cuando muere una persona, y no hay sistema telefónico en la comunidad, la emisora-colocada en el centro geográfico-comunica la defunción, indicando el día del entierro, etc.

Tiene que hacer también de médico, como decíamos antes, en situaciones donde no tenemos médicos. Si hay una epidemia, debemos combatirla. La radio puede ser hospital en el aire. Existen técnicas que se pueden perfeccionar muchísimo. Por ejemplo, conozco un proyecto en Bolivia en el cual, la radio organiza, con un médico especializado, cursos a 20 ayudantes descalzos, y les entrena para atender necesidades básicas (como poner una inyección, tomar la temperatura, la presión, etc); esas 20 personas van a las distintas comunidades. En esas comunidades hay un pequeño centro de salud, donde tienen medicinas clásicas, como las aspirinas, los jarabes para catarros, termómetros, tensiómetros y puede ser que tenga los antídotos para cuando una serpiente pica. Entonces, ¿qué función tiene la radio?: a) entrena estas personas; b) estos "médicos descalzos", cuando tienen un problema

que no saben atacar, preguntan-a través de un transciver- al médico- lo que deben hacer y el médico va viendo qué tipo de antídoto o medicina se debe utilizar y así mismo lo lanza por el aire para que los otros médicos descalzos puedan escuchar y vayan aprendiendo. Esto quiere decir que se puede dar una lección más a través de la radio y tenemos 20 centros que van escuchando cómo se puede mejorar la salud del pueblo. La radio puede hacer de hospital.

La radio será también escuela: A través de una emisora de radio los niños aprenden a leer y escribir en países en que el maestro rural no existe o está mal preparado.

5. La última cualidad de la radio o emisora popular es que ella manifiesta la conciencia crítica y política de la sociedad. Es algo así como un aguijón enclavado en la sociedad para despertarla de sus problemas. Estudiemos algunos casos típicos. A los agricultores les compran las papas a precios irrisorios: Si está el quintal a s/. 450,oo, al campesino se lo pagan a s/.150,oo. Cuando hay una emisora que recoje el lamento del agricultor, que dice que le han pagado las papas a s/.150,oo, o 250,oo, cuando está a s/.450,oo, entonces esa emisora se convierte en conciencia crítica. En tiempos de elecciones van los políticos a las comunidades a prometer y hablar. Los campesinos dicen: "por aquí han venido muchos y no van a hacer nada". Ese comentario que se dice en un pueblo, sólo cuando tiene la resonancia de un micrófono y rebota por las ondas, toca la conciencia de los políticos y el alma de los agricultores para saber por quién tienen que votar y qué conciencia crítica y política deben tener.

Esto es más o menos una visión de lo que es la emi-

sora popular. Creo que es muy distinta de la visión de la radiodifusión comercial, como la conocemos, puesto que es otro tipo de radio. Evidentemente tienen muchas dificultades. He contado las alabanzas teóricas de la emisora popular, pero si fuese tan buena como digo, habría muchas emisoras populares y poderosas. La verdad es que hay pocas y no son tan poderosas, porque las dificultades son muy grandes: conseguir equipos, frecuencias, manejar esos equipos, entrenar al personal para hacer buena radio. Lo lamentable es, sin duda alguna, que en América Latina la radio comercial supera, técnica y programáticamente, con mucho, a la emisora popular.

Por eso las agencias internacionales de desarrollo tratan de ayudar a la emisora popular porque no tiene medios para una buena calidad, ni para entrenar a sus empleados. Sin embargo, es una alternativa de Radiodifusión tener este tipo de emisoras populares. Es un esfuerzo que la sociedad debe apoyar porque es la única manera de que nuestras clases marginadas puedan tener una palabra significativa en su vida.

Una última respuesta a una pregunta que voy hacer. ¿Por qué, si la calidad de la emisora popular es baja, la gente la escucha?. La respuesta es que cuando el contenido es significativo, la gente escucha con interés, pese a la baja calidad.

Imaginemos, en Bolivia, una emisora minera que tenga una calidad de sonido pésima, llena de ruidos e interferencias, pero que esté pasando una entrevista con los mineros presos por la huelga. Sin duda escucharé mi emisora minera, porque allí habla mi padre preso o mi esposo encerrado en la mina. La buena música de la emisora comercial se perderá en el altiplano.

Las emisoras populares tienen un gran contenido pero su forma es deficiente. Debemos hacer un esfuerzo para darles capacidad de forma.

RADIO LATACUNGA

Javier Herrán

En este trabajo dedicado a la Emisora Popular, los de Radio Latacunga, queremos compartir nuestra experiencia. Una experiencia que ha surgido de inquietudes que buscan estar cada vez más cerca del marginado de las clases populares. Inquietudes y experiencias compartidas con Instituciones que están en la misma búsqueda. A este proyecto le hemos dado también un nombre. Le llamamos: Educación No Formal Radiofónica.

Ha sido en el campo de trabajo donde nos hemos encontrado. Allí ha habido instituciones como Radio Latacunga, el Ministerio de Educación y Cultura, CIESPAL, el Instituto Nacional de Capacitación Campesina,

INCA, Proyecto de Desarrollo Rural Integral, TTP y también una institución nacional del Banco Central que se llama Foderuma. Instituciones que, en este caso, han demostrado querer acompañar al protagonista de esta experiencia. El protagonista es la organización campesina.

Radio Latacunga nace como una respuesta a planteamientos del movimiento indígena de Cotopaxi. La organización Movimiento Indígena, toma conciencia del poder de la radio como medio de comunicación, como fuerza para cohesionar y como apoyo a su identidad cultural; y además ve en este medio una gran posibilidad para fortalecer la misma organización. Con estos planteamientos Radio Latacunga se presenta desde su inicio, apenas hace 3 años, como una experiencia de comunicación participativa. En ese momento sabíamos qué queríamos, pero no sabíamos cómo. La radio tenía que ser reflejo de la vida de las comunidades de la misma organización. Pero, ¿cómo podía ser reflejo de esa vida una radio? Iniciamos el proceso. Primeramente las organizaciones de grado eligen a los locutores. Segundo paso: se capacita a reporteros populares para que trabajen en cada una de las organizaciones. Como tercer paso se da el micrófono abierto a todos los miembros de las comunidades. Pero el resultado no reflejó la vida de los diferentes grupos organizados. El mensaje era más individualista que de la organización. No todos podían llegar a los estudios de la emisora. Los locutores elegidos por las organizaciones pasan, ellos como personas, a ser protagonistas del proceso. Resultado de evaluación: ésto no es todo el camino.

La organización campesina tomó conciencia de que ella no podía llegar a la radio. Los estudios están en la ciudad, una ciudad pequeña con características rurales, pero de todas formas lejos de sus comunidades; existen dificultades de horarios de trabajo, distancias, días, etc. Era necesario llevar la radio a las sedes sociales de

las organizaciones; así nacen las cabinas de grabación. Las cabinas de grabación son el **lugar físico** donde se desenvuelven los centros de comunicación popular y allí comienza, para nosotros y para la organización, a aclararse un poco el proceso.

El reportero popular ya no es un mero redactor de noticias y entrevistas, alguien que lleva un cassette a la emisora. Allí, en su propia casa comunal, en la sede de su organización, está la radio. Tiene la posibilidad de discutir, crear y generar todo el proceso radiofónico. La cabina es la oportunidad de hacer su programa. El mensaje empieza a tener imagen social, la organización comienza a verse reflejada en su propio programa y al mismo tiempo, esta misma organización está en posibilidad de controlar el programa. Los proyectos de desarrollo encuentran en el programa elaborado por las mismas organizaciones la mejor forma y el mejor método para poder apoyar sus trabajos de campo. Pero el medio radio tiene sus reglas y sus exigencias. Es necesario que aquellas personas que trabajan en la cabina conozcan algunas técnicas.

La vida de la comunidad, además, requiere de nuevas propuestas para ampliar su horizonte cultural. Y aquí aparece la colaboración, tanto de CIESPAL como del Ministerio de Educación y Cultura. El Ministerio propone potenciar la experiencia con un mayor apoyo a las organizaciones mediante el seguimiento en el trabajo de campo, investigación de necesidades, presentar alternativas -alternativas que sean operacionales- a algunos de los problemas de las comunidades. Es decir: hacer conciencia del hecho educativo en toda la provincia. Hacer de la radio una tribuna educativa. En la marcha se va aclarando el panorama. Vemos las posibilidades de la experiencia, sus límites, los numerosos problemas que siguen apareciendo. Actualmente, Radio Latacunga, que es una radio comercial (porque de algo tiene que vivir) dedica una hora diaria para los programas grabados en castella-

no por las organizaciones y hora y media para los programas grabados en idioma quichua.

Es de notar el esfuerzo que hacen las comunidades autóctonas quichua-hablantes para transmitir a toda la comunidad provincial, a toda la ciudadanía, su mensaje. El esfuerzo que hacen para elaborar su programa también en idioma castellano no tiene paralelo en los radios comerciales.

EL PROCESO DE CAPACITACION

Gloria de Dávila

A través del proyecto de comunicación popular que estamos ejecutando con CIESPAL, gracias al auspicio de Programas del Proyecto Educativo del Aula, hemos acompañado el proceso de Radio Latacunga, ayudándole en la capacitación básicamente y en su utilización de las cabinas de grabación en las organizaciones de segundo grado, concretamente 4 de ellas de la Provincia de Cotopaxi. La capacitación tiene 2 niveles, básicamente: uno a través de cursillos o talleres, en donde se hace un adiestramiento en técnicas de radiodifusión que permita el manejo de todo lo que es la noticia; el manejo de equipo; organización de lo que suele ser entrevista y la charla narrativa, para que logren constituír una Revista

Radiofónica Educativa. Por otra parte, la capacitación no concluye ahí ésto es un momento inicial, motivador y animador. Otra práctica se halla en el campo en las propias organizaciones y es un seguimiento permanente que se efectúa a través de los promotores, que trabajan directamente con las organizaciones campesinas acompañando el proceso de Producción de Programas, que produce un programa diario y un programa semanal en castellano, que varias comunidades de quichua-hablantes producen también en quichua. El acompañamiento tiene el sentido de conformar un equipo de trabajo permanente, creando la práctica de elaboración de la Radio Revista Informativa y de consolidación de las organizaciones de segundo grado. La radio y la cabina de grabación se constituyen en un espacio de fortalecimiento de cada organización, y están a su servicio. Estas organizaciones buscan ayuda para el análisis de su realidad y ajuste de las alternativas de solución.

En el trabajo cotidiano es donde se ha visto, básicamente, cuál debe ser el formato del contenido de los programas. Se ha trabajado en quichua, logrando así una mayor y real expresión de las organizaciones en su idioma, recuperando su identidad lingüística, que de alguna manera estaba perdida u oprimida. La capacitación va a tener un tiempo que es justamente el tiempo de maduración, pues lo que se busca es que las propias organizaciones y las propias cabinas de grabación continúen trabajando por sí mismas. De la práctica que se halla en desarrollo desde hace cerca de un año y medio, se concluye que la propia experiencia enseña. Al inicio nadie entendía mucho lo que eran éstas cabinas de grabación, pero ahora entre una y otra organización aprenden de su propia práctica al oírse, simplemente escuchándose: oyen y ya van produciendo mejores programas, sin mayor capacitación. Vemos que éste es un proceso que sólo en la marcha se va desarrollando.

ERPE – RIOBAMBA

Raúl Gavilanes

Educar es libertar. Esta frase resume la obra que realiza Monseñor Leonidas Proaño, en varias provincias del país. No puede hablarse de libertad si el hombre sigue en las tinieblas, la ignorancia es la obscuridad más oprobiosa. Muchos grupos y partidos de toda posición han hablado de libertad; pero nada han hecho por entregar la luz, la verdad,la cultura a los hombres que rumian su triste ignorancia. El campesino ecuatoriano, y en especial el indio de nuestras serranías, fue tomado como objeto de proclamas líricas que jamás dieron redención a su espíritu ni aplacaron su hambre. La demagogia no puede construír nada; lo destruye todo porque solo es vaciedad y engaño.

Las Escuelas Radiofónicas Populares, constituyen la más rotunda prueba de la fé y el amor. Fe en el destino de miles de ecuatorianos a los que no se les ha dejado participar de la vida y el alma de la patria. Amor cristiano y humano, a quienes esperan con brazos abiertos para que se les construya su personalidad. Fé y amor han inspirado a la Iglesia de Riobamba para establecer en el Ecuador las Escuelas Radiofónicas Populares. Ubicándonos en el año en que aparece Escuelas Radiofónicas Populares, solamente en Chimborazo hay 160 mil indios analfabetos. La población total de esta provincia sobrepasan los 300 mil; de los cuales 195 mil son indios que viven en 500 caseríos dispersos en montañas y páramos. Sus condiciones de existencia son miserables; sus pies y manos están estropeados por su suerte y sus entrañas son mordidas por la desnutrición y el hambre; y, por si fuera poco, el salario de su trabajo es tremendamente injusto. Estos campesinos, en su mayoría, no tienen tierras propias y viven en chozas ayunas de higiene, hechas de paredes de barro, techos de paja, todo asentado sobre un recorte de tierra en la que conviven hombre, animal y dolor. El indio, ser infrahumano para muchos, tiene sin embargo alma sana e inteligencia virgen. Este ser **espera** y este ser **es esperanza.** Dentro de éste contexto se funda Escuelas Radiofónicas Populares en Marzo de 1962, bajo la inspiración de MOnseñor Leonidas Proaño, Obispo de la Diósesis, quien designa como Director de la Institución también a un sacerdote el Padre Rubén Veloz. Junto a él colaboran 4 sacerdotes y 5 religiosas. Como ustedes comprenderán es una institución eminentemente de la Iglesia. Con el tiempo veremos la secuencia que ha seguido. Hoy la Institución se encuentra en manos de seglares.

Como recursos técnicos para su trabajo, Escuelas Radiofónicas utilizó un transmisor en onda corta y los equipos de estudio para la emisión y grabación. Fueron repartidos 10 receptores en 10 distintas comunidades de la provincia del Chimborazo. Los objetivos iniciales de

la Institución, fueron: evangelizar, concientizar y alfabetizar. Los destinatarios de esta acción fueron los sectores marginados, particularmente los campesinos indígenas de la provincia del Chimborazo y del país en general. Escuelas Radiofónicas, en sus 23 años de vida, ha tenido 3 etapas bien marcadas.

LA PRIMERA ETAPA

De 1962 a 1974 se realizó alfabetización, teniendo en gran parte como modelo a Radio Sutatenza de Colombia. Realmente la experiencia de Colombia fue utilizada por nosotros, tratando de ubicarnos, de adecuarnos a la realidad socio-económica de nuestra provincia y de nuestro país. Se puede decir que, en esta etapa, mucho hicimos en el aspecto desarrollista; también debe anotarse que nuestra acción estaba marcada en el aspecto religioso. En este período la radio fue el elemento principal de acción educativa y relación con los sectores con los cuales trabajamos. La comunicación es vertical; el destinatario, el campesino, tiene participación en nuestras emisiones, en nuestros programas, pero no en el grado que debió haber sido. Sin embargo, pese a estas circunstancias el programa de Escuelas Radiofónicas tuvo una rápida expansión en el país. Llegamos en un momento a cubrir 16 provincias de las 3 regiones de la sierra, la costa

y el oriente. En las 16 provincias llegamos a tocar 350 comunidades. La radio es la punta de lanza, pues abre posibilidades a la misma institución Escuelas Radiofónicas Populares, como también a organismos públicos y privados. La característica especial de nuestra emisora, en ese entonces y hoy, ha sido el bilinguismo. Nuestras emisiones se han hecho en castellano y en quichua; y en algún momento -como habíamos indicado antes- si trabajábamos también en la zona oriental teníamos que llegar con la lengua de la población con la que trabajábamos; así se incorporó el idioma shuar. Para ello tuvimos la presencia de personas de esta nacionalidad, quienes permanecieron en Escuelas Radiofónicas haciendo sus programas propios, con las orientaciones de la -modesta o grande- experiencia que nosotros habíamos ido acumulando en nuestro quehacer diario.

Como efecto de nuestra presencia en el sector del oriente, más tarde, al no encontrar una real respuesta, los destinatarios de nuestro programa crearon su propia emisora, la que ha funcionado y funciona bajo la dependencia de la Federación Shuar. También podríamos hablar de Radio Mensaje, de Tabacundo, al norte de la provincia de Pichincha. En este lugar también participamos pero, luego de una etapa de trabajo, buscaron independizarse para lograr una respuesta más concreta, más efectiva en la zona. En esta primera fase, se inician, si se quiere, las primeras concentraciones. Escuelas Radiofónicas, en sus programas, realizaba las fiestas de la lectura -que consistía en la concentración de determinados sectores para evaluación, o si se quiere exámenes públicos-. Otro tipo de concentraciones se hacía también con motivos de la celebración de las fiestas patronales. Realmente, el significado no era el de concentrar a la gente para que dé su examen; tampoco era el objeto primero el de rendir culto a la patrona de la institución. El objeto era conseguir la **organización de la gente;** que ellos y nosotros nos demos cuenta de nuestras propias capacidades, de nuestros propios valores. Paralelamente a estos trabajos en

Escuelas Radiofónicas, se crea una hospedería campesina, la misma que tenía como finalidad dar albergue y cabida a las personas que salían del campo a las ferias, o personas que trabajaban también en la ciudad como cargadores, y, en lugar de ubicarse o dormir en los pretiles de las Iglesias o en las aceras, procuramos darles un techo bajo el que se sentían más cómodos.

También en esta etapa se hicieron las primeras experiencias sobre el servicio médico. Se creó en la Institución un servicio médico y se extendió más tarde a 7 comunidades campesinas, donde por primera ocasión estaba llegando el médico. Quizá podríamos hablar de las primeras experiencias de la medicina rural. Escuelas Radiofónicas también participó, por encargo del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, colaboró en una investigación para la implementación del seguro campesino. Ha sido preocupación permanente la capacitación del personal, del personal de planta y del personal de campo.

LA SEGUNDA ETAPA

En la etapa segunda, si nos ubicamos cronológicamente, digamos del año 72 al 77, decae el interés por la alfabetización, nos preguntamos, el porqué y así se inicia un período de evaluaciones a nivel interno, a nivel nacio-

nal y también una evaluación a nivel internacional. De las conclusiones extraídas surge la necesidad de crear un programa de post-alfabetización, para lo cual se realiza una investigación socio-educativa y luego se planifica el programa, que nosotros lo hemos denominado Sistema de Tele educación. Con esta planificación, hemos lanzado nosotros el sistema de Tele educación. Es el programa que actualmente tiene Escuelas Radiofónicas Populares en marcha; es el programa que actualmente se encuentra en experimentación. Hay muchos aciertos y muchos errores. El Sistema de Tele educación tiene como objetivos brindar a la población marginada una preparación básica, suficiente para poder desenvolverse en la vida cotidiana, en especial en el marco de las circunstancias productivas del medio. Un segundo objetivo es dar a la población marginada la capacidad suficiente para la realización de actividades ulteriores de estudio o de trabajo, acordes con los propios intereses y las necesidades previsibles de cada región y del país en materia ocupacional. Estimular el desarrollo de un conjunto de actitudes, hábitos y habilidades que permitan al estudiante la utilización de métodos y técnicas para conseguir su perfeccionamiento constante mediante la autoeducación.

Intentaré exponer, mediante un esquema el contenido el significado del sistema de Tele educación. Comprende 3 grados; el primer grado, o de básica-que podríamos comparar con la educación primaria-; el segundo grado, o de enseñanza media-que podríamos comparar (aunque en términos no apropiados, pero que nos permitirán captarlo con más claridad) al ciclo básico; por último el tercer grado, o el de profesionalización. Actualmente tenemos implementado el primer grado y estamos trabajando respecto al segundo.

En el primer grado tenemos 5 áreas de estudio, las áreas conocidas (Idioma Nacional, Matemáticas, Ciencias Sociales, Ciencias Naturales) y la quinta área, que corres-

ponde al aspecto laboral. Los contenidos de estas áreas académicas han sido elaborados pensando con y en el adulto. Lo hemos elaborado con la participación de los mismos beneficiarios y usuarios de nuestro programa; y de ahí que los contenidos, si bien tienen una identidad -en principio- con los programas del Ministerio de Educación, tienen también un **nuevo aporte** que se ha dado con el objeto de llegar hasta nuestros usuarios, hasta los beneficiarios de nuestro programa con un curriculum que responda a su realidad.

Dentro del área laboral, que es la innovación que se introduce, debemos indicar que existen las opciones laborales en manualidades y en agropecuaria. Dentro de manualidades tenemos corte y confección, tejidos y bordados; también impartimos formación para auxiliares de enfermería. Tenemos, en el campo agropecuario, la formación para cría de animales menores y también para cultivos. Dentro de los animales menores podríamos hablar de la crianza de cuyes, de aves, conejos, chanchos. En el campo agrícola experimentamos nuevos cultivos, que pueden ir incorporándose a las zonas que han tenido un cultivo tradicional; podríamos hablar del tomate de árbol, del babaco y otras especies similares.

Ha sido una permanente preocupación de la institución el tratar de certificar los estudios nuestros que nuestros participantes hacen en el programa de Tele educación. Para ello, hemos recurrido al trabajo que realiza Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador. El programa está reconocido, pero aún falta, desde hace unos años, la reglamentación que nos permitiría entregar la certificación oficial a las personas que están participando en nuestro programa. Por otra parte, en el área laboral, como institución, no podemos cubrir realmente las opciones que les estamos presentando y hemos tenido que recurrir a la Escuela Superior Politécnica del Chimborazo, para que ellos a través de su asesoramiento de su presencia en los diferentes cursos modulares, reconozcan los

estudios que en estas opciones van haciendo nuestros estudiantes.

LA TERCERA ETAPA

El sistema de Tele educación está en experiencia, como hemos dicho. No está concluída esta experiencia; nos queda mucho camino por recorrer y, al igual que otros programas contamos con muchos aciertos y también con muchos desaciertos. La retención del hombre adulto es bastante difícil por las responsabilidades que tiene con el hogar, con su familia. Dentro de la metodología de trabajo utilizamos un material escrito, unos folletos. Junto a esos folletos tenemos también la presencia de personas que tienen a su cargo la planificación y la ejecución del programa a nivel de planta, y en el campo, tenemos también la ayuda y la presencia del campesino, contamos con coordinadores a nivel zonal y a nivel de centro. Estas personas son las que complementan la acción, que desde la planta, lleva a cabo Escuelas Radiofónicas. En la comunidad toma su responsabilidad el coordinador, que es una persona de la misma comunidad, seleccionada por el grupo que está participando; es quien ayuda, en las reuniones semanales que se tienen a aclarar las dificultades, los problemas que los estudiantes hayan encontrado en la semana de estudio individual.

Esta reunión semanal no solamente tiene como objeto tratar de superar las dificultades encontradas, sino también el de discutir, el de procurar la solución a los problemas que vive la comunidad. En esta reunión semanal se dá el compromiso de parte de los estudiantes para poder ejercer una actividad plena en concordancia con los organismos existentes en el lugar (como puede ser una asociación, una cooperativa, o el cabildo, que es el organismo legal y político). Además de la presencia de la persona y del material escrito, está la presencia de la radio.

A través de la radio, nosotros emitimos charlas de refuerzo, charlas de apoyo; a través de la radio promocionamos el sistema, promocionamos las acciones en las que participan, las acciones realizadas por la comunidad. A través de la radio no solamente entregamos estas charlas que son refuerzos, porque no es una repetición de los contenidos que están dados en los folletos, sino que el contenido de los folletos lo trasladamos a una situación real de la comunidad; a una situación que vive el hogar, a una situación que vive la cooperativa, a una situación que vive el cabildo, a una situación que vive el grupo. Tratamos, en estas clases o en estas charlas de refuerzo, de ser una respuesta a la realidad en la que estamos sumergidos.

La radio pretende ser un medio de participación para el pueblo, la radio es el medio a través del cual se lanzan las denuncias de las injusticias que se cometen con la gente del pueblo, con el campesino, con el ciudadano común y corriente, con las organizaciones populares. Por eso procuramos en nuestra emisora lograr la presencia permanente del pueblo y las comunidades; como voceros de estas comunidades tenemos a los reporteros populares. Fue una experiencia iniciada en un momento en el que Radio Nederland estuvo con nosotros, en el año 79-80; una experiencia que nos ha dejado resultados positivos, pero que, creemos, debemos ir renovando con

las experiencias acumuladas hasta la fecha y procurar ser más efectivos en nuestra acción. Tratamos de que la radio produzca un impacto en el medio, y ésto ha provocado reacciones; reacciones en los sectores de poder y reacciones, también, en las autoridades. No siempre han sido reacciones negativas; también las hubo positivas, porque ante la denuncia que se ha lanzado a través de la radio, han sido atendidas las necesidades de las personas y las comunidades. La radio diariamente pretende contribuír a la organización popular, al rescate de los valores culturales y para ello, como institución y como radio, ha estado realizando -permanentemente- festivales y peñas; se ha motivado la creación de conjuntos folklóricos.etc. Se está contribuyendo a la formación de la opinión pública, mediante noticieros, comentarios, entrevistas, paneles. La radio quiere ser la voz del pueblo, la radio debe estar al servicio de los necesitados. Eso es lo que pretende hacer, eso es lo que **está haciendo,** Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador.

La definición ideológica de Escuelas Radiofónicas se ha nutrido en las orientaciones de la diósesis, en las orientaciones de Monseñor Leonidas Eduardo Proaño; hoy ya no somos los sacerdotes que iniciaron la institución, se ha dado el paso, se ha abierto el camino, se han abierto las puertas, para que seamos los seglares quienes, concientemente, asumamos el reto de la realidad actual. La radio como sabemos es un elemento útil para la comunicación, para la educación, para la concientización, en definitiva para la libertad del pueblo. Este es nuestro objetivo final y el gran desafío que hoy tenemos que enfrentar. Escuelas Radiofónicas ha puesto a consideración de ustedes esta experiencia. Una experiencia que ha sido muy enriquecedora para nosotros, muy aleccionadora, porque al acercarnos al pueblo, al acercarnos al campesino, al acercarnos al indígena, hemos podido gozar, hemos podido aprender de lo que ellos saben, de lo que ellos tienen, de lo que es realmente su cultura. La tarea es grande, y en ella todos tenemos una parte que cumplir

y un aporte que dar. Eso es lo que pretendemos hacer a través de nuestra actividad en ERPE.

LA EMISORA POPULAR DE IQUITOS

Carmen Pueyo

Voy a referirme a la experiencia de una radio que está ubicado en el corazón de la selva peruana, en Iquitos.

Es una emisora de la Iglesia Católica (pertenece a dos vicariatos apostólicos) y se creó con el afán de mantener informada y comunicada a toda aquella población dispersa de una extensión de 235.000 kms2. De un puesto de misión a otro hay hasta 1000 kms.; de un puesto de la misión hasta la capital hay a veces hasta 9 días de viaje. En algunas comunidades (hemos hecho un estudio), sólo el 5o/o de las familias tienen aparato de radio-y el aparato de radio es el único medio de comunicación en

esos lugares- creo que como comunicadores sabemos todos que la información es el medio fundamental de integración de las comunidades.

Hemos pasado por diferentes vicisitudes. Yo estoy en la selva desde 1980, año en que llegó el equipo de Radio Nederland que fue de gran ayuda, tanto en equipos técnicos cuanto en asesoría para formación de personal. Todo el equipo humano que entonces trabajaba en la selva acogió aquel proyecto con mucho entusiasmo, pero yo ahora recordaría lo que ha dicho Antonio Cabezas: "una cosa es pensar en qué consiste la Radio Popular y otra cosa es llevar a la práctica aquello que pensamos que debe ser".

Nos ha creado muchísimas dificultades encontrar un equipo humano de allí mismo, que lleve a la práctica aquello que nos proponíamos, eso ha sido difícil, lo ha sido incluso en el entendimiento de las personas que dirigían la emisora con una dificultad grande, tengo que decir que hemos cambiado (en este tiempo) 3 veces de dirección, con las dificultades que eso implica.

Voy a exponer ahora qué hacíamos y qué hemos llegado a hacer en este momento. En principio nosotros logramos equiparnos más o menos en formatos radiales que llamabamos populares: el Informativo Popular, la Radio Revista Educativa, etc. Lo cierto es que, pensado que lo mejor era que el pueblo hablase, hablabamos nosotros. Era verdad que nosotros ibamos a buscar la palabra del pueblo, pero solo a través de un género la entrevista. Hemos hecho intentos de formar grupos para hacer sociodramas, para que ellos mismos expresen su problemática, pero, por la razón que sea, no hemos tenido mucho exito.

En aquel momento de entrenamiento, en el año 1981, una las producciones que mimamos más, fue un Informativo Popular, que hubiese sido (de haber tenido

éxito) un programa bien diseñado. Convocamos a las comunidades para que enviasen dos personas de cada una de ellas, para formarse un poco en la actividad; de corresponsalía respecto a la vida de sus comunidades. Por otra parte, en los puestos de la misión hay aparatos con los que se comunican cada día el centro de la misión y los distintos grupos. Se hizo un grupo para corresponsales. Se les entregaron grabadoras, se les habló para ver si ellos podrían comunicarse directamente. Pero, aquello que empezó con mucho entusiasmo falló pronto, por una razón fundamental: no tuvo seguimiento. Las distancias son tremendas y solo de tarde en tarde nos podíamos comunicar.

Pero todavía quedan dos de aquellos corresponsales que han sido los que en sus comunidades más han trabajado a nivel de sociodramas y eso, mantenido constantemente, ha dado una pauta de trabajo que ahora mismo estamos retomando. Se está haciendo un Informativo Popular muy interesante, promovido por ellos mismos, no por nosotros. Es decir, nosotros iniciamos una marcha, o una puesta a punto de Emisora Popular, desde nuestros esquemas; les proporcionábamos mucha información a través de radio revistas que nosotros creíamos muy interesantes para las comunidades. Poco a poco fuimos viendo que ganábamos audiencia si los campesinos y los moradores de los pueblos jóvenes eran quienes hablaban (nosotros trabajamos con la gente del campo y con las gentes de las barriadas de la ciudad). Cuando ellos iban participando más en los programas, hablando libremente, los programas ganaban audiencia y, conforme nosotros dábamos más información, aquello decaía. Hubo un tiempo, hace dos años, en que dimos mucha oportunidad de hablar al campesinado.

A este respecto traigo las palabras de un dirigente, de una comunidad campesinas que está situada en el medio Napo, enclavada entre grupos nativos: Uitotos, Ore-

jones, Yahuas, Boras, Quichuas; este dirigente rivereño, pero los mismos nativos lo han elegido a él, y a toda aquella comunidad campesina que él lidera, para que los ayuden a promover, y sobre todo a salvaguardar, las riquezas naturales de la zona. Este hombre decía: "lo bueno que yo he aprendido de hablar por la radio, no es que ahora sé hablar, es que ahora sé pensar". La participación de los campesinos asume distintas formas. En todos los eventos que ellos celebran (comités de defensa, como el Comité de Defensa y Desarrollo de las Reservas Naturales de la zona, o comités de arroseros, o asambleas, o fiestas de una zona comunal etc.), siempre que podemos -y procuramos poder- estamos presentes. No es que les hacemos entrevistas, sino que grabamos el acontecimiento y después lo radiamos.

Otra forma que hablará un poquito después, es un programa que hemos iniciado el 9 de Julio y es, podríamos decir, "directo-directo"; lo llamamos: "En la calle". No lo hacemos en la cabina porque la gente tiene dificultades para entrar a la cabina, siente cierto temor. De modo que salimos a la calle y llevamos los micrófonos hasta un gran mercado por ejemplo, y allí se acerca gran cantidad de personas a hablar. Dicen lo que quieren, con entera libertad. De otra parte, muchos campesinos llegan a la emisora para expresarse a través de ella.

En éste momento, en la emisora tenemos 4 horas diarias de participación directa del pueblo, en un programa que se titula "El Chacarero", a las 5:30 a.m. "En la calle", a las 8:00 a.m.; hay también otro programa, que se ha iniciado el día 15, después de la evaluación de uno anterior, más elaborado, y que se titula "De la Naranja su Mitad"; es decir, la mujer es la mitad de la naranja, o la costilla del hombre, o como quiera; lo interesante es que elegido el título, de esta emisión que encara la participación de la mujer, fundamentalmente. Por último, a las 6:00 p.m., que emitimos "Abriendo Trocha", un programa que nosotros inicialmente reservábamos para pasar

las grabaciones que hacemos durante el día de quienes que vienen a la emisora; así lo iniciamos hace un mes, pero, hasta hace unos días, no hemos podido pasar ni una sola grabación, porque ha sido copado por la participación también. Es decir: 4 horas, más una hora y media de información, que mayoritariamente es participativa, y estamos pensando abrir otro programa que se titularía "Ritmo de Peque-Peque", (el Peque-Peque es una de las embarcaciones que van por aquellos ríos de la amazonía) para tener 3 horas más directamente con el pueblo, aunque dentro de un formato más musical. ¿Por qué hemos hecho esto? Porque el año pasado, que hemos dedicado fundamentalmente al análisis del trabajo con las bases, (no he dicho aún que tenemos 15 horas de programación diaria y que las estamos dedicando al pueblo) y hemos evaluado lo que es posible conseguir, lo que el pueblo puede conseguir. Por supuesto el pueblo, al principio, siempre denunciaba; ahora ya no sólo denuncia, **anuncia** también: anuncia las alternativas que ha tomado en la resolución de sus problemas. Se han dado cuenta de que su palabra vale, que el hablar enseña a pensar. Conocen, unos y otros, la problemática de los demás y la palabra campesina nos ha ayudado a reforzar las organizaciones campesinas.

Veamos un ejemplo de ésto: existe una comunidad, la de Justicia, ubicada en uno de los múltiples afluentes del Amazonas, que sufre permanentes invasiones de sus chacras por parte de los búfalos de agua, hecho que también afecta a otras 2 o 3 asentamientos campesinos más, colocándolos en una situación verdaderamente grave a causa de la destrucción de sus plantíos por los búfalos. Reciben escaso o ningún apoyo oficial y han tenido que buscar soluciones propias. Lo interesante del caso es que los campesinos de Justicia han venido a nuestro programa "Abriendo trocha" para sugerir a las otras poblaciones afectadas por este problema la adopción de acciones que ellos han efectuado ante la

situación. Es decir, que ya no somos nosotros quienes (un poco desde fuera de los problemas) indicamos soluciones posibles, sino ellos mismos quienes intercambian experiencias y señalan alternativas, lo que puede muy bien calificarse como auto-gestión.

Este tipo de programación surgió precisamente de la evaluación de ciertas críticas que recibimos, relativas a que no permitíamos una participación espontánea y suficiente por parte de la audiencia. La crítica, en realidad, no era justificada, pero sirvió sobre todo para incentivarnos a aumentar las formas de participación, y creo que obtuvimos ciertos logros.

Por ejemplo: ya he dicho que nosotros grabamos todos los eventos populares a que asistimos; ahora bien, durante una asamblea campesina que encaraba el problema de las relaciones entre las comunidades y ciertas grandes compañías que, según expresaron los participantes "le hacen la vida imposible", un dirigente señaló textualmente que "ellos (la gente de las compañías) no pueden ver las cosas como nosotros, porque los ojos de ellos no son como los nuestros y no ven las mismas cosas y nosotros vemos también con las manos y con el corazón". No menciono ésto por la evidente belleza poética de la expresión, sino por su autenticidad. A nosotros puede parecernos "poética" esta forma de expresarse, pero para los campesinos es su lenguaje cotidiano, aquél mediante el que se comunican a diario. Este es un factor de mucha importancia, porque si se lo toma en cuenta y se lo emplea, lo que se consigue es una considerable comunicación -intre e itra- comunitaria, amén de que nos familiariza a nosotros, comunicadores, con modalidades expresivas específicas de alta eficacia.

Una de las dificultades que presenta este tipo de programa, es que la persona que está frente al micrófono, -no como entrevistador, pues no lo es, sino más bien como "facilitador" de la participación popular directa-,

debe poseer una considerable capacidad de escucha, pues nos planteamos como condición ineludible de estas emisiones no enjuiciar ni censurar nada de lo que diga el participante. Esto sin duda no es corriente ni fácil de lograr. Por lo demás acarrea incluso ciertas protestas, pues el lenguaje popular -que sin duda es altamente rico y expresivo- no siempre llena los requisitos de la que podríamos llamar "urbanidad oral".

Sin embargo, las críticas no proceden de sectores populares, y ésto es algo acerca de lo que no cabe duda, dado el lenguaje en que esas críticas se manifiestan y el hecho, muy significativo , de que todas ellas se forman **telefónicamente**. Es de dominio público -al menos en Perú- que las clases populares de Iquitos no tienen fácil acceso a los teléfonos ni, por lo mismo, el hábito de comunicarse por este medio.

Hay una anécdota simpática -y además sumamente representativa de la indiosincrasia popular- que ilustra este asunto. Hace pocos días, una mujer que participó en un programa de este tipo, en el que incita a las personas a manifestarse libremente. Ella contó que tiene 3 hijos en la cárcel, porque según dijo "los pobres tenemos que vivir como podemos y han aparecido unos tipos que nos enseñaron a sembrar unas hojas que parece que tienen no sé que cosa mala y ahora mis hijos están presos, pero ellos no sabían nada". Debo acotar que se trataba de plantíos de coca y que, muy probablemente, los narcotraficantes engañaron a los campesinos sobre la naturaleza del cultivo. En todo caso, ésta no es la cuestión de fondo en el discurso de la mujer a que me refiero, sino el hecho de que, a continuación soltó una serie de improperios refiriéndose a la guardia de la cárcel por su brutalidad (que muy posiblemente es real) y los calificó "jodidos". Convengo en que ésta no es precisamente una palabra elegante para calificarlos, pero quiero recalcar el hecho de que ésta fue la primera vez en que una mujer del pueblo expresó espontáneamente ante el micrófono

un conflicto que estaba viviendo y lo hizo en sus propias palabras. Hay que recordar que la mayoría de las personas no hablamos como queremos, sino como podemos.

Lo más interesante de esta experiencia es que, para terminar, la participante dijo: "...como los pobres ventilamos las penas con alegría, si usted me deja voy a cantar". Y cantó. A partir de ese día han sido muchas las personas que han pedido expresarse cantando y pienso que, a este respecto, es muy importante recordar que el canto es uno de los más eficaces vínculos de comunicación. Ciertamente, la persona que formuló una crítica (telefónica y anónima), no pensó en esto en ningún momento, se limitó a sentirse molesta por la presencia de la palabra "jodidos" y no fué más allá.

El programa a que me estoy refiriendo es, en este momento, el más popular, el de mayor audiencia en la región y ha hecho aumentar notablemente nuestra sintonía; se nos escucha en la frontera con Brasil y esto queda ampliamente demostrado por el hecho de que se nos pide que radiemos llamados y comunicaciones a personas de esas zonas.

Para terminar, recordaré que, durante un análisis llevado a cabo conjuntamente con las comunidades, destinado a establecer que era lo que ellos estimaban más necesario como colaboración de la emisora, se llegó a la conclusión de que, para contribuir a la organización y avance de las comunidades, es necesario abrir y ampliar un espacio de comunicación en el que puedan expresarse sus representantes. Uno de los dirigentes que participaron en este evento nos dijo: "Si ustedes quieren que nos liberemos, déjennos que liberemos nuestra palabra". Desde entonces nos hemos fijado la siguiente meta: facilitar al pueblo la liberación de su palabra, para que camine a la búsqueda y al hallazgo de las soluciones de su problemática.

Esta es nuestra experiencia como emisora popular; de ella hemos aprendido que para ser tal, una emisora debe estar hecha no sólo "para el pueblo", sino también **por el pueblo**. Eso es lo que intentamos acrecentar día a día, pues la participación popular permite que sean los protagonistas de la problemática social quienes señalen las necesidades y las acciones posibles, desde su propia óptica y a partir de su propia realidad.

2: EMISORAS CULTURALES

LA RADIO EN MEXICO

Cristina Romo de Rosell

México

En los últimos años se ha incrementado en México el interés por el papel de los medios de comunicación en general y el interés por la radio, en particular. Parece que despierta, después de muchos años en que se desvaneció, como en la mayor parte de los países, con el advenimiento de la televisión. Después de su apogeo, de la "Radio Espectáculo", su programación se redujo a la transmisión de música grabada, casi exclusivamente. Sin embargo, como decía, está surgiendo un nuevo interés, que se manifiesta más entre los estudiosos, para reflexionar sobre ella, que entre los dueños de las emisoras.

Este interés tal vez se ha manifestado porque la credibilidad en la televisión mexicana ha llegado a su límite y se necesitan otros medios; tal vez porque las dificultades que han pasado algunas emisoras, que entienden la radiodifusión de una manera diferente a lo que nos tiene acostumbrados el actual sistema, nos han abierto perspectivas diferentes; tal vez por las propias características de la radio que se vuelven a reconocer como válida.

LA SITUACION

Considero que la radio es, en México, el medio de comunicación con más potencial y al mismo tiempo es el más desperdiciado. Con más potencial, porque pudiendo cumplir objetivos y funciones sociales, culturales y educativas muy precisas, prácticamente sólo es una difusión masiva y abierta de música -no siempre la mejor- y anuncios comerciales. O más bien, la transmisión de anuncios, adornados con música grabada.

Desde el punto de vista del tipo de autorización, las estaciones de radio en México pueden ser comerciales y no comerciales.

Para operar una estación comercial se requiere de

una concesión otorgada por la Secretaría de Comunicaciones y Transporte, de acuerdo a las especificaciones que indica la Ley Federal de Radio y Televisión, y la anuencia de la Secretaría de Gobernación.

Estas estaciones están autorizadas para incluir publicidad y propaganda en su programación.

Entendemos por estaciones "no comerciales", aquellas que han recibido permiso de operación para promover las experiencias de la cultura o para la difusión de programas educativos y didácticos, y la ley no les permite la publicidad y propaganda comerciales.

Según últimos reportes, hay en el pais alrededor de mil estaciones radiodifusoras(1), de las cuales sólo el 3.5o/o son emisoras "no comerciales".

EMISORAS COMERCIALES

Las emisoras comerciales son, entonces, la forma característica de la radiodifusión mexicana.

Y se las encuentra mal distribuidas en el territorio nacional, (aunque esté totalmente cubierto). Siendo la radio, por su propia naturaleza un medio adecuado para las clases más desposeídas, vemos que las emisoras de ra-

dio se encuentran precisamente donde hay más movimiento mercantil y no donde podrían ser más útiles por carecerse de otros medios de comunicación y de transporte. Al respecto Miguel Angel Granados Chapa dice: "Hay pues un desequilibrio regional en la distribución de las radiodifusoras y ello importa señalarlo para establecer cómo la radiodifusión ni remotamente se relaciona con necesidades sociales, sino que está vinculada perfectamente con los intereses particulares".(2)

La mayoría de las estaciones comerciales están agrupadas en cadenas comerciales nacionales. Esto no significa necesariamente que sean propiedad de una sola persona o una sola compañía (aunque si hay monopolios y grandes propietarios). La importancia para ellos, en la agrupación, son los intereses comerciales; es decir que la venta de tiempo para anuncios se hace a través de estas cadenas, como paquetes.

¿Qué es lo que transmiten estas emisoras? ¿Cuál es el mensaje? Nos encontramos que de acuerdo a las estaciones de radio la comunicación es igual al fomento del consumo económico, porque el contenido de la señal que se emite carece de otra significación. El criterio que los rige se base en factores eminentemente comerciales. Antonio Castro Leal dice que "todo lo que se difunde por la radio y televisión es un material elaborado y preparado por la organización comercial que maneja y a veces monopoliza esos medios de difusión. Esas organizaciones... consideran que todo lo de carácter cultural es necesariamente impopular"(3).

En cuanto a la situación sociopolítica, la radio casi nunca cae en la cuenta de los problemas que provoca esa situación y la imagen que presenta del país, es una imagen falsa, que se basa en la ignorancia de los problemas, o lo que es peor, en presentaciones eufemistas que no hacen otra cosa que colocar el receptor al nivel de objeto y en ningún momento como sujeto de un proceso so-

cial de comunicación en donde lo que se comunica responde a los intereses de los dos sujetos del sistema y no solamente a los intereses del emisor.

De esta manera, el receptor se ha convertido en un esclavo de los medios masivos, sin posibilidad, muchas veces, de reacción contraria, y sólo como un miembro más de la masa del público, con un grado mínimo de participación en ese proceso comunicativo.

Los contenidos de las estaciones comerciales pueden enlistarse así: programas musicales que consisten en la transmisión de los discos que a las compañías grabadoras más les conviene porque pueden promover su venta, con una presentación más o menos corta del nombre de la canción; la transmisión de noticieros en algunas emisoras, la mayor parte de las veces con información incompleta, efímera y superficial; algunas radionovelas, producidas en México hace 30 años o en La Habana (las más recientes son producidas en Miami), y algunas transmisiones de eventos deportivos. Son contadas las radiodifusoras comerciales que elaboran su programación con la secuencia de programas pensados, planeados y producidos especialmente y que se pudieran diferenciar unos de otros y que tengan objetivos y público bien definido.

Esto, obviamente significa un gran desperdicio. Por ejemplo, en Guadalajara, la segunda ciudad del país, hay 42 radiodifusoras, 23 de amplitud modulada y 19 de frecuencia modulada. Treinta y nueve (93o/o) son comerciales y sólo tres "culturales" (aunque en realidad son dos, puesto que una de ellas es repetidora de otra).

Más de la mitad de las 42 emisoras salen sobrando, porque se podrían reducir a 18. en A.M., encontramos sólo 11 opciones, es decir, 11 tipos de programación, ligeramente diferentes entre si. Algunas estaciones transmiten música mexicana tradicional; otras canciones rancheras y norteñas nuevas; un grupo más, balada moderna

en español de escasa calidad; un buen número de emisoras emite canciones de gran moda que al mismo tiempo son difundidas en un gran juego promocional que nace de la creación de "grandes estrellas" a través de la televisión: dos más música tropical; otras dos, canciones para niños y jóvenes muy jóvenes; una estación difunde música instrumental pasada de moda o de gusto permanente. Hay cuatro emisoras diferentes en su estructura, una que transmite alrededor de 11 horas de información noticiosa; otra que emite radionovelas todo el día; por su parte, la repetidora de la famosa XEW con programas elaborados e independientes unos de otros, y la emisora del Gobierno del estado que transmite música culta casi exclusivamente. La situación en la Frecuencia Modulada es similar. Ahí encontramos sólo seis opciones, con la peculiaridad de que aquí se da, con fuerza, la emisión de música cantada en inglés, de absoluta actualidad, y no hay estaciones de las cuales se pueda hablar en particular, excepción hecha de la Radio Universidad de Guadalajara.

La emisión de música, noticieros, radionovelas y otro tipo de programas cubre el 60o/o de la transmisión y es coherente con la frase "al público lo que pida", a través del "pídeme lo que te doy y te daré lo que me pidas".

El 40o/o restante de la emisión radiofónica en México son anuncios comerciales. "Esta es una afirmación basada en el Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión. Si la Fracción II del Artículo 42 de ese reglamento dice: El tiempo destinado a propaganda comercial no excederá del 40o/o del tiempo total de transmisión (4), no vamos a ser tan ingenuos para pensar que en la estructura económica y socio-política que impera en México, las estaciones van a utilizar menos de ese tiempo para comerciales. Sabemos que más bien la superan"(5).

El modelo de radiodifusión vigente es vertical, unidireccional (fuente-canal-receptor) y nunca se pierde el

rol. Favorece y estimula la pasividad.

Así, la radio comercial mexicana, la podríamos definir como "la gran sinfonola" o como dice Fernando Curiel: "Medio masivo de transmisión de música grabada y de comerciales". "La producción radiofónica se ha refugiado, mediocre, en los noticiarios y, pedante, paranoica, ilimitada, en los anuncios comerciales"(6).

Las estaciones comerciales de México están afiliadas a la Cámara Nacional de Radio y Televisión, organismo que nació en 1941, de la cual vale la pena revisar los tres primeros objetivos de los nueve que tiene(7):

1. Representar los intereses generales de la industria de radio y televisión y de las empresas que la constituyan.

2. Estudiar todas las cuestiones que afecten a las actividades industriales de radio y televisión y proveer a las medidas que tiendan al desarrollo de las mismas.

3. Participar en la defensa de los intereses particulares de sus socios sin más limitaciones que las señaladas por la ley de las cámaras de comercio y de las de industria.

Y les puedo asegurar que este tercer objetivo siempre se cumple. Basta mencionar dos hechos concretos:

El primero, narrado por Antonio Castro Leal. El proyecto de Ley Federal de Radio y Televisión contenía un artículo en el que se pedía que durante una hora diaria se encadenaran todas las estaciones de radio y televisión para un servicio público del Gobierno. Dice Castro Leal "Cuando la ley pasó al Senado, supongo que también por influencia de las organizaciones de radio y televisión se agregó una sola palabra: la hora podría ser con-

tínua o descontínua"(8), al final quedó en 30 minutos.

El otro hecho es el siguiente: en tiempos del presidente Díaz Ordaz se intentó establecer que las emisoras de radio y televisión pagaran como impuesto el 25o/o de las ganancias que recibieran. Los "nacionalistas" empresarios de la industria de la radiodifusión, llevaron a cabo conversaciones con el gobierno que culminaron con el acuerdo conocido como el 12.5o/o del tiempo.

Esto es, las emisoras deben pagar ese 25o/o, pero en la práctica pagan sólo un 12.5o/o. El otro 12.5o/o lo pagan en tiempo que ponen a disposición del gobierno para su uso propio. Este tiempo si no es utilizado, no es acumulado. Con el mero hecho de ponerlo a disposición del Estado, se considera pagado el impuesto. Fue muy fácil hacer este trato sabiendo que ni entonces, ni ahora, el Estado ha sido capaz de utilizar ese espacio.

ESTACIONES NO COMERCIALES

Son como decía, "aquellas que han recibido permiso de operación para promover las experiencias de la cultura o para difundir la difusión de programas educativos y didácticos y la ley no les permite operaciones mercantiles".

Hay en México 35 emisoras no comerciales que transmiten regularmente(9). Algunas de ellas tienen repetidoras con lo cual podemos sumar siete. Hay además, cuatro que han estado protagonizando una lucha por obtener su permiso de transmisión, tienen equipo instalado y emiten de vez encuando en forma "pirata". Parece que hay diez permisos más, para otras tantas emisoras, de las cuales no es posible obtener información, algunas han dejado de transmitir, pero siguen apareciendo en listados oficiales; de otras nadie sabe qué pasa.

Estas 35 radiodifusoras pueden agruparse en seis categorías:

Universitarias	15
Multilingües - Indígenas	7
Gobiernos de los Estados	4
Instituciones particulares	4
Otras dependencias gubernamentales	3
Casas de la Cultura	2

A excepción de las cuatro pertenecientes a instituciones particulares, todas las demás, directa o indirectamente son gubernamentales.

Con sus honrosas excepciones, la estructura de la programación en la mayor parte de estas emisoras es la transmisión de la música llamada clásica. Muchos de los programas que se transmiten son producidos por entidades ajenas a la emisora y la mayoría de las veces ajenas al país, lo que trae por consecuencia que el mensaje que se recibe no ha sido planeado, producido y emitido en relación a las características y las circunstancias del receptor, utilizando muchas veces códigos ajenos a él. A esto puede añadírsele la indefinición del público; la mayoría de estas estaciones no sabe quienes son sus oyentes.

La mayoría se definen como estaciones culturales; pero la cultura es entendida sólo como manifestación de las bellas artes y de estas sólo la música. Con lo cual, a pesar de tener financiamiento público, benefician al auditorio que siempre es beneficiado en todos sentidos. Es el grupo social que goza de la buena música, que es poseedor de una buena discoteca y que tiene acceso fácil a los programas de concierto que se presentan en su localidad.

Por fortuna hay emisoras en las cuales hay más conciencia de lo que la radio puede hacer y establecen

mecanismos de comunicación y participación en su auditorio. Así, podemos destacar algunas de las emisoras dirigidas a los indígenas —que por otra parte están expuestas a eventualidades políticas—; las radiodifusoras privadas manejadas por Fomento Cultural y Educativo en el Estado de Veracruz y las emisoras Radio Universidad de México y Radio Educación. De esta última, existe una interesante experiencia, se ha constituido la asociación de radio escuchas de Radio Educación.

Las causas de los problemas de estas emisoras pueden ser numerosas, sin embargo, creo que dos podrían englobar a todos: la imposibilidad de allegarse fondos para la operación que no sean los subsidios que siempre son frágiles, por un lado, y la rotación de personal, puesto que dependen de los nombramientos oficiales en los cambios de gobierno.

EL ESTADO

Y en todo este panorama ¿Qué papel juega el Esado?

En primer lugar, le corresponde otorgar las concesiones y permisos y la aplicación de la Ley Federal de Radio y Televisión, y su Reglamento correspondiente.

Esta ley, que fue promulgada en 1960 y reglamentada en 1973, no ha sido revisada ni adicionada en todo este tiempo, aún cuando las circunstancias han cambiado. Es, en general, una ley ambigua, que establece por un lado que "la radio y la televisión constituyen una actividad de interés público"(10) y por otro, sus lineamientos benefician a los concesionarios y quienes sólo les indica que la propaganda comercial "deberá mantener un **prudente equilibrio** entre el anuncio comercial y el conjunto de la programación"(11).

Por ejemplo, en materia de educación dice solamente **"procurarán:**

— afirmar el respeto y los principios de la moral social, la dignidad humana y los vínculos familiares;

— evitar influencias nocivas o perturbadoras al desarrollo armónico de la niñez y la juventud;

— contribuir a elevar el nivel cultural del pueblo o a conservar las características nacionales, las costumbres del pais y sus tradiciones, la propiedad del idioma y a exaltar los valores de la nacionalidad mexicana..."(12)

Por una parte, el Estado mexicano, como ya dijimos, es permisionario de la mayoría de las emisoras "no comerciales" y por otra él mismo es concesionario de cinco emisoras de radio comerciales, una de las cuales tienen una programación infantil, otra es juvenil, la tercera transmite música culta, la cuarta es la XEB, la estación en funciones más antigua de México que se anuncia como la Estación Nacional y Familiar y la última ubicada en Ciudad Lázaro Cárdenas dirigida a los trabajadores. Estas estaciones comerciales no han sido establecidas por el Estado, sino que son emisoras que habiendo pasado dificultades, especialmente económicas, han sido rescatadas.

Todas las actividades del Estado en materia de radiodifusión son efectuadas por la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía (RTC) de la Secretaría de Gobernación, a través de la Dirección de Radio y el Instituto Mexicano de la Radio.

La Dirección General, tiene como tarea, el establecimiento y puesta en práctica de las políticas nacionales de comunicación. La Dirección de Radio, en consecuencia es la encargada del aspecto normativo, de la aplicación de la ley. El Instituto Mexicano de la Radio es el encargado de producir los programas que deben transmitirse en los tiempos que en cada estación corresponden al Estado; que son media hora diaria, más lo equivalente del 12.5o/o de impuestos. Asimismo maneja las emisoras que el Estado opera directamente, estas son, las estaciones que tienen concesionadas además de Radio México, emisora internacional de onda corta que transmite la presencia de México en el extranjero.

Alrededor de catorce mil horas diarias de emisión cubren el espacio acústico mexicano; más de cinco mil son anuncios comerciales, la mayoría de los cuales promueven refrescos, alimentos chatarra, productos suntuarios, servicios que deben ser promovidos así, porque de lo contrario no se utilizarían. Canciones miles de veces repetidas durante un mismo día. Escasas horas de información periodística y prácticamente insignificantes horitas para la educación.

En un país, con 5 millones de analfabetos absolutos y prácticamente el 50o/o de analfabetos funcionales; en donde la población rural que asiste a la escuela alcanza sólo el tercer año de educación elemental, la utilización de la radio para otros fines que no sea el fomento al consumo, es un imperativo urgente.

NOTAS

(1) En mayo de 1983, durante el Foro de Consulta Popular se afirmó que había en el pais 854 estaciones de radio. El libro de Medios Publicitarios Mexicanos del mes de marzo de 1984 reporta 912 emisoras comerciales. Se redondea la cifra por la imprecisión de las fuentes.

(2) GRANADOS CHAPA, MIGUEL ANGEL. En Prensa y Radio en México. UNAM, F.C.P.S. México, 1978. Pág. 51

(3) CASTRO LEAL ANTONIO. Radio y Televisión. Incluído en Los Medios de Comunicación de Masas en México. UNAM. México 1969. Pág. 25

(4) Diario Oficial. Miércoles 4 de abril de 1973. Pág. 8

(5) ROMO GIL, MA. CRISTINA. Posibilidades y Obstáculos para la Utilización de la Radio como Medio Educativo en México. UIA México 1975. Pág. 33

(6) CURIEL, FERNANDO. En Prensa y Radio en México. UNAM F.C.P.S. México, 1978. Pág. 41

(7) ESTATUTOS DE LA CAMARA DE LA INDUSTRIA DE LA RADIO Y LA TELEVISION. Anuario Oficial 1974. Pág. 15

(8) CASTRO LEAL, ANTONIO. Op. C.T. Pág. 30

(9) BONEO FLORES, HECTOR, et al. Radiodifusión no comercial en México. Mimeo. ITESO ... 1984

(10) LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISION. Artículo No. 4

(11) Ibidem. Artículo No. 67, fracción I

(12) Ibidem. Artículo No. 5

LA EMISORA JAVERIANA

Jurgen Holmberg

Colombia

SU ORIGEN

La Historia de la Radio Universitaria en Colombia no es nueva. Ya desde los años 30 existen dos emisoras veteranas, que han venido proyectando la actividad académica y cultural de dos importantes universidades antioqueñas: La Emisora Cultural de la Universidad de Antioquia (1933) y la Radio Bolivariana (1948).

Treinta años después nace la EMISORA JAVERIANA; su inauguración en 1977 fue el primer fruto de una labor que, cuatro años atrás, habían comenzado a desarrollar los promotores de la iniciativa, quienes, al iniciarse el año 1974, sustentaron el proyecto de creación de una Emisora de la Universidad Javeriana, siendo

Rector entonces el Padre Alfonso Borrero.

Por su parte, la Universidad Javeriana, es una institución privada de educación superior sin ánimo de lucro, que tiene como fin específico la transmisión y el desarrollo de la ciencia y de la cultura, con el ánimo de ser factor de orientación y transformación de la sociedad.

Para el cumplimiento de esta finalidad, la Universidad Javeriana ha considerado importante contar con medios propios de comunicación social colectiva, motivo por el cual ha sido creado la EMISORA JAVERIANA, estación de radio que opera en la ciudad de Bogotá.

SU NATURALEZA

Por su naturaleza universitaria, la Emisora Javeriana funciona con un sentido exclusivo de servicio, sin finalidad alguna de lucro.

Como organismo destinado al servicio de la comunidad universitaria es un medio de expresión de los estudiantes, colaboradores, profesores y directivos, de acuerdo con las disposiciones legales vigentes y en coherencia con los criterios y objetivos de la Universidad Javeriana.

Como medio de radiodifusión, Emisora Javeriana es una estación de carácter educativo, destinada a transmitir programas musicales, culturales y docentes con sede en Bogotá, con una potencia efectiva radiada de 9.5 kilovatios, en los 91.9 Mg., F.M. STEREO. Sus oficinas, estudios, transmisores y antena se encuentran ubicados en el campus de la Universidad Javeriana.

SU DESARROLLO

A través de este medio de comunicación y con el concurso intelectual de todas las áreas de saber y la participación de las Facultades, Departamentos y Sectores e Institutos que conforman su acción científica y educativa, la Universidad Javeriana busca hacerse presente en la opinión pública, extendiendo y difundiendo sus actividades de investigación y servicio más allá de sus aulas, contribuyendo así a la elevación cultural y espiritual de la sociedad.

Entre los promotores, además del Rector de la Universidad, cabe destacar al Padre Alberto Múnera, actual Decano de Educación a quien se debe la iniciativa, a directivos y profesores de la Facultad de Comunicación Social, y al profesor de radio Jimmy García Camargo. Un antiguo profesor de la Universidad de Ingeniería

Electrónica de la Universidad donó un transmisor de 100 watios, una consola y un sistema de radiación con la cual comenzó a operar la Emisora.

La primera Licencia expedida por el Ministerio de Comunicaciones para la construcción y el montaje de los equipos, data del 2 de agosto de 1974.

Algunos meses más tarde, con la expedición del decreto 2085 de septiembre de 1975 y su resolución reglamentaria 2186 de agosto de 1976, se modifica sustancialmente el proyecto de instalación de la Emisora y se reinician los estudios técnicos. La Singer Products entra a asesorar a la Universidad con el nuevo montaje y efectúa una significativa donación de equipos.

El 7 de septiembre de 1977, el Rector de la Universidad inauguró las instalaciones de la Emisora, emitiéndose ese día su primera transmisión con la respectiva licencia de prueba otorgada por el Ministerio de Comunicaciones. Más tarde mediante la expedición de la resolución 0988 del 28 de marzo de 1978, el Ministerio de Comunicaciones concedió licencia de funcionamiento por cinco (5) años prorrogables a la Emisora Javeriana, después de haber cumplido satisfactoriamente el período de prueba reglamentario, para transmitir en frecuencia modulada 91.9 MHz, teniendo como distintivo de llamada HJOZ.

Posteriormente varios hechos han marcado etapas importantes en el desarrollo de la Emisora: uno, la instalación en abril de 1980 de un transmisor SINTRONIC de 5 Kw de potencia que reemplazó al de 1 Kw con el que venía saliendo al aire la Emisora los dos años anteriores. Con este nuevo transmisor la potencia efectiva radiada ascendió de 2 a 10 Kw.

OBJETIVOS Y PROGRAMACION

El objetivo fundamental de la Emisora es la expresión y difusión del pensamiento y quehacer universitario, en conjunción con los objetivos de la Universidad Javeriana.

En cuanto al objetivo específico la Emisora se quiere proyectar como instrumento eficaz de cooperación para programas de educación continuada y a distancia que extiende el influjo de la Universidad fuera de la misma y procure contribuir, como medio de comunicación social, a la formación integral de la persona humana.

En su comienzo la Emisora fue eminentemente musical, pero paulatinamente se fueron vinculando diferentes Facultades y Departamentos hasta lograr una programación de contenido recreacional y cultural en la cual participan profesores, estudiantes y egresados de la Universidad.

Hasta el presente, la Emisora Javeriana se ha destacado primordialmente por la promoción de los valores colombianos a través de la emisión de 3 horas diarias de música colombiana adecuadamente seleccionada y programada con criterio didáctico y estético. Igualmente se realizan programas folclóricos con grupos musicales en boga como también en poesía y en general literatura colombiana. Dichos programas gozan de una amplia sinto-

nía y acogida por parte del público y, del lado de la Emisora, exigen gran dedicación y una contínua investigación con el fin de hacerlos siempre agradables. Otro tanto sucede con la música folclórica latinoamericana y con la música clásica en donde prima un criterio didáctico y recreacional. Existen finalmente espacios de música ambiental con música muy variada de orquestas actuales y pasadas. Así mismo se emiten programas musicales obsequiados por diferentes Embajadas con las cuales Emisora Javeriana mantiene magníficas relaciones.

PROGRAMACION EDUCATIVA

En cuanto a la programación educativa o de contenido se cuenta con la activa participación de las Facultades de Comunicación Social, Derecho, Educación, Psicología, Medicina, Economía, Teología, Literatura y Filosofía entre otras. De parte de la Emisora hubo una labor inicial de concientización con el fin de motivar a los diversos decanos y profesores de las Facultades; la meta es que cada Facultad tenga una franja sistemáticamente periódica en el horario de programación. Los programas orientados a diversos segmentos del público radioescucha, tienen un tratamiento ágil y la realización de los mismos es conjunta entre profesores y alumnos.

El tiempo de emisión de éstos varía de acuerdo con la índole del tema. Se emiten programas que ascienden de 2 a 5 minutos y de 15 a 30 minutos. Previamente los coordinadores de cada uno de los programas han obtenido una capacitación radial a través de las Facultades de Comunicación Social y de Educación bajo la supervición permanente de la Emisora. De esta manera se ha evitado que los programas de contenido corran el riesgo de ser pesados y de poca sintonía. Una labor difícil y contínua para nosotros es la de traducir el lenguaje de las diferentes disciplinas a un lenguaje radial, sencillo y al alcance de todos. A veces se logra con más acierto que en otras ocasiones, pero la satisfacción es muy grande al advertir el gran número de llamadas telefónicas y las visitas constantes de diversos centros educativos de la capital que acuden a la Emisora para preguntar y adquirir, a precios cómodos, programas emitidos de contenido cultural y académico.

Esto ha estimulado y motivado la dedicación y la creatividad del personal de la Emisora el cual está compuesto por tres personas egresadas de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad y que se dedican de tiempo completo tanto a la musicalización como a la realización y supervisión de los programas de contenido. Asímismo los estudiantes de la Facultad de Comunicación realizan sus prácticas de radio en la Emisora. Con el talento y el ingenio creativo de muchas de estas personas hemos logrado evitar un posible divorcio entre forma y contenido, realidad que, de hecho, se puede presentar en la categoría de emisoras de caracter cultural y educativo. La forma, el ropaje de los programas, es definitivo para la transmisión real y efectiva de los contenidos. Este es un reto permanente para Emisora Javeriana.

A pesar de la saturación política de Emisoras, fenómeno generalizado en toda América Latina (sólo en Bogotá existen 17 emisoras en F.M.), Emisora Javeriana se destaca en Bogotá como pionera en su modalidad, por

la originalidad y la calidad de su programación. En diversos estudios de sintonía se nos tiene en cuenta y nos anima saber que se escucha la Emisora en un vasto sector de clase media alta, media y popular que abarca desde intelectuales, universitarios, padres de familia hasta instituciones de enseñanza, taxis y buses de la ciudad. Ello es un estímulo puesto que no se dispone de todos los fondos necesarios para promover publicitariamente a la misma. En la actualidad se transmiten 18 horas de programación.

Por otra parte, además de la audiencia que puede captar la Emisora con su programación al aire, puede prestar servicios de reproducción y distribución de audiocassettes para programación educativa y cultural por parte de otras emisoras y de diversos grupos e instituciones de Bogotá o en otras ciudades y regiones del país, e incluso en otros países, o en sectores poblacionales de habla hispana.

CIERTOS OBSTACULOS

En la corta experiencia como director de esta Emisora Universitaria he encontrado dos obstáculos para el óptimo funcionamiento:

1. Uno técnico: la ubicación de la antena no es la más

recomendable puesto que la transmisión en F.M. es más exigente que en A.M. y por lo tanto se está buscando una mejor ubicación. Lo económico siempre es un dilema en este tipo de instituciones sin ánimo de lucro.

2. Un aspecto de orden financiero y legal: la publicidad permitida en una emisora de tipo educativo y cultural es muy restringida y ello dificulta el renovar equipos y ponerse al día tecnológicamente. De otra parte se exigen todas las condiciones de funcionamiento como a una emisora comercial lo cual se convierte en una carga. Una emisora de características culturales y educativas debía tener otro tipo de legislación que fuera más ágil y favorable con el objeto de estimular, dar cultura y educación a otro nivel. Es posible acostumbrar a la audiencia a otros estilos de radio alternativos a los de la radio comercial.

De todas formas, en nuestro país la cultura y la educación siempre están en déficit y vivir de la caridad es oneroso. Sin embargo, se debe incentivar una actitud empresarial en el manejo administrativo y financiero con un sentido de previsión, con el fin de evitar el estancamiento y la falta de continuidad en este tipo de emisoras.

PROYECTOS

Entre los proyectos para los próximos años se cuenta con la adquisición de nuevos equipos de transmisión con mayor potencia y la reubicación de la antena para obtener mayor cobertura.

En cuanto a los servicios se espera lograr una estructuración y difusión de contenidos de educación formal universitaria a distancia en coordinación con el área académica de la Universidad, específicamente con los cursos de educación continuada de las diversas facultades y con el programa "Universidad Abierta".

MENSAJE ALTERNATIVO

Cabe anotar que la cultura y la ciencia son patrimonio de la humanidad y por eso la Universidad Javeria-

na tiene como fin específico transmitirlos con el ánimo de orientar y transformar a la sociedad. Por su parte la Emisora de carácter cultural y educativo, es una extensión de la misma Universidad que se proyecta, orientando y recreando hogares y estudiantes con una programación y un mensaje alternativos que ofrecen desarrollar la estética, el conocimiento y las posibilidades para participar en el desarrollo de un medio social más culto, justo y civilizado.

Finalmente, detrás de todo, de la vida económica, política, social y religiosa subyace una concepción determinada del hombre que incide en todos los campos en los cuales se mueve el ser humano. Hay concepciones utilitaristas, manipuladoras, de intereses creados sobre todo políticos y religiosos, que (circunscriben) la acción, el conocimiento, las necesidades, los sentimientos y la vida misma con fines diversos, y, como los medios de comunicación, en nuestro caso, la radio, son extensiones de los sentidos humanos, estos también pueden ser manejados de acuerdo con el criterio con el que se concibe al hombre, para dignificarlo o subyugarlo.

Por su parte, Colombia como también todos los países latinos, en poco tiempo han dejado de ser países sub-desarrollados para convertirse en países en vías de desarrollo; este crecimiento acelerado y de transición en los órdenes políticos, social y económico, marcan igualmente un cambio vertiginoso en los medios masivos de comunicación, los cuales refuerzan, moldean, favorecen o mutilan actitudes muy arraigadas dentro de su gran masa de audiencia. Conscientes de la importancia de la Radio en el Medio, Emisora Javeriana, se propone presentar a su audiencia una programación de contenido humano remozando los valores existentes y actualizando a sus oyentes.

HCJB, LA VOZ DE LOS ANDES
UNA EMISORA CULTURAL INTERNACIONAL

Rogelio Stuber

HCJB no hace lo que se llama "educación formal". Sin embargo, dado que el campo educativo se extiende mucho más allá del hecho de la alfabetización, puede reclamar el título de emisora educativa. Incluso un documento emitido por las instituciones organizadoras de este Festival, señala que la tarea de la educación permite adentrarse en áreas como las de la información, la concientización, lo que actualmente se llama "promoción popular", es decir, el fomento de la organización de cooperativas, sindicatos, etc. Este es, justamente, el papel que desempeña nuestra emisora.

Veamos, antes de extendernos acerca de este aspecto, algunos datos históricos referentes a La Voz de los Andes.

DATOS HISTORICOS

En realidad, no voy a desarrollar una historia de HCJB, ni siquiera una breve historia. Lo que haré será suministrar ciertos datos que permitirán, por comparación, apreciar el crecimiento de esta radio desde su primera emisión hasta la actualidad.

En 1930-31 el señor Clarence Jones vio que el campo, casi virgen, de la comunicación radiofónica en América Latina ofrecía un enorme potencial.

El desarrollo que esta actividad ha alcanzado en el continente desde entonces, especialmente en los últimos 20 años, ha venido a darle palmariamente la razón.

La Voz de los Andes realizó su primera emisión el 25 de diciembre de 1931. Lo hizo durante una hora mediante un transmisor de 250 W., con una muy pequeña antena, de alambre. Utilizaba entonces la energía, un tanto deficiente en la época, de la ciudad de Quito y todo su personal constaba de 4 personas. Esta primera

transmisión se efectuó en idioma castellano.

Actualmente emitimos, en la totalidad de nuestras frecuencias, durante 100 horas diarias, tenemos 13 transmisores en operación, que suman más allá de un millón de W., (repartidos en 10 transmisores de onda corta, 1 de onda media y 2 de FM., más una repetidora); hemos instalado más de 30 torres con más de 20 antenas y generamos toda la energía que consumimos mediante nuestras usinas hidroeléctricas, ubicadas en Papallacta. Producimos y radiamos programas en 14 idiomas, planificados, diseñados y realizados por un equipo humano de más de 100 personas.

Vale decir que, en algo más de 50 años hemos crecido desde un equipo mínimo —pobre técnicamente— hasta alcanzar esta muy considerable infraestructura actual.

UNA BREVE ANECDOTA

Sirva esta pequeña degresión para ilustrar, de un lado, la medida en que cambian los tiempos y las opiniones, y, de otro lado, la notable visión del Sr. Clarence Jones.

Cuando se planeó la fundación de HCJB la mayoría de los ingenieros consultados dijeron que era absurdo instalar una emisora internacional en zona montañosa. Ciertamente no es una ubicación óptima —aunque sí aceptable— para onda media, pero reveló ser excelente para onda corta. Tan excelente que, en los últimos 20 años, varias emisoras internacionales, entre ellas La Voz de América, de U.S.A., BBC, del Reino Unido, Radio Nederland, de Holanda y DW, de Alemania, han instalado sus transmisores en zonas próximas a la línea equinoccial. En 1930 HCJB había elegido precisamente estar **justo en** esta línea.

Hay que destacar también que, esa época casi no existía la radiodifusión como tal en el continente, excepto por la presencia de los radioaficionados y unas pocas emisoras, casi todas locales y eminentemente comerciales. Sin embargo, el Sr. Jones creyó en el potencial de América Latina y en el futuro de la radiofonía en la región; que no se equivocaba lo demuestra la existencia y la magnitud de un crecido número de emisoras, no sólo comerciales, sino —lo que es más importante— culturales y educativas.

EL MENSAJE FUNDAMENTAL

Ahora bien, lo anterior da una idea —espero— de la medida en que se han registrado grandes cambios y crecimientos en nuestra actividad, en nuestro alcance y cobertura; prácticamente todo ha cambiado y crecido: los equipos son otros, los métodos son otros, las personas que integran el grupo humano que hace HCJB son otras. Sin embargo nuestros objetivos siguen siendo básicamente los mismos.

El propósito fundamental de nuestra emisora es servir a los demás a través del mensaje cristiano —el mensaje cristiano en todo su significado.

Existe una definición del vocablo "educar", que hallé hace poco en cierto diccionario, que señala: "Educar significa, en su sentido más amplio, desarrollar y perfeccionar las facultades intelectuales y morales por medio de conceptos, ejemplos, ejercicios, etc.". Estos son los objetivos que se planteó HCJB en el momento de su fundación y que sigue y seguirá sosteniendo. Intentamos justamente desarrollar y perfeccionar las facultades intelectuales y morales de la audiencia a través del mensaje cristiano.

EMISORA CULTURAL
EMISORA EDUCATIVA

En realidad, por principio, no puede desconocerse que toda actividad cultural es educativa. Ciertamente la alfabetización forma parte de ésto y es, sin duda, un factor esencial, pues resulta enormemente difícil, en nuestro tiempo, llevar a cabo una tarea cultural y educativa sin el cumplimiento de este requisito previo. La Voz de los Andes toma mucho de este punto y va un poco más allá, al poner el acento de su actividad en el desarrollo de las facultades intelectuales y morales de la gente.

Por el hecho de ser una organización cristiana internacional operamos siempre con el espíritu de servir a la comunidad y no de servirnos de ella: estamos para ayudar al oyente en el desarrollo de su propio ser y esto es, obviamente, algo que intentamos en todo momento, cumplir a cabalidad en nuestra programación, que se radia, como dije antes, en 14 idiomas.

Dado que somos una emisora cultural y nos planteamos esta tarea dentro de los parámetros ya indicados, dado también que —por supuesto— carecemos de fines de lucro económico, es lícito, entiendo, considerarnos una radio educativa, en el sentido más amplio de esta palabra.

DOS PAUTAS BASICAS

En cuanto a la elaboración de nuestros mensajes, nos basamos en dos pautas, o dos principios, si le prefiere: 1o. procuramos emitir un mensaje positivo; quiero decir con ésto que cuidamos, ante todo, de la **objetividad** en nuestra información y comentarios, eludiendo la condenación y la crítica enconada, fomentando la tolerancia. 2o. permanecemos totalmente prescindentes en materia política, o sea que ofrecemos toda la información posible, sin tomar posición, pues entendemos que nuestra audiencia tiene criterio suficiente como para decidirse por sí misma.

Esto sucede tanto a nivel nacional —en cuanto a la política local— de los países en que entra nuestra onda, como a nivel internacional. Entendemos que lo que el oyente desea es saber qué ocurre en el mundo y tratamos de brindarle la mayor información que se pueda obtener, a fin de ayudarle a conocer y entender mejor lo que ocurre en el propio país y en el mundo.

Basados en estos dos principios, generamos una programación cuya característica más resaltante es la de ser elaborada en función de promover la cultura nacional tanto dentro de cada país como fuera de él y todos los valores positivos que ella contenga. Lo mismo hacemos respecto a lo que podríamos llamar la cultura internacional, o universal.

Otra de nuestras características en este aspecto es que no traducimos de un idioma a otro. Vale decir que los programas que radiamos en cada uno de los 14 idiomas actualmente en uso en nuestra emisora, son producidos por personas que tienen determinado idioma como lengua materna y pertenecen a esa cultura en concreto, pues nadie mejor que un ecuatoriano, pongo por caso, para saber qué pasa en y con la cultura de su país y cuáles son las necesidades del oyente de Ecuador. Los programadores, en todos los casos, conocen a su gente y se transforman entonces en la voz de aquellos que no tienen voz, por carecer de los medios.

Por lo que se refiere a la temática de nuestra programación, debo decir que está, en gran parte, determinada precisamente por las necesidades de las áreas poblacionales e idiomáticas a que nos dirigimos. Ciertamente hacer ésto requiere poseer un buen nivel de conocimiento de estas necesidades; para obtenerlo nos valemos de las encuestas "in situ" y de la correspondencia. Teniendo

en cuenta que somos una estación que trasmite para todo un continente, se entiende que debamos recurrir a este último medio como vía de acopio de información.

En todo caso —por poner unos breves ejemplos— señalaré que la mayor parte de nuestra producción consiste en programas referentes a agricultura, salud, alimentación, ayuda y asesoramiento para la preservación de la familia, etc. imprimiendo a todo ello una orientación eminentemente cristiana, fundada en los valores cristianos porque, como ya he dicho, somos una emisora internacional cristiana cuyo objetivo fundamental es la difusión de dicho mensaje.

OTROS SERVICIOS

Desarrollamos también una intensa actividad en materia de servicios complementarios —aunque no de menor importancia— como lo son las referentes a cuidados médicos, a través de nuestros Hospitales Voz Andes de Quito o de Shell, las caravanas médicas, campañas de vacunación, etc.

Tenemos también un servicio de desarrollo comunitario, salud y preservación ambiental, orientación prenatal y trabajo en común con organizaciones comunitarias, rurales y urbanas.

Intentamos fomentar la buena radiodifusión en el mundo celebrando cursos de capacitación de personal a nivel de las diversas especialidades que requiere la radio. Esto lo hemos hecho no sólo en Ecuador, sino también en Panamá, Bolivia, Argentina, Suecia, Francia, el Reino Unido, etc.

En este aspecto de la capacitación nuestra meta es la de compartir con los demás lo que hemos aprendido, para contribuir así a mejorar la calidad de los mensajes radiales, ya que en todo el mundo —y especialmente en América Latina— ésta se ha deteriorado sensiblemente en los últimos tiempos. Lo que queremos conseguir es que las diversas comunidades nacionales y locales puedan producir sus propios programas, que adquieran su voz propia. Entendemos que los seminarios, los cursillos y los concursos que organizamos sean, no un fin en sí mismos, una mera capacitación por la capacitación, sino un instrumento que contribuya al crecimiento y desarrollo de una radiodifusión constructiva, positiva, íntimamente ligada a la comunidad que, al mismo tiempo, la produce y es su destinataria.

3: RADIODRAMA

EL RADIODRAMA COMO INSTRUMENTO DE EDUCACION POPULAR

LA EXPERIENCIA DE "JURADO No. 13"

Mario Kaplún

INTRODUCCION

¿Qué puede decir un autor acerca de su obra? La obra ya está ahí, con sus virtudes y sus defectos, con sus logros y sus fallos, publicada, cristalizada. Ha recorrido todos los caminos de América Latina, se ha metido en millares de casas. Lo que tenía que decir, ya lo ha dicho por sí misma. Y si no ha logrado decirlo, lo que el autor a posteriori puede querer añadirle, me temo que recuerde a ese irónico dicho brasileño: "El señor tiene razón; pero poca. Y la poca que tiene no vale nada".

Jurado 13 salió al aire en 1972; como proyecto nació cuatro años antes. Entonces uno, como autor, puede mirarlo ya como desprendido de su obra, como si ella ya

no le perteneciera totalmente. Y hacer un balance en perspectiva, a la distancia; preguntarse qué aprendió de ella; qué saldo le dejó como experiencia.

Así pues, sin la menor pretensión de traer aquí a "Jurado 13" como un modelo definitivo, perfecto, acabado, como un paradigma, me propongo compartir con ustedes

- lo que hicimos
- cómo lo hicimos
- y, sobre todo, **por qué** lo hicimos.

UNA CONCEPCION DE LA RADIO EDUCATIVA

Llegué a Jurado 13 tras un largo camino en la radio, camino que pasa también por otra serie que lo antecedió, por otro personaje muy querido que me deparó satisfacciones y enseñanzas: el Padre Vicente, el del "Diario de un Cura de Barrio".

A través de ese largo camino de exploración y búsqueda, habían ido afirmándose algunas premisas que ya estaban ahí como punto de partida del nuevo proyecto.

Por ejemplo, una manera de entender la **radio educativa.**

¿"Jurado 13" es radio educativa? Cuando lanzamos la serie, preferimos no llamarla así, porque, si he de ser sincero, temíamos la identificación con lo que entonces solía entenderse por tal: instrucción a distancia; clases escolares por radio. Y nosotros pensábamos que, al reducir así su área de alcance, se desaprovechaba el potencial del medio para otros objetivos; que el universo no puede abarcar la radioeducación es mucho más amplio y más rico; que él se entronca con todas las dimensiones del hombre, sus necesidades, sus esperanzas, sus derechos, sus potencialidades.

Y, en segundo lugar, para el oyente popular "radio educativa" se asociaba —y desgraciadamente no sin razón— a radio aburrida. En tanto nosotros estábamos —y seguimos estando— convencidos de que la radio educativa no tiene por qué ser tediosa. Más: que **no debe** serlo. Que un programa educativo tiene que ser ante todo un buen programa de radio; más aún, mejor que los otros. Que la radio educativa debe saber hablar el lenguaje radiofónico; que debe saber utilizar, con creatividad e imaginación, todos los recursos expresivos del medio: voces, personajes, montaje, música, sonidos. El desafío a que nos enfrentamos los comunicadores radiofónicos, es el de lograr programas que tengan un objetivo y un contenido auténticamente formativos y es que a la vez sean capaces de captar el interés de las grandes audiencias populares.

LA PREFERENCIA POR EL RADIODRAMA

Y eso explica también por qué, al echar a andar a "Jurado 13", teníamos asimismo otro punto de partida; la opción por un formato radiofónico, por un género: el radiodrama, el radioteatro. Entiéndase bien: no la radionovela "en doscientos emocionantes y desgarradores capítulos"; no la **soap-opera;** no eso que los venezolanos llaman con sabroso humor popular "culebrones" porque son tortuosos, se ondulan, se enrollan y sobre todo se estiran y estiran. Pero sí el radiodrama.

No sólo porque la experiencia nos había demostrado una y otra vez que es un género dinámico, que moviliza la imaginación del oyente y atrae vivamente el interés de todo auditorio popular; sino también por otras razones pedagógicas más profundas.

* El pensamiento popular es concreto y no abstracto; y el radiodrama permite objetivar el problema que se quiere proponer a la reflexión del oyente, en situaciones concretas, palpables, vívidas, concretadas con su cotidianeidad.

* En el radiodrama, el oyente puede sentirse consubstanciado e identificado con los personajes de la trama. Identificación que se logrará tanto más cuanto el guión sepa expresar los problemas reales, las situaciones, el ambiente, el lenguaje y los valores de la comunidad destinataria.

Claro está, a condición de que sea un verdadero radiodrama, con personajes de carne y hueso, y no con esos seudo-personajes de cartón como los que suelen encontrarse en los malos radioteatros "didácticos":

> *"¡Mmm! ¡Qué sabroso está tu arroz, Dorotea! Y a propósito: ¿sabes cuántos quintales de arroz produjo el valle de Victoria en el último quinquenio en relación al quinquenio 1945-1949?".*

* Por otra parte, el género atenúa y mitiga la unidireccionalidad del medio. El radioescucha se encuentra integrado en la acción, involucrado; en cierto modo, participando en ella.

* Otra cualidad: a través del dilema, del conflicto, se hace posible presentar y contrastar diferentes posiciones ante una cuestión —posiciones que parecen encarnadas por los diferentes personajes de la trama— enfrentando así al oyente a diversas opciones y problematizándolo.

* Si el radiodrama está bien planteado, su mensaje es abierto, implícito. No da la solución ya "digerida" y resuelta. De este modo, incentiva la discusión y la reflexión del grupo destinatario, el que va descubriendo por sí mismo los elementos de juicio y sacando sus propias conclusiones.

¿ERA VIABLE EL EXITO?

Pero, ¿era posible tener éxito con un radiodrama alternativo que se proponía prescindir de los ingredientes consagrados de la radionovela-culebrón; que no iba a ofrecer evasión, melodrama, romance, pareja protagónica, sino en cambio una temática tomada de la realidad social? Piénsese en cómo definía su objetivo "Jurado 13": "Promover en adultos y jóvenes de los sectores populares una toma de conciencia de su realidad, una reflexión crítica y una posición activa que contribuya a la transformación de esa realidad". ¿Era viable que un radiodrama con tal temática y tal objetivo lograra audiencia?

Ese era nuestro riesgo, nuestra apuesta. Pero no era una apuesta en el vacío. Existían investigaciones serias que demostraban que si la gente escucha radionovelas, no es sólo por evasión, como suele pensarse, sino también en busca de una orientación que le ayude a comprender su entorno; que le ofrezca claves respecto al mundo, pautas de vida. Que las radionovelas comerciales sólo le den una respuesta falsa y deformante, no invalida el hecho de que hay una vasta audiencia potencial para otros mensajes más legítimos que sepan responder a esas inquietudes, a esos interrogantes. Apostando a la existencia de esas motivaciones en la audiencia popular y en su busca, salió "Jurado 13".

LA "CONQUISTA" DEL MEDIO

Si bien se mira, la apuesta era aun más audaz. Para llegar al oyente, primero había que ganar otra batalla: lograr el acceso a las emisoras. No sólo a las educativas sino también a las comerciales. ¿Acogería la radio comercial una serie de estas características? Había un factor favorable: SERPAL (el Servicio Radiofónico para América Latina), el encargado de su distribución, era una institución educativa sin fines de lucro; y estaba, por lo tanto, en condiciones de ofrecer el programa gratuitamente, sin costo. Pero, aun no teniendo que pagar por ella, ¿se interesarían las emisoras por una parte de contenido social crítico? Muchos nos vaticinaron el fracaso.

¿Qué paso en los hechos?

Ciertamente, la serie encontró algunas puertas cerradas. Logró muy poca irradiación —o directamente no pudo transmitirse— en algunos países sometidos a regímenes políticos dictatoriales. También se dieron casos en que la ideología cerradamente conservadora de algunas autoridades civiles o militares o de algunos dignatarios eclesiásticos derivó en el rechazo de la serie; o en el veto, la suspensión, después de transmitidos los primeros capítulos.

(De paso: de estos vetos también pudimos extraer una enseñanza. El Papa Paulo VI publica su encíclica Populorum Progressio y levanta un unánime amén, un coro

universal de alabanzas; viene un modesto guionista de radio, toma con total fidelidad las mismas ideas de la encíclica pero las traduce al lenguaje popular y cotidiano y las pone en acción, las aplica a la realidad concreta; y arde Troya. Por esos capítulos de Jurado 13 inspirados en la Populorum Progressio, una conocida organización católica —nótese bien: católica— de radioeducación condenó la serie acusándola de subversiva, le declaró una implacable guerra y trató por todos los medios de impedir su distribución. Acaso la enseñanza sea que las ideas, cuando son expresadas en lenguaje técnico o académico o eclesiástico no son vistas como peligrosas; pero resultan alarmantes cuando se las divulga por un medio popular y en un lenguaje capaz de llegar al pueblo).

Empero, a pesar de esas reservas y resistencias que la serie suscitó, la cobertura lograda en el conjunto de América Latina, fue sorprendentemente alta para un programa de contenido social y ciertamente muy superior a la que suelen alcanzar los programas educativos y culturales convencionales.

Transmitieron la serie más de 600 emisoras. Es innecesario precisar que esta cifra no sólo incluye emisoras educativas y culturales, puesto que no existe ni con mucho tal cantidad de radios de ese carácter en la Región, sino que comprende numerosas emisoras comerciales, que aceptaron la serie con interés; desde luego gratuitamente, sin percibir pago alguno por parte de SERPAL. (Porque es bueno aclarar que la institución distribuidora no cobraba derechos de transmisión pero tampoco jamás arrendó ni pagó espacios para su irradiación; la serie tenía que ganarse su espacio por sí misma). Y no sólo están comprendidas en ese guarismo pequeñas emisoras locales. Así por ejemplo, la cadena Todelar, de Colombia, transmitió completa "Jurado No. 13" por su cabecera en Bogotá y simultáneamente por todas las estaciones (creo que son más de 60) que componen su red nacional; y la emitió en horario preferencial, de máxima audiencia.

No sólo la irradió sino que —al igual que muchas otras de las emisoras que la transmitieron— a continuación de cada capítulo organizó una mesa redonda, un debate o foro con personalidades invitadas, llamadas telefónicas del público que daba su opinión, etc.

En el registro de SERPAL figuran no pocas emisoras que han pasado "Jurado 13" hasta cinco y seis veces; y que hasta hoy, a doce años de producida, aun la siguen reponiendo periódicamente porque, según dicen sus directores, siempre mantiene su interés y su vigencia; siempre tiene repercusión en el público, moviliza a la audiencia, suscita reacciones, discusiones, llamadas telefónicas, comentarios, pedidos de repetición.

Aun podría añadirse que la serie no sólo se transmitió en América Latina sino también en los Estados Unidos, en emisoras de habla hispana, para las vastas minorías chicana y portorriqueña.

¿Aprendizajes? Pienso que de esta experiencia se desprende una línea de acción, una estrategia para la radio educativa. Es posible ganar un espacio para los programas educativos, incluso en emisoras comerciales, y llegar así a una vasta audiencia, si nos exigimos en su producción; si nos esforzamos por producirlos bien, con calidad profesional, con creatividad, con dominio del lenguaje radiofónico. Si el programa tiene dinamismo y fuerza, es más posible de lo que se cree el transponer la barrera que la radio masiva suele oponer a los programas educativos convencionales.

Pero esta estrategia nos plantea a su vez la prioritaria necesidad de formar recursos humanos en comunicación educativa; de capacitar comunicadores-radioeducadores con dominio del medio, en condiciones de producir tales programas. Por eso valoro la útil y necesaria función que en tal sentido están cumpliendo algunas institu-

ciones tales como CIESPAL y el Centro de Capacitación de Radio Nederland y les presto toda la colaboración que me es posible. Pienso que los que hemos hecho un camino en radio, tenemos el deber de formar una generación de relevo y transferir a los nuevos guionistas jóvenes lo mucho o poco que la experiencia nos ha ido ayudando a descubrir.

LA DISTRIBUCION GRUPAL

Sin embargo, si he de ser sincero y aunque esté hablando en el marco de un Festival de Radio, debo decir que la proyección más importante de Jurado 13 no fue la que se logró a través de su difusión por radio, sino la que se hizo por vía grupal. No sé si en cifras; no sé qué audiencia fue en términos cuantitativos la mayor, si la masiva por medio de la radio o la que escuchó Jurado 13 reunida en pequeños grupos de discusión. Pero cualitativamente, en términos de acción educativa, la más importante fue esta última.

Desde que concebimos el proyecto de "Jurado 13", previmos ensayar una estrategia alternativa de distribución: copias de los programas serían puestas a disposición de los grupos que quisieran utilizarlos para una reflexión y una discusión. SERPAL organizó una red la-

tinoamericana de distribución, a través de centros no comerciales, donde los grupos populares podrían obtener estas copias al precio más bajo que fuera posible.

¿Qué se buscaba con ello? Ante todo, no depender sólo de la radio. Aun en aquellos casos en que no se lograra acceder a la difusión masiva, quizá los pequeños cassettes podrían circular de mano en mano, de grupo en grupo. La serie así tal vez lograría alguna difusión, no se perdería del todo, si se organizara otro canal paralelo.

Pero no era ésta la única razón. Había, además, un motivo pedagógico. La radio llega a una audiencia dispersa. Su recepción es individual. Y hay un cambio sustancial entre esa escucha individual y aislada y la que se da cuando un programa es oído grupalmente. Insertado en una dinámica grupal, el mensaje educativo adquiere otra proyección, otra resonancia; desencadena otras interacciones.

Así, diseñamos una metodología de uso grupal que llamamos "Audioforo". Junto con las grabaciones, SERPAL suministró a los educadores y promotores populares una guía para la discusión, con orientaciones para organizar y animar un Audioforo y preguntas para la discusión de cada tema.

Esa vía de distribución, iniciada así, a título de prueba, de ensayo exploratorio, tuvo una acogida que rebasó los cálculos más optimistas. Se comprobó que la serie y el método de Audioforo habían venido a llenar una sentida necesidad; que, además de la radio y junto a ella, existía latente otro medio que estaba esperando ser impulsado y desarrollado: el medio grupal. Que existían en América Latina millares de grupos (de vecinos, sindicales, campesinos, juveniles, de matrimonios, de profesionales, estudiantiles, de cooperativistas, de educadores, parroquiales, de comunidades eclesiales de base, de bibliotecas populares, de centros populares de educación,

etc.) en busca de un material formativo que alimentara su reflexión y orientara su acción. Las copias de "Jurado 13", grabadas al principio en disco, después en cassettes, empezaron a circular de grupo en grupo por toda América Latina, hasta en los más recónditos rincones, demandando constantes reediciones.

Hasta el presente —y digo hasta el presente porque todavía, sorprendentemente, la demanda continúa— se han vendido, sea en juegos completos, sea en capítulos sueltos— 120.000 discos y más de 300.000 cassettes conteniendo programas de Jurado 13.

Imposible calcular el número de audiciones, el número de grupos que los han oído y discutido, porque obviamente nadie compra una copia para usarla una única vez, sino que la utiliza repetidas veces, haciéndola circular entre diversos grupos (hay muchos profesores que las usan en sus clases). Y aun hay otro factor no cuantificable de multiplicación: sabemos que era —y sigue siendo— muy corriente la práctica del recopiado casero. Muchos que conseguían prestados los cassettes, los reproducían y se quedaban con la copia a fin de usarla con otros grupos. Cada cassette por así decir oficial, cada cassette vendido, era madre de otros cassettes y acaso éstos a su vez de otros. Esto hace —felizmente— imposible estimar el número real de copias en circulación. Aunque en régimen comercial de copyright estas copias habrían sido consideradas ilegales, "piratas", como SERPAL era un servicio educativo sin fines de lucro, no sólo no perseguía ni restringía ese multicopiado espontáneo, sino que más bien lo estimulaba.

Queda entonces como otro saldo de la experiencia de "Jurado 13" la existencia del medio grupal como vía alterna de difusión y el valor educativo de ese medio. Así como también la importancia de prever y diseñar una estrategia y una metodología de uso. La realización de un programa educativo no culmina con la producción

de los mensajes; el proyecto no sólo debe plantearse la producción, sino también la manera más eficazmente educativa de usar los materiales producidos.

No quisiera, sin embargo, dejar la impresión de que estoy oponiendo como antagónicos el medio masivo y el grupal. Creo, por el contrario, que son complementarios; y que el resultado educativo óptimo se logra cuando se combinan los dos. Como hicieron algunas emisoras que habían logrado organizar una audiencia grupal —el caso, por ejemplo, de Radio Santa María de República Dominicana— que difundían "Jurado 13" por radio, lo hacían escuchar grupalmente y luego incorporaban las opiniones y aportes de los grupos a la transmisión radial.

ALGUNOS DATOS BASICOS

Pero si hemos llamado al Jurado No. 13 a sala —"a sala por favor"— y él ha comparecido, podemos interpelarlo más a fondo, más por dentro. Preguntarle cómo era la serie misma; cómo fue concebida y realizada. Hagámoslo a partir de algunos datos básicos.

Por ejemplo, su dimensión. Veinte "procesos", veinte temas, desarrollados cada uno en tres capítulos de 25 minutos de duración. La realización completa de la

serie insumió dos años. Fue producida y grabada en Uruguay. Si a los colegas profesionales les interesaba el dato, en su grabación, a lo largo de sus 60 capítulos, intervinieron 122 voces; 122 actores de la radio y el teatro uruguayos.

EL PROBLEMA DEL LENGUAJE

Cuando acometimos su producción, muchos plantearon una objeción, una duda. Ya sabemos que América Latina es una realidad muy variada y heterogénea. Que incluso eso de su unidad idiomática, de su único idioma, el castellano, es muy relativo; que hay una gran diversidad de hablas y de acentos populares; como también de escenarios, de códigos culturales, de realidades sociales. ¿Era viable entonces realizar una serie para ser escuchada en toda la Región? ¿Entenderían un campesino del llano venezolano, un obrero mexicano, una empleada doméstica de un barrio de Lima, una serie grabada en Uruguay o en cualquier otro país que no fuera el suyo propio? ¿No le chocaría ese acento tan diferente al suyo?

Aun cuando hiciéramos un esfuerzo —que de hecho hicimos— para llegar a un lenguaje más o menos "neutro", depurado de giros locales, y a una pronunciación no demasiado marcada (¡cuántas veces hubo que

parar la grabación y rehacer si un actor decía "yevar" y no "llevar", "siya" en lugar de "silla"!), muchos consideraban que la serie no lograría ser comprendida ni interesar más allá de su ámbito geográfico de origen.

Fue otra apuesta, otro riesgo a correr. La dificultad era real y grande. Nosotros confiábamos en que el idioma, el acento, podrían pasar a segundo plano y no representar un obstáculo insalvable si lográbamos una temática realmente latinoamericana, con situaciones y problemas que reflejaran la realidad de la gente y en los que ella pudiera reconocerse. En eso pusimos nuestro mayor esfuerzo; y los resultados parecen haber confirmado nuestra expectativa.

LA INVESTIGACION

¿De dónde salieron esos veinte temas? ¿Cuál fue la sustancia que alimentó esos veinte imaginarios procesos judiciales?

El primer paso fue la investigación temática. Hubo, desde luego, la lectura y el procesamiento de una cantidad de libros, de estudios, de documentos; asimismo, una encuesta hecha a educadores, trabajadores sociales y comunicadores de América Latina que señalaran cuáles

eran los problemas más importantes de su respectivo país. Procurábamos así identificar los problemas más comunes a todos, los que afectaban a la mayoría de los países de la Región.

Empero, sin desconocer el valor de esas informaciones y los aportes que significaron, la fuente más rica, la que dio más material, fue un viaje, una gira de investigación y documentación, en la cual, junto con Ana —mi esposa y mi gran colaboradora en la creación de esta serie que mucho le debe a sus aportes— recorrimos ocho países de América Latina tomando notas y grabando entrevistas a sociólogos, a médicos, a abogados, a educadores, pero, sobre todo, a la propia gente afectada por los problemas; a los que iban a ser los protagonistas de la serie.

Nos metimos a fondo en la realidad del pueblo, en los mercados, en las calles, en las barriadas marginales, en los dispensarios populares, observando lo que pasaba, registrando los hechos, conversando con la gente, escuchándola. Volvimos con un montón de cassettes, de notas, de fotografías, de vivencias, de imágenes. Y, a medida que las fuimos decodificando, procesando, organizando, se fue construyendo Jurado No. 13.

(Aunque déjenme confesarles en un paréntesis que no todo lo que vimos y oímos fue recogido en los programas. Encontramos algunas realidades tan trágicas, tan sin salida, que, o bien no supimos cómo tratarlas con una óptica transformadora o bien no nos animamos a ponerlas). Pero, salvo esos casos extremos, el material recogido fue el alimentador de la serie.

* Así, el "Proceso en un Aula", que plantea la inadecuación de la enseñanza a las necesidades de la juventud, surgió a partir de las cosas que nos dijeron muchachos estudiantes de México, de Caracas y de Cali. Ellos, sin saberlo, escribieron buena parte del guión.

* "Proceso a los Muchachos de la Esquina" tuvo su origen en un diálogo desgarrante con un joven de un barrio-basural de Maracaibo.

* Y no creo que sea casual que el caso que desencadena y da lugar al "Proceso a los Quietos" haya sido identificado como un caso local en numerosos países de América Latina, donde los oyentes, al escucharlo, reconocieron un drama exactamente igual sucedido en su barrio y se manifestaron convencidos de que el autor tenía necesariamente que haber estado allí y conocido esa historia. (El caso, en realidad, había sucedido en una población "callampa" de Santiago de Chile; pero la marginación crea dramas muy semejantes en toda nuestra América Pobre).

Y éste, creo, es un saldo a rescatar en la experiencia de "Jurado 13". Sin duda, si yo escribiera ahora, en 1984, esta serie, le revisaría y le cambiaría algunas cosas; la haría distinta. Pero seguiría el mismo método. Sigo valorando la importancia de partir de la realidad popular. Sigo creyendo que un proyecto de comunicación educativa no debe comenzar hablando a la gente sino escuchándola; que la radio educativa no debe hacerse desde un escritorio, sino desde la calle, desde la vida.

LA PRE-ALIMENTACION

En Teoría de la Comunicación, se habla mucho de **feedback,** de retroalimentación, de "comunicación de retorno". Permítanme, en cambio, poner de relieve aquí otro componente del proceso comunicativo que nunca se menciona y que creo mucho más decisivo: la pre-alimentación. Es decir, la participación de los oyentes **antes de** la emisión del mensaje; en su gestación.

Más que preocuparnos por recoger una hipotética "comunicación de retorno" en la que situamos la respuesta del destinatario al final del mensaje, recibiéndolo y retornándolo, pienso que debiéramos procurar, sobre todo, poner al oyente al principio del proceso, originando los mensajes, inspirándolos.

Creo que si "Jurado 13" llegó a las audiencias populares, fue porque hubo pre-alimentación. Por eso, cuando escuchaban la serie, se podía reconocer e identificarse con ella, aun cuando la historia y el escenario no fueran exactamente iguales y las voces no fueran las suyas sino las de actores profesionales que no hablaban con su mismo acento ni empleaban siempre sus mismas palabras. Lo que encontraban eran sus propios hechos y experiencias.

Sin embargo, no se trataba tampoco de devolvérselas como en una pura fotografía, como en un mero espejo. Era preciso presentárselas dramáticamente y pedagógicamente, de tal manera que ellas pudieran verlas con

otra perspectiva crítica, analizarlas, discutirlas, reflexionarlas, emitir un juicio; ir a las causas del problema que hasta ese momento habían estado viviendo y sufriendo como una mera contingencia, como un hecho fatal y natural, como una determinación del destino, sin percibir sus raíces. El programa tenía que generar interrogantes, desencadenar procesos; y así convertirse en un estímulo para la búsqueda de salidas y soluciones en común.

LA ESTRUCTURA

Así, a la luz de esta concepción, se fueron conformando la estructura dramática, formal, de la serie y su pedagogía.

Cada capítulo comenzaba con la presentación que vamos a escuchar en seguida. Una pequeña advertencia previa: si encuentran en el tono de los locutores y en el montaje musical cierta grandilocuencia, sepan que hoy yo también la encuentro y que comparto esa crítica. Recuerden que esta producción ya tiene más de diez años y conserva, por lo tanto, ciertas improntas de un estilo hoy superado, que —repito— yo cambiaría si la realizara ahora. Veamos, de todos modos, la presentación, que ya adelanta la estructura de la serie.

GRABACION

VOZ MUJER (POR PARLANTE) Jurado No. 13, a sala por favor. Jurado No. 13, a sala por favor.

CONTROL TEMA MUSICAL CARACTERISTICO

LOCUTOR 1 "Jurado No. 13"

LOCUTOR 2 Porque en este Tribunal del Pueblo, hay doce jurados y uno más: usted.

CONTROL LEVANTA TEMA MUSICAL

LOCUTOR 1 A continuación, esta emisora pasa a transmitir directamente desde el Tribunal del Pueblo.

En esta presentación ya están contenidos los principales elementos del proyecto. La serie se ubicaría en un imaginario y simbólico "Tribunal del Pueblo" donde se discutirían problemas latinoamericanos. Cada tema daría lugar a un proceso judicial, a un juicio oral, con su acusado, su fiscal, su defensor, sus testigos.

A mis estudiantes de radio, suelo decirles: "Para escribir una serie dramatizada, no basta con tener el tema. Se necesita una estructura narrativa. No comiencen a escribir hasta no haberla encontrado y definido". No

siempre me entienden al principio. Pero para mí, como autor, la estructura es clave. No pude arrancar con "Jurado 13" hasta que no encontré los recursos narrativos. Escribí varios borradores de guiones y los rompí todos, insatisfecho. Sentía que algo fallaba, que no funcionaba. Hasta que descubrí qué era: la clásica narración en tiempo pasado característica del radiodrama ("**Aquel día** en el tribunal del pueblo"... "El acusado **se puso** de pie"... "Los jurados **discutían** sin llegar a un acuerdo"...), no iba para lo que yo quería hacer. Cuando descubrí que los juicios se podían transformar en una imaginaria transmisión directa, actual, en tiempo presente, como si los hechos estuvieran sucediendo en ese mismo momento, entonces sí pude ponerme a escribir.

LA INVOLUCRACION DEL OYENTE

El otro rasgo característico está dado ya por el título de la serie: el oyente es invitado a ser parte del jurado y a pronunciarse; a emitir él también su veredicto.

Obviamente, lo que se buscaba era involucrar al oyente, problematizarlo, incitarlo a reflexionar, a tomar posición. Permanentemente, el narrador se dirige al Jurado 13 invitándolo a seguir el proceso, a pensar, a opinar, a pronunciarse. Podemos ilustrarlo con dos breves pasa-

jes, entre muchos, donde aparece esa constante apelación al oyente, esa invitación a involucrarse.

GRABACION

LOCUTOR 1 A continuación, esta emisora pasa a transmitir desde el Tribunal del Pueblo.

ESTUDIO **AMBIENTE: PUBLICO NUMEROSO**

RELATOR Bueno, esto hoy es un mar de gente. Cámaras de televisión, periodistas, fotógrafos. Y no sólo de nuestro país. Han venido de toda América Latina. Se ve que el problema del control de natalidad interesa a todo el continente, se está discutiendo en todas partes. Desde aquí puedo ver médicos, economistas, sacerdotes, hombres de gobierno. Hay incluso representantes de organismos internacionales, venidos expresamente de Estados Unidos para asistir al debate. El Programa de Asistencia para el Desarrollo, con sede en Washington, ha enviado a un distinguido observador, el señor Stewart Kent, especialista en programas de control de natalidad. En las últimas filas, se apretujan muchos sencillos padres y madres de familia, que quieren enterarse de esta tan discutida cuestión de la limitación de los nacimientos. Jurado No. 13, usted es un privilegiado: hay un lugar reservado para Ud.

en primera fila, desde donde podrá seguir el juicio sin perder detalle. Venga.

EFECTO **TRES GOLPES DE MARTILLO**

JUEZ El Tribunal del Pueblo va a sesionar. Declaro abierta la audiencia.

. . . . . .

EFECTO **MARTILLO**

JUEZ Bien. Ahora *sí*. El Jurado puede pasar a deliberar y dictar su fallo en este proceso.

ACTUARIO Los señores jurados, por favor...

RELATOR Jurado No. 13, lo reclaman. Pase a ocupar su lugar en el debate, junto a sus compañeros.

. . . . . .

Así, el oyente pasa en cierto modo a ser personaje de la acción. Está comprometido en la historia. Ya no se da —o al menos no se favorece— esa "delegación de poderes" que el espectador hace en el personaje en el sistema trágico de Aristóteles; ni se da, por lo tanto, tampoco, esa liberación de responsabilidades por catarsis.

LA COMBINACION DE FORMATOS: EL DISTANCIAMIENTO

El ubicar la serie en un tribunal, el darle ese carácter de transmisión directa, abría además otra posibilidad. Permitía darle al programa un cierto corte periodístico; combinar el drama con el documental, con el radio-reportaje. Insertar en las declaraciones de algunos testigos, cifras, porcentajes, datos históricos.

Era una manera de introducir al oyente popular en un conocimiento más científico y objetivo de su propia realidad; de pasar de lo particular del caso concreto a una visión más global, más general. Y, a la vez —y esto quizá era aun más importante— permitía balancear, equilibrar, la dimensión emocional de la ficción dramática con elementos cognitivos, que apuntaban más al raciocinio; y lograr así ese "distanciamiento" del espectador que plantea Brecht.

A mí como autor me resultó gratificante esa posibilidad de romper el formato, la convención del radiodrama, y dar cabida, dentro de la misma acción dramática, a esa presencia de la información. Instrumentar dos ritmos; poder jugar con dos **tempi** simultáneos.

LA PEDAGOGIA

Para terminar esta rápida enumeración de lo que fue Jurado 13 en cuanto a concepción, hubo también tras la serie una propuesta pedagógica. Correcta o errónea, eso les toca decirlo a ustedes. Pero en el tratamiento de sus temas, en su enfoque, hubo la opción por una estrategia pedagógica.

Nos inscribimos en una pedagogía de proceso; una pedagogía problematizadora. En ese marco, teníamos en cuenta la existencia de esos "estadios de la conciencia" de que habla Paulo Freire; de esa "conciencia mítica" y esa "conciencia ingenua" que Freire identificó en las mayorías populares. Y a ese nivel de conciencia nos dirigimos. De él partimos.

En el desarrollo de cada tema, solíamos partir de la percepción ingenua, acrítica, inmanente, de la realidad contingente; incluso, algunas veces, de la percepción deformada y falseada, del prejuicio cotidiano y corriente.

Si se escuchan las escenas iniciales de algunos de los procesos, hasta se podría pensar (algunos oyentes me confesaron que al principio lo pensaron) que el autor es retrógrado, reaccionario, porque al comienzo recogíamos y hasta parecíamos reforzar, los estereotipos de la ideología dominante internalizados en el dominado: "El pobre es pobre porque es flojo, holgazán"... "Unos nacen con estrella y otros estrellados"... "El mundo siempre fue así, es así y seguirá siendo así"...

Solo después, poco a poco, venía el desmontaje de esos prejuicios y estereotipos, el cuestionamiento de esa percepción ingenua, la desmitificación, la confrontación con los datos objetivos, el análisis de las causas reales.

Dejo esta propuesta a la consideración de ustedes. Personalmente pienso que muchos intentos de educación popular resultan fallidos porque pasan por alto ese universo cotidiano de los estereotipos y los prejuicios. Pienso que si éstos no afloran a la conciencia, si no son expresados explícitamente, si el destinatario no es interpelado por ellos, los contenidos nuevos que se procura comunicarle se yuxtapondrán a sus prejuicios sin lograr encarnarse ni internalizarse en él. Recibirá una serie de ideas nuevas, pero éstas se quedarán como en otro piso de arriba, paralelo, sin influencia real sobre su pensamiento profundo, sobre sus decisiones y sus acciones. Para construir un puente que logre pasar de la percepción ingenua a la visión crítica, es preciso partir de su expresión cotidiana y ponerla en conflicto, en crisis, en contradicción.

Años más tarde encontré en Gramsci un apoyo a esta propuesta. El pensador italiano asigna fundamental importancia a lo que él llama "la crítica al vivo del sentido común" (en la acepción que él asigna a este término), crítica sin la cual, según Gramsci, "el esfuerzo del educador queda estéril", ya que sólo ella "puede incorporar a los sectores populares a un proceso de toma de conciencia"; pues "dentro del pensamiento popular es el único medio de acceso a los problemas reales".

LOS "EFECTOS"

Hemos compartido esta recapitulación, este balance de Jurado 13, sin ánimo —quisiera subrayarlo nuevamente— de estar postulando ningún modelo perfecto ni acabado, ningún paradigma. Ya dije que, de tener la oportunidad de reescribir la serie hoy, le revisaría algunas cosas; trataría de resolver algunas limitaciones y deficiencias que no vi claramente entonces o que, aun viéndolas, no encontré en aquel momento la manera de superarlas. La comunicación y la educación populares son siempre provisorias, están en permanente proceso de búsqueda. Felizmente. Quizá el diálogo posterior con ustedes me dé la oportunidad de volver sobre las que siento como falencias de la serie.

Pero creo que no debo terminar sin recoger una pregunta que probablemente muchos de ustedes se estén haciendo. Recogerla, lo que no quiere decir necesariamente "responderla", porque no sé si estoy en capacidad de darle una respuesta satisfactoria.

La pregunta: "Bien; se hizo la serie, se difundió, circuló. Pero, ¿y qué pasó? ¿Cuál fue su incidencia educativa y social? Si ella se proponía un efecto transformador, ¿en qué medida lo logró?"

Bueno y legítimo es preguntarlo; no fácil responderlo.

En primer lugar, sería pueril esperar que una serie de radio produjera por sí sola efectos espectaculares. Máxime porque "Jurado 13" no se proponía generar "cambios de actitudes" en el sentido en que lo entiende la escuela conductista, la "ingeniería del comportamiento"; esto es, en el sentido de imposición de hábitos, de cambios rápidos y automáticos. No era una campaña para que los campesinos adoptaran el empleo de fertilizantes químicos, campaña cuyo **feedback** después se puede medir: ¿cuántos respondieron al estímulo y adoptaron el uso de fertilizantes? SERPAL no montó ningún sistema de **feedback** para verificar los efectos de la serie. Ni habría podido hacerlo: los que ésta trataba de suscitar, no eran de naturaleza mensurable ni cuantificable.

Lo que puede hacer una serie como Jurado 13 es generar o estimular procesos, contribuir a la formación de una actitud crítica, creadora, comunitaria, solidaria.

Hemos recibido —y aun seguimos recibiendo— ecos, indicios, de que ese proceso se dio en muchos de sus oyentes. Por ejemplo:

— En CESAP de Venezuela, donde estoy trabajando ahora, un compañero me sorprendió hace unos meses diciendo que su iniciación, su despertar a la problemática social, se produjo al escuchar "Proceso a un Líder". Hoy, ese compañero desempeña un puesto clave en la coordinación de organizaciones populares de base.

— Me han contado de una crisis (crisis en el sentido sano de que hablaba antes) provocada en un grupo juvenil de Uruguay por la audición de "Proceso a un Triunfador": hubo algunos jóvenes que se sintieron tan sacudidos y cuestionados que se fueron del grupo; pero los que se quedaron, en cambio, consolidaron su compromiso y se convirtieron en un grupo de acción al servicio de la causa popular.

– Me han afirmado asimismo que, en Ecuador y en Bolivia, grupos de profesionales médicos, después de oír "El caso del que no pudo nacer", revisaron los programas de esterilización masiva que estaban realizando y resolvieron oponerse a ellos y combatirlos.

Otro nivel corresponde a acciones generadas a partir de la audición y discusión de los programas.

– La de "Proceso a los Quietos" originó en numerosos barrios populares, tomas de decisión: grupos de vecinos que se organizaron para construir un puente o un camino o un acueducto.

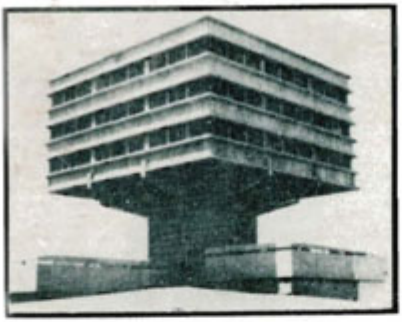
– A su vez, "Proceso a la Ciudad" fue el impulso para la construcción de escuelas y puestos sanitarios en zonas rurales.

– Amigos colombianos me han contado el caso de un colegio de Medellín donde, después de escuchar y debatir "Proceso en un Aula" los estudiantes se movilizaron, lograron el apoyo de un buen número de profesores y de padres, y consiguieron la transformación sustancial del colegio, con revisión de los métodos de enseñanza y participación de los estudiantes en el Consejo de Dirección.

– También resulta interesante consignar que en varios países grupos de teatro populares llevaron a escena distintos procesos de Jurado 13; y, mejor aun, tomando su estructura, crearon sus propias obras de teatro, sus propios procesos, con temas de su problemática local.

Son anécdotas que me han llegado al azar de mis viajes; de esos procesos que se operan en los grupos, no hay –ni puede haber– registros sistemáticos.

Así quedan, pues, los aprendizajes que pude recoger de aquel Jurado 13; el saldo de una experiencia. Ojalá este balance sirva para alentar e impulsar otras nuevas.



Con el "Primer Festival de la Radio Educativa", Tomo 1, de diversos autores latinoamericanos y europeos, CIESPAL presenta el volumen número 7 de su colección MONOGRAFIAS.

Los materiales de este volumen fueron presentados originalmente en el Primer Festival de la Radio Educativa, celebrado en CIESPAL del 15 al 19 de Octubre de 1984. El evento contó con la participación de numerosos expertos en las diversas especialidades del quehacer comunicativo, procedentes de todos los países del área hispanoparlante de América, así como de Holanda, Alemania, España, Suiza, Suecia y Canadá.

Este primer tomo recoge los testimonios de varias de las experiencias que se están desarrollando en diversos países, con relación a las emisoras populares y culturales. Vista la calidad, cantidad y extensión de los materiales, se resolvió editarlos en dos tomos, para evitar la presentación de un volumen poco manuable.

Esta monografía se publica dentro del convenio de CIESPAL con Radio Nederland Training Centre, que auspicia el Ministerio para la Cooperación al Desarrollo del Reino de los Países Bajos.

CIESPAL
Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina