

# Chasqui

Revista Latinoamericana  
de Comunicación

No. 53 - MARZO 1996

**Director**

Asdrúbal de la Torre

**Editor**

Fernando Checa Montúfar

**Consejo Editorial**

Jorge Mantilla Jarrín

Edgar Jaramillo

Nelson Dávila

**Consejo de Administración de  
CIESPAL**

Presidente, Tiberio Jurado, Rector de la  
Universidad Central del Ecuador.

Roberto Passailague,

Ministro de Educación.

Byron Morejón,

Min. Relaciones Exteriores.

Héctor Espín, UNP.

Fausto Moscoso, UNESCO.

Louis Hanna Musse, AER.

León Roldós, Universidad Estatal de  
Guayaquil.

Edgar Jaramillo S.,

FENAPE.

**Asistente de Edición**

Martha Rodríguez

**Portada**

Marcelo Aguirre

**Impreso**

Editorial QUIPUS - CIESPAL

Chasqui es una publicación de CIESPAL.

Apartado 17-01-584. Quito, Ecuador

Telf. 506 149 544-624. Telex: 22474

CIESPAL ED. Fax (593-2) 502-487

E-mail: chasqui@ciespal.org.ec.

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

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

Chasqui

## NOTA A LOS LECTORES

Más de 450 **Radioapasionados y televisionarios** del mundo se reunieron en Quito, en noviembre pasado, para participar en el Festival homónimo e inédito que el Grupo de los Ocho, con el apoyo de 13 organismos internacionales, organizó con el propósito de abrir un espacio para la reflexión, el intercambio de experiencias y la formulación de estrategias que le permitan a la comunicación audiovisual democrática enfrentar de mejor manera la avasallante "aldea global" que vivimos. En el módulo respectivo, esta edición presenta algunos documentos que sirvieron de base teórica para este encuentro, artículos que algunos de los participantes quieren socializar y otros textos que alimentan el debate en torno al sugerente y atractivo espacio audiovisual latinoamericano.

"En las aguas del mercado -apunta Eduardo Galeano- la mayoría de los navegantes está condenada al naufragio; pero la deuda externa paga, por cuenta de todos, los pasajes de la minoría que viaja en primera clase". En un mundo cada vez más globalizado, donde 358 personas tienen un capital equivalente al que comparten 2.400 millones de pobres, no es sorprendente que la violencia atraviese las sociedades, y nos rompa el cuerpo y el alma, especialmente en Nuestra América llena de naufragos. En este contexto, los colaboradores de **Medios, sociedad y violencia** nos proponen textos heterogéneos. Para algunos de ellos, los medios -especialmente la TV- son los autores intelectuales de la violencia y constituyen una escuela del crimen (hecho no sorprendente si consideramos que E.U., país con una de las más altas tasas de criminalidad en el mundo, es uno de los mayores exportadores y expositores, gracias a la complicidad impune de sus aliados nacionales, de los contenidos violentos en los medios). Para otros, y complementario al enfoque anterior, los medios ejercen una violencia sutil, pero no menos deletérea, a través de la *Crónica Roja* donde la intimidad y la honorabilidad está reservada a los sectores con poder económico, en tanto que la de los sectores "peligrosos" se convierte en una "intimidación de masas". Pero, también hay aquellos que consideran un reduccionismo el relacionar la violencia real con la televisada y que, en buena medida, los medios lo que hacen es reflejar, no provocar, la agresividad humana generada por las condiciones de vida, materiales y espirituales, de la sociedad. El lector encontrará en estos textos elementos que, aunados a su experiencia cotidiana, le permitirán sacar conclusiones que le susciten y fortalezcan, eso esperamos, actitudes críticas para enfrentar los medios.

En la radio y televisión brasileñas, *BBC* de Londres, *Radio Nederland* de Holanda, CIESPAL y otras entidades de América y Europa; los casi 50 años de actividad profesional de Walter Ouro Alves dejaron una obra inolvidable. Por eso y por todo lo que significó su aporte honesto y enriquecedor para la comunicación democrática, quienes hacemos *Chasqui* queremos rendirle tributo al dedicar esta edición a su memoria viva.

## RADIOAPASIONADOS Y TELEVISIONARIOS

**L**a avasallante "aldea global", tecnologizada y concentradora que vivimos, plantea nuevos y complejos retos para los comunicadores democráticos del espacio audiovisual. El debate amplio sobre el problema es el primer paso para enfrentarlo.



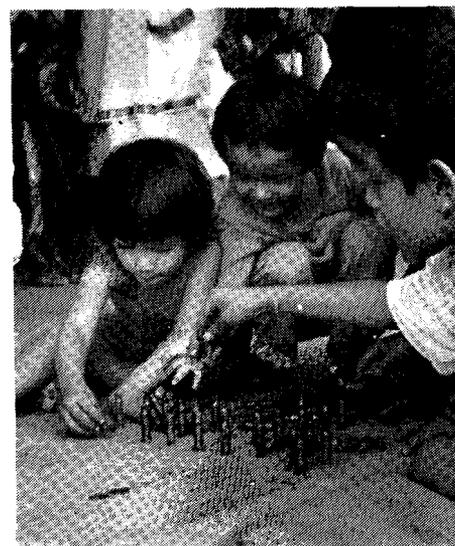
- 4 Festival de Radioapasionados y Televisionarios
- 6 Declaración de los Radioapasionados y Televisionarios
- 8 La radio popular y educativa en América Latina  
*Luis Ramiro Beltrán*

- 12 Comunicación ¿para cuál desarrollo?  
*Antonio Pasquali*
- 16 La imagen, nuevamente visitada  
*Carmen González Mont*
- 20 Aportes a la radiopasión  
*Ernesto Lamas*
- 23 Buenas ondas de la sociedad civil  
*José Ignacio López V.*
- 27 FM a bajo costo  
*Ricardo Quiñones*
- 31 La radio en el ciberespacio  
*Ricardo Horvath*
- 35 Video, TV y democratización  
*Martha Rodríguez*
- 38 De la oralidad a la telenovela  
*José Rojas Bez*
- 42 Walter Ouro Alves

## MEDIOS, SOCIEDAD Y VIOLENCIA

**E**n el caldo de cultivo de sociedades cada vez más injustas, la violencia nos atraviesa literal y metafóricamente. En este contexto, los medios, especialmente la TV, tienen una relación directa y una responsabilidad inexcusable. Veamos algunos enfoques que, esperamos, contribuyan a una percepción crítica.

- 43 Violencia urbana, nuevos escenarios  
*Fernando Carrión*
- 47 La TV acusada de asesinato  
*Jorge Enrique Adoum*
- 51 Violencia y TV infantil  
*Valerio Fuenzalida*
- 55 La escuela del crimen  
*Eduardo Galeano*



- 57 ¿Los medios provocan o reflejan la violencia?  
*Cecilia Peñaherrera*
- 60 Las trampas de la desgracia  
*Alexander Jiménez*
- 64 Los juegos de la crónica roja  
*Kintto Lucas*

## ENSAYOS

**E**nsayos, intentos, aproximaciones a diferentes temas ofrecemos en esta sección para suscitar la reflexión y el debate.



- 65 Michael Jackson, antes del caos  
*Juan Luciano Nieves*
- 68 Comunicación y subjetividad  
*Enrique Guinsberg*

- 71 Crisis global, valores y fin de siglo  
*Javier Esteinou Madrid*
- 75 La vigencia de José Martí  
*Alejandro Querejeta*

## NUEVAS TECNOLOGIAS



- 79 ¿Superautopista informativa?  
*Carlos Eduardo Colina*
- 82 La elaboración de las inforrutas nacionales  
*Pierre C. Bélanger, Réjean Lafrance*

- 87 Cuba y la era de la informática (Entrevista)  
*Julio García Luis*
- 90 En el Internet
- 91 IDIOMA Y ESTILO  
El Diccionario entre el fetichismo y el prejuicio  
*Hernán Rodríguez Castelo*
- 95 ACTIVIDADES DE CIESPAL
- 98 RESEÑAS



## NUESTRA PORTADA

El transeúnte. Acrílico sobre lona, 2.80 x 3.00, de MARCELO AGUIRRE. Premio Marco, Museo de Arte de Monterrey, México

El autor es ecuatoriano y su obra ha sido expuesta a nivel nacional e internacional.

DISEÑO PORTADA Y  
CONTRAPORTADA

ARTURO CASTAÑEDA V.



### NUESTRO NUEVO E-MAIL

CIESPAL:  
[ciespal@ciespal.org.ec](mailto:ciespal@ciespal.org.ec)

CHASQUI:  
[chasqui@ciespal.org.ec](mailto:chasqui@ciespal.org.ec)



## La radio popular y educativa en América Latina

*La radio popular y educativa latinoamericana es una apuesta creativa y valerosa por el ideal democrático. El uso de la radio para la educación popular, en favor de la democracia, tiene ya casi medio siglo de experiencia en la región. Luis Ramiro Beltrán reflexiona sobre los principales momentos de esta práctica y avizora nuevas estrategias para su fortalecimiento.*

La radio es el medio más instrumental en la lucha por conquistar la democracia. De todos los medios masivos es el que llega a la más alta proporción de la población: 75%. Pero ese amplio acceso no es su única ventaja. Por su bajo costo y su relativa facilidad de operación, la radio tiene también la virtud de prestarse a la participación del pueblo en su manejo.

Aunque es privada y comercial, en el 85% de los casos, la radio en la región no es oligopólica; está constituida, en general, por numerosas empresas más bien pequeñas. Ha sido por esto, por el ímpetu del pueblo para comunicarse y por el respaldo que le ha brindado la Iglesia Católica, que ha resultado posible la radio popular de vocación democrática en Latinoamérica. Que ella sea minoritaria -cuando más el 10% sobre un total de alrededor de 6.000 emisoras- no le quita mérito ni le niega impacto. Comenzó hacia 1947, en Colombia y Bolivia.

### Sutatenza

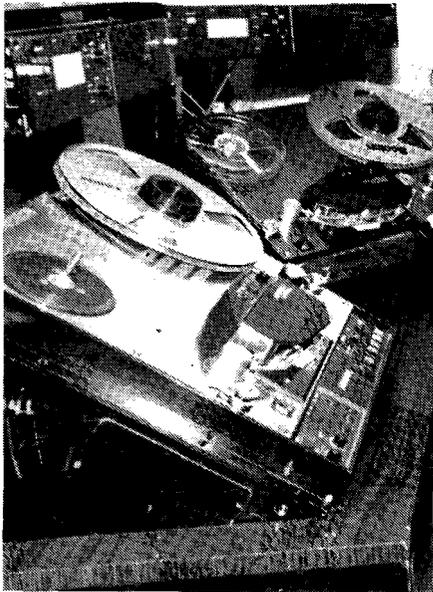
El inquieto párroco de la aldea colombiana de Sutatenza, Joaquín Salcedo, instaló una elemental estación radiodifusora de corto alcance para llegar a los campesinos algo alejados de su circunscripción, con mensajes religiosos. Poco tardó en agregar a la finalidad evangelizadora la intención alfabetizadora y educativa en campos como la salud y la agricultura.

La estrategia comunicativa de la cual se valió el joven sacerdote fue la de "escuela radiofónica". Consistía en programas producidos para los campesinos, a los que se organizaba en pequeños grupos y se orientaba por medio de un auxiliar local capacitado para ello y provisto de materiales complementarios. El experimento cobró rápidamente amplia aceptación y considerable impacto.

Con apoyo formal eclesiástico y respaldo gubernamental, Salcedo estableció la entidad Acción Cultural Popular (ACPO). Con respaldo financiero interna-

**LUIS RAMIRO BELTRAN**, boliviano. Doctor en Comunicación, Consejero Regional para América Latina de la Universidad John Hopkins. Ha sido profesor y consultor en CIESPAL.

**D**e especial importancia fue el desarrollo de la radio popular y educativa en idiomas nativos. La participación de los indios aymaras y quechuas en este emprendimiento es sobresaliente en Bolivia, Perú, y ha llegado a ser acogida, inclusive, por algunas emisoras comerciales.



cional, ACPO vino a ser en una década el ejercicio masivo de educación no formal más grande y ambicioso del mundo. En su punto culminante llegó a tener ocho emisoras por todo el país, con una potencia conjunta de alrededor de 800 kilovatios de salida, dos institutos de formación de líderes campesinos, una central de preparación de programas y un servicio de producción audiovisual e impresa en el que editó el primer semanario del país para campesinos.

#### Radios mineras

El otro experimento precursor fue el de Bolivia, coetáneo al de Colombia, pero del todo distinto. A fines de los 40, el país vivía de la producción de estaño y los trabajadores de esta industria estaban organizados en sindicatos. En uno de ellos nació la primera emisora obrera, que tuvo azarosa y efímera existencia. Pero en 1952 se inició una revolución nacionalista que realizó profundos cambios estructurales, incluyendo la nacionalización de las tres grandes empresas mineras productoras de estaño. En esas circunstancias surgieron algunas emisoras sindicales mineras. Diez años más tarde llegarían a ser algo más de 20 y todavía aumentarían hasta acercarse a 30.

Que sus equipos fueran rústicos y de corto alcance y que su personal no tuviera experiencia en producción radiofónica eran cuestiones secundarias, frente al objetivo que el medio venía a servir: expresarse, quebrar de viva voz la incomunicación que los trabajadores padecían en sus remotos distritos altiplánicos y, así, permitirles defender sus intereses. Tal importancia cobrarían pronto sus radios que gobiernos totalitarios las acallarían, a veces, a sangre y fuego.

La característica fundamental de esas radios fue su naturaleza participativa. Con su estrategia de "micrófono abierto", ponían a los trabajadores y a sus familias a hablar libremente de todos los temas de su interés, a hacer réclamos a las autoridades e inclusive a criticar la conducción sindical. Visitaban escuelas, iglesias, mercados, pulperías y campos deportivos, y hasta entraban a los socavones mineros para dar a la gente la oportunidad de decir su palabra. Las radios servían como núcleo de reunión social y como eje de convocatoria a asambleas populares para la toma de

decisiones. Esos comunicadores obreros practicaban la comunicación "horizontal", "participativa", "dialógica" y "alternativa", diez años antes que teoría alguna postulara nociones como esas.

A partir de la quiebra de la minería estañífera en 1985, que trajo aparejado el desempleo masivo de las minas y el derrumbe del poderío sindical, esas radios comenzaron a desaparecer. En estado casi agónico, sobreviven a la fecha cuatro o cinco de ellas.

#### Las experiencias se multiplican

La influencia del modelo Sutatenza se comenzó a sentir en algunas partes de la región ya en los años 50. Pero fue en los 60 cuando la estrategia de las escuelas radiofónicas generó la creación de cerca de medio millar de emisoras, dedicadas a la educación popular, en su mayoría patrocinadas por la Iglesia Católica, en unos 15 países latinoamericanos.

Algunas radios flexibilizaron el marco de instrucción típico de Sutatenza para hacer más educación no formal, acercarse a las organizaciones populares y hasta para reemplazar la visión de la sociedad y de su desarrollo, derivada de la impronta de ACPO. Tal vez, esto ocurrió primero en el Movimiento de Educación de Base (MEB) de Brasil, en el cual un maestro desconocido comenzaba a plantear inéditas ideas para democratizar la educación; se llamaba Paulo Freire.

Por otra parte, lo que muchos mantuvieron sin alteración por largo tiempo fue la preferencia por el público campesino, sobre el ciudadano, y el énfasis sobre la recepción de los mensajes radiofónicos en pequeños grupos comunales para discusión y acción.

De especial importancia fue el desarrollo de la radio popular y educativa en idiomas nativos. La participación de los indios aymaras y quechuas en este emprendimiento es sobresaliente en Bolivia, Perú y ha llegado a ser acogida, inclusive, por algunas emisoras comerciales.

La radio popular campesina fue más allá de la educación, la información y la diversión. A millares de seres humanos sumidos en selvas, cordilleras y llanuras les brindó gratis el equivalente al correo, al telégrafo y al teléfono que les habían sido negados.

La imaginación creativa de los latinoamericanos se desplegó, tanto en los años 60 como posteriormente, para hacer que la radio popular fuera realmente participativa. Una eficaz estrategia ecuatoriana, impulsada por el CIESPAL y la Iglesia Católica, es la de las "cabinas de grabación campesina", como las de Latacunga. Y, en varios países, las radios capacitaron a voluntarios de aldeas y barrios como "reporteros populares".

Rodeadas de competencia comercial, las radios educativas tuvieron que ir ampliando y variando su programación a fin de equilibrar en ella lo educativo con el entretenimiento y con lo informativo. A esto último dio un valioso aporte el noticiero internacional *Chasquihuasi*, producido en casete en Chile. Sobre todo en los años 70, las radios populares no abandonaron su papel contestario, su misión de denuncia de la injusticia para con las grandes mayorías crecientemente empobrecidas y sojuzgadas. A causa de este compromiso con el pueblo no pocas de ellas han sufrido censura, hostigamiento y clausura; y unas cuantas hasta han sido víctimas de destrucción por violencia estatal o por actos de terrorismo.

En todos esos años de lucha, millares de personas han dedicado mucho de su inteligencia y energía a la causa de la radio popular en América Latina. Dos paradigmas de esos luchadores por la utopía democrática son Mario Kaplún y María Cristina Mata.

Mario Kaplún, un comunicador educativo apasionado por la radio como instrumento de justicia, alcanzó notoriedad por dos series radiofónicas: *Jurado 13* y *El Padre Vicente*, ambas ganadoras de premios internacionales. Fue el creador de una eficaz herramienta para la comunicación popular: el "audioforo", que luego desarrolló como "casete foro rural", un recurso sencillo para fomentar el diálogo a distancia entre grupos.

Mario Kaplún destaca dos de sus aprendizajes: es posible hacer radio educativa de un modo atractivo y capaz de hacer impacto en la audiencia popular, y no es imposible penetrar en las emisoras comerciales con programas educativos, inclusive los de tipo crítico, siempre que se lo haga con calidad profesional y en forma entretenida y dinámica. Y condensa él su visión de nuestro

oficio con esta metáfora: "Comunicación es una calle ancha y abierta que amo transitar. Se cruza con compromiso y hace esquina con comunidad."

María Cristina Mata se especializa, a partir de 1980, en el estudio de la radio participativa, comenzando por rescatar la ejemplar experiencia dominicana de *Radio Enriquillo*. Es muy valiosa su reciente investigación sobre la mujer y la radio, publicada por la ALER. A partir de 1982 trabajó en Quito, en ALER, convirtiéndose en la investigadora más fiel y acuciosa de la radio popular latinoamericana.

### ALER

En 1972 comienza el accionar de la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER). Pero, ya para entonces, el modelo Sutatenza mostraba preocupante desgaste y estaba por entrar en escena, traído de las Islas Canarias, el promisorio modelo ECCA.

En presencia de nuevos fenómenos, como la masiva migración del campo a

la ciudad que formaba los cinturones de miseria, las afiliadas a la ALER comenzaron a poner atención también al público urbano periférico. Percibieron, igualmente, la importancia de nuevos movimientos sociales y de distintos actores políticos derivados del deterioro de las agrupaciones partidarias tradicionales, la agudización de la crisis económica y la emergencia de nuevos problemas sociales. Así, ALER fue ajustando sus esfuerzos a las cambiantes realidades.

Pero, ¿qué ha logrado ella en tantos años de abnegada práctica? La propia ALER dio respuesta a la interrogación, al evaluar el desempeño de la radio popular en su Novena Asamblea General Ordinaria (Quito, 1994), la entidad inventarió estos logros:

1. El que no pocas de sus afiliadas hayan dejado de ser marginales por haber conquistado importantes índices de audiencias.
2. El haber ganado la confianza de las organizaciones populares que las toman como aliadas de su causa.



Mario Kaplún: radioapasionado creador del "audioforo"

Segundo Tu

3. El haber alcanzado niveles de manejo de información comparables con los de emisoras comerciales, pero que ofrecen al pueblo la orientación interpretativa de hechos y procesos en función de sus intereses.

4. El haber llegado a ser reconocidas por su público como integradoras de regiones, propiciadoras de lenguas nativas, defensoras de comunidades marginadas y patrocinadoras de identificación y legitimación.

ALER está consciente que todavía hay mucho por hacer para mejorar la situación de la radio popular. Entre los problemas que la preocupan están estos:

1. El ajuste insuficiente de la programación a la audiencia.
2. La mala calidad de varios programas.
3. La aún escasa penetración en la esfera urbana y, especialmente, entre los jóvenes.
4. La falta de nitidez en la señal sonora y la interrupción de emisiones por fallas técnicas.
5. La deficiente formación del personal productor.
6. La contracción de las fuentes de apoyo financiero.

Mientras subsistan problemas como estos, la radio popular corre el riesgo de ser sofocada por el abrumador poderío de la radio comercial. Y, si esto llegara a ocurrir, la comunicación alternativa para la democratización no podrá cumplir su deber de acompañar al pueblo latinoamericano a enfrentar los desafíos del nuevo siglo. ¿Qué se puede hacer para que tal cosa no ocurra?

### AMARC

Una respuesta audaz a esta interrogante viene a darla un nuevo combatiente por la democratización de la palabra y la sociedad. Se trata de la filial latinoamericana de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC). Establecida en Lima hace cuatro años, la agrupación ya cuenta en la región con más de 200 miembros y viene desplegando una labor muy intensa de apuntalamiento a la radio popular. Lo hace ahora, desde Quito, por medio de un boletín noticioso acompañado de audiocintas, de talleres y encuentros, servicios técnicos y redes de solidaridad e información.

El Secretario Ejecutivo de la AMARC, José Ignacio López Vigil, ha hecho esta punzante reflexión sobre la era presente: "Este es el mundo que nos ha tocado vivir. Un mundo avaro que quiere igualar culturas pero no bolsillos. Un mundo absurdo que ha sabido captar el rumor del *Big Bang*, sucedido hace mil millones de años, pero no es capaz de escuchar el grito desesperado de los 40.000 niños que a diario mueren de hambre. Una época nocturna, como diría Neruda. Pero no hay otra. No podemos irnos a transmitir desde los anillos de Saturno. Es aquí y ahora que tenemos que hacer la radio comunitaria".

A la luz de este criterio, López Vigil propone -para plasmar esa nueva radio-difusión- una nueva estrategia de tres lineamientos paralelos:

1. Elevar la calidad de las emisoras hasta convertirlas en competitivas con las comerciales.
2. Ampliar el alcance de público hasta entrar de lleno en lo masivo.
3. Y modernizar los programas para tornarlos más acordes con la cultura masiva y con las demandas actuales de las grandes audiencias juveniles.

¿Será posible hacer esto? Y, si lo fuera, ¿será deseable? Es cierto que, para llegar a competir con las radios privadas y comerciales, las populares tendrían que mejorar la calidad de sus programas y alcanzar niveles realmente masivos de audiencia. Aunque faltan fondos y no sobra el personal calificado para una producción profesional óptima, esa adecuación pudiera resultar factible. Pero, ¿sería conveniente? Manifestándose de acuerdo con no satanizar al neoliberalismo, Carlos Cortés, uno de los dirigentes de los comunicadores católicos, hace, sin embargo, esta advertencia: "Pero tampoco puede significar dar vivas a un mercado que se quiere total porque no admite otras posibilidades fuera de las reglas de su juego, cada día más mortífero y capaz de añadir nuevos rostros (Santo Domingo) a los rostros sufrientes de Puebla". Posiblemente muchos, especialmente los más veteranos y leales luchadores por la causa, comparten esta lógica preocupación. En contraste con ellos, empero, otro de los mayores propiciadores de la radio popular y educativa en la región, José Pérez Sánchez, Director del Centro de Capaci-



Alonso Pérez Luna

tación de Radio Nederland para América Latina, planteó: "Nuestra acción nos ha permitido redescubrir el potencial de la radio privada y el rol que puede jugar aún manteniendo sus principios de empresa. Lo que hemos aprendido es que una empresa comercial, entendida en su carácter eminentemente social, y si tiene buena voluntad, presenta posibilidades de cooperación entre todos los sectores activos de un país y esto puede lograr muchísimo."

O sea, por una parte, habría que continuar la lucha pero emulando las armas del adversario si es que no se quiere fenecer. Y, por otra parte, pareciera posible cooperar con la radio privada y mercantil en vez de ser contendor de ella.

Podemos tener plena fe en que, con su probada integridad y su inteligencia, los comunicadores de la radio popular educativa latinoamericana resolverán pronto este dilema y harán, en vísperas del nuevo milenio, lo que sientan que sea mejor hacer en servicio de su pueblo. ●