

Capítulo 7:
Desarrollo de Medios Comunitarios en América Latina
Vicente Brunetti

PROMOTING
community media
IN AFRICA

**(Desarrollo de Medios Comunitarios
en Africa)**



United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization



Promoting Community media in Africa

Editor: **S.T. Kwame Boafo**

Paris: UNESCO, 2000



Introduction:

S.T. Kwame Boafo

Chapter 1:

If Community Media is the Answer, What is the Question?

Alfred E. Opubor

Chapter 2:

The Development of Community Media in East and Southern Africa

L. Muthoni Wanyeki

Chapter 3:

The Development of Community Media in English-speaking West Africa

Kwame Karikari

Chapter 4:

The Development of Community Media in French-speaking West Africa

Yao Ahade

Chapter 5:

The Development of Community Media in South-East Asia

Louie Tabing

Chapter 6:

The Development of Community Media in the Caribbean

Colin H. Cholmondeley

Chapter 7:

The Development of Community Media in Latin America

Vicente Brunetti

Chapter 8: Case Studies

Ruth O. Ochieng; Mfundo Majozi; Jean-Pierre Ilboudo; Jennifer Sibanda

**Chapter 9: Regional Seminar on Promoting Community Media in Africa:
Synthesis, Proceedings and Recommendations**

Uganda National Commissions for UNESCO

**Appendix: List of participants. Regional Seminar on Promoting Community
Media in Africa: Kampala, Uganda. Junio 1999.**



Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura
(UNESCO)

Desarrollo de los Medios Comunitarios en América Latina

Vicente Brunetti

1. Introducción: Importancia de la comunicación como eje transversal en la vida individual y social

El análisis de los Medios Comunitarios no puede eludir el referente que le otorga su profundo sentido de existencia al convivir, a su vez, en el seno de una comunidad mediante la comunicación social. Por eso es preciso revisar los alcances del concepto de comunicación, para adicionarle su carácter transversal en la vida individual y social.

La comunicación, por naturaleza, es componente esencial de las manifestaciones materiales y simbólicas del ser humano y, simultáneamente, un bien y una necesidad, por la capacidad concreta de posibilitar el cambio y la transformación social.

Los múltiples fines, la diversidad de propósitos que la acompañan, así como la presencia de la comunicación en todos los ámbitos del ser humano, exigen que evoquemos, aunque sea muy brevemente, lo que algunos destacados estudiosos han escrito sobre ella.



Respecto a la diversidad de percepciones acerca de la comunicación, **Alan Hancock** escribió:

"Para el sicólogo la comunicación será una necesidad comparable a las otras necesidades fundamentales del ser humano; para el filósofo será preferentemente un derecho (que llevará a consideraciones sobre lo ético y socialmente apropiado de la cantidad de la información y sobre su justo equilibrio); para el artista será, en cambio, una actividad creativa".¹

Para **Luis Ramiro Beltrán**,

"...una sociedad existe porque tiene comunicación: si no hubiera vasos comunicantes entre los individuos, el concepto de sociedad sería una abstracción impracticable: existe sociedad en tanto las personas entablan relaciones entre ellas, y estas relaciones aglutinantes se hacen a través de la comunicación".²

En la misma ocasión, **Beltrán** evocó la reducción que sufre el concepto de comunicación ante el impacto y apropiación que ejercen sobre ella los medios de propagación masiva:

"La comunicación es mucho más que los medios. Estos medios son tan poderosos e importantes en nuestra vida actual, que a veces nos olvidamos que representan apenas una mínima parte de nuestra comunicación total (...)".

Por estas razones, para **Beltrán** la comunicación es la *"trama de la sociedad y savia de la cultura"*.³

Al establecer la vinculación entre democracia y comunicación, **Beltrán** dice:

"...la convicción de que, en la teoría y en la práctica, la comunicación no es actualmente democrática... Lo que ocurre bajo tal rótulo es a menudo poco más que un monólogo por el cual una poderosa 'fuente' ejerce dominación sobre un 'receptor' pasivo... Para ser democrática... debe tener lugar en condiciones de acceso, diálogo y participación libres e igualitarios (...), pareciera que aún desconocemos que la construcción de una sociedad participativa exige la democratización de la comunicación, la desmitificación de los medios y de los profesionales de la comunicación, y el fortalecimiento del poder comunicacional del pueblo".⁴

¹ **Hancock**, 1981, p. 11.

² **Luis Ramiro Beltrán** entrevistado en el Diario "Ultima Hora", Asunción, 21-07-1990, pp.14-15.

³ **Beltrán**, 1994d.

⁴ "**Luis Ramiro Beltrán** Al recibir premio McLuhan-Teleglobe-Canadá", CHASQUI Nº 9, Quito, 1984 pp.79-80.



Alejandro Alfonzo, al abundar acerca de las desinteligencias que ocurren en la relación entre educación y comunicación, cita como una de sus causas:

"Una limitada visión de la comunicación que circunscribe a esta a los medios de comunicación social (prensa, radio y televisión)".

Y afirma:

"Los medios son parte -muy importante- del proceso pero en modo alguno lo delimitan y definen. La comunicación es anterior a los medios e inherente al ser y parte de su condición humana... Los medios son instrumentos y 'la extensión de una preexistente y más genérica capacidad humana de comunicarse' [Pasquali, 1978, p. 41]".

Al abogar por la democratización del conocimiento y el acceso social a la tecnología de la información, dice:

"...hay áreas evidentes para materializar esa democratización, entre ellas se cuentan, además de la educación, la salud y la cotidianidad del ciudadano en su relación con el medio ambiente social y con el entorno inmediato que afecta a su persona".

Y **Alfonzo** cita los requisitos:

"Todo lo anterior depende... del poder objetivo que tenga el ciudadano para acceder a y usar los servicios de comunicación-información. Este proceso supone un esfuerzo político, económico y de educación, por una parte, y de justicia social, democracia y equidad, por la otra".⁵

En virtud a estas consideraciones precedentes, **la comunicación no es sólo una herramienta de difusión. La comunicación es el mecanismo de la vida; componente esencial para el ejercicio de los derechos humanos, y transversal a la construcción de ciudadanía; eje de la convivencia, y un bien social.**

Elegir el estilo de convivencia democrática, en vez del totalitario y dictatorial, es una decisión comunitaria que nace al optar por las mejores actitudes comunicativas, en el marco del respeto a la vida, la vigencia de una justicia justa que no admita la impunidad, para derrotar a la corrupción, y el logro social del desarrollo sostenible. Son las razones que hacen de la comunicación un bien social.

⁵ **Alfonzo**, 1994 pp. 13; 22-23.



Al asignar la adecuada importancia que posee la comunicación, las personas tienen disponibles las condiciones que pueden hacer realidad el desarrollo de la mejor competencia en los procesos comunicacionales.

Dada una mejor competencia, individual y social, en los procesos de comunicación, una comunidad será apta para buscar los satisfactores más adecuados, que puedan enfrentar con éxito las necesidades de integración nacional y regional.

2. Las lógicas de Rentabilidad Educativo-Cultural y Socio-Comunitaria

El funcionamiento de los medios de propagación masiva sucede de acuerdo a determinadas Lógicas de Rentabilidad, que permiten establecer las diferencias entre uno y otro, dado que la lógica predominante determina los objetivos e intereses, acciones y fines a obtener. Y es la forma más clara para entender qué es un Medio Comunitario.

A propósito, todavía se aplica la afirmación de **Juan Díaz Bordenave**, treinta y tres años atrás: *"Para cualquiera que reflexione un momento, debe resultar un enorme pecado de omisión el que durante todos estos años hayamos tenido a disposición los medios tecnológicos, y aún los económicos, para montar eficaces sistemas de educación colectiva, y que nos hayamos permitido el lujo de no utilizar la radiodifusión y la televisión, sino casi exclusivamente con los únicos objetivos de entretenimiento y de publicidad y, por sobre todo, con los fines de lucro económico de las empresas comerciales que las explotan"* (**Díaz Bordenave**, 1966).

Para **Senecal** y **Roncagliolo**, las lógicas de rentabilidad son tres; semejantes en las dos primeras, difieren en la tercera que, por parte nuestra, la hemos desarrollado en otras dos.

Michel Senecal habla de la lógica mercantil, la lógica estatal y la lógica de los movimientos sociales y culturales. (Senecal, 1986). **Rafael Roncagliolo**, distingue la lógica de la rentabilidad económica: que caracteriza a los medios comerciales de propagación masiva; la lógica de la rentabilidad política, que está presente en los medios estatales de propagación masiva, pero también en aquellos vinculados, o que pertenecen en forma directa a los partidos políticos; y la lógica de rentabilidad sociocultural, que es la que define a los Medios Comunitarios. (**Roncagliolo**, 1996).



Nosotros identificamos otras dos lógicas que, si bien en el funcionamiento de los medios sus límites a veces son difusos, sin embargo explican con suficiencia la orientación y los objetivos que los medios de propagación se proponen alcanzar. (**Brunetti**. 1988).

En algunos países existen medios, algunos comunitarios, otros no, que ajustan su funcionamiento a la lógica de la rentabilidad educativo-cultural.

Si un medio incorpora el componente educativo, se convierte muy fácilmente en un agente activo cuya función educativa mejora las condiciones y destrezas de los públicos.

Esta lógica estimula y promueve esperanzas y expectativas en las personas, que revierten recién a medio y largo plazo.

Es una alianza de largo alcance entre las posibilidades educativas del medio y el horizonte cultural de la sociedad civil.

Estos medios son sensibles y están en función al conocimiento y al saber, y son respetuosos de una escala de valores, pues unen la creatividad y su capacidad expresiva, a las respectivas matrices culturales de la población. De este modo logran un impacto que hace deseable y facilita los procesos necesarios para modernizar el pensamiento social y potenciar la integración local y regional.

Ayudan a que las personas tengan expectativas reales y consigan percibir escenarios de futuro, en los que exista una mejor calidad de vida.

Trabajar con las posibilidades de la lógica educativo-cultural es la vía directa para potenciar capitales comunitarios que el dinero no puede comprar: sensibilidad, anhelo de justicia, deseo real de convivencia pacífica, desarrollo de la inteligencia, incremento de saberes y conocimientos.

Los medios que funcionan con la lógica de la rentabilidad socio-comunitaria, asumen la función de facilitadores eficaces para lograr mejores niveles en la democratización del desempeño social, y el de potentes dinamizadores de una producción material y simbólica más apta frente a las necesidades sociocomunitarias. (**Brunetti**, 1998).

La inversión que estos medios realizan no persigue la rentabilidad exclusivamente económica, tal como exigen los postulados comerciales, sino que establece una relación entre los beneficios y los costos, y entre los costos y los objetivos, poniendo en el centro del sistema a las personas, y las mejoras oportunas del sistema social.

Por lo tanto, cuando se habla de beneficio, queda claro que es un beneficio social, en términos de los derechos fundamentales de la sociedad civil: como el acceso irrestricto a la información, a la comunicación, a la educación, a la ciencia y a la cultura; y no sólo el beneficio para un particular, una empresa o un sector de privilegiados.



Los costos no aluden sólo al capital económico en cuestión y su particular forma de someterse a los riesgos de la inversión capitalista; sino a los costos sociales: como se daría con la inacción o ineficacia gubernamental ante la expansión del analfabetismo, el embrutecimiento juvenil, el consecuente incremento del alcoholismo, el tabaquismo y el consumo de drogas duras en los grupos de jóvenes y en el resto de la sociedad; o el estímulo de la prostitución infantil, la corrupción o la impunidad; la maternidad y la paternidad irresponsable, por citar algunas consecuencias de mal desempeño estructural.

Y el objetivo no consiste sólo en la posibilidad de ganar dinero con una actividad, sino en hacer deseable en la población el logro de objetivos sociales, mediante la divulgación de estrategias para la reducción de los grandes espacios de incertidumbre social, aumentando las oportunidades para el primer empleo juvenil, la educación básica gratuita, el poner en funcionamiento más escuelas agrícolas, más centros de instrucción vocacional y de mandos medios, y diversas fuentes de especialización, altamente necesarias.

Por situar en el centro del sistema a las personas, y abocarse a divulgar las mejoras oportunas del entorno social, estos medios son los que más se acercan al objetivo de democratizar las comunicaciones.

Con otras palabras, en un primer paso el proceso de democratización latente se potencia en las personas y, en un segundo paso, estas optan -para sus propias vidas- por una comunicación cada vez más democrática.

Todo esto es posible si se modifican los hábitos y patrones de comportamiento autoritarios de las personas, orientándolas hacia un cambio real y duradero en las principales manifestaciones de sus vidas, individuales y sociales.

La modificación de los hábitos y comportamientos perniciosos para la convivencia democrática, exige la tarea de atenuar, neutralizar y, si es posible, superar los más graves obstáculos que todavía son característicos del subdesarrollo: las más grandes desigualdades, los desequilibrios y las asimetrías sociales.

Pero, no sólo considerando la situación de los países pobres, respecto a los más desarrollados, sino también, en toda situación en la que unas pocas personas poseen todo, al terrible e inhumano costo social de mantener oprimida y reprimida a la mayoría, que sólo dispone de sus miedos.



3. Experiencias en el desarrollo de los Medios Comunitarios en América Latina

Luis Ramiro Beltrán dice:

"Desde los papelistas pasquineros de antaño hasta los radialistas comunitarios de hoy no han faltado en Latinoamérica quienes luchan por poner a la comunicación al servicio de la democratización. A lo largo de los últimos 45 años esa lucha ha tomado diversas formas, ha comprometido a distintos actores y ha obtenido apreciables ganancias tanto en planteamientos teóricos como en realizaciones prácticas" (Beltrán, 1994d).

Los Medios Comunitarios surgen en América Latina según las características y situaciones propias de los pueblos.

Pero, dado que algunas constantes se repiten, por el fuerte subdesarrollo de la región, el origen de los Medios Comunitarios adopta el formato inicial de Radios Educativas durante los años 1947-1948, de la misma forma como había ocurrido ya hacia 1930 en Europa Central y en Inglaterra, y que después se conoció como radio-foro.

En América Latina la Radio es un elemento estratégico del desarrollo, que no fue suficientemente aprovechado y que debería ser fomentado desde los diversos ángulos de la sociedad.

Son numerosos los países que consideran a sus fronteras, a sus recursos energéticos, a sus vías de comunicación, como áreas estratégicas a ser cuidadas y defendidas, sobre todo por ser aspectos vulnerables o fortalecedores de las naciones.

Pero no se ha llegado a generalizar el hecho de que en el mundo moderno los medios de propagación masiva son igualmente elementos estratégicos, no de la defensa, pero sí del desarrollo.

Es decir que sin la ayuda de ellos se frena o, por lo menos, no se propicia el desarrollo que un país puede obtener.

Cuando los índices de pobreza muestran que hay un factor de deterioro que va atacando a más y más miembros de la sociedad, hay que pensar en medidas eficaces que hagan frente a ese problema.

Una de estas acciones es, sin duda, la educación popular y masiva que no puede obtenerse en las escuelas porque los miembros de esa sociedad ya han salido de ella muy tempranamente, o porque, simplemente, nunca tuvieron la oportunidad de llegar a ella.



Y queda el recurso de medios radiales por la gran cobertura que alcanzan, por ser la deseable, por la velocidad con la que sus mensajes pueden llegar a los destinatarios, por sus relativos bajos costos, y por sus escasas exigencias.

Sin el masivo esfuerzo internacional y la intervención de los medios hubiera sido imposible vencer a la Viruela, a la Poliomieltis o al Sarampión, tal como han sido erradicados en la mayoría de los países, aunque todavía sigan cebadas en la población las amenazas de la infección con el VIH/SIDA, simplemente por insuficiencias en la tarea de divulgar informaciones adecuadas y oportunas.

Pero ya vimos que en el siempre creciente sector de los medios comerciales de propagación predomina la lógica de la rentabilidad económica o, en otros casos, la lógica de la rentabilidad política que busca clientela fácil, en desmedro de las más sentidas necesidades de los sectores sociales más desprotegidos.

Aunque, en forma paralela, y como nunca antes, la comunicación sigue cobrando una importancia cada vez más relevante en la conciencia de la gente. Y gran parte de este fenómeno, en la región, se debe a la tarea positiva que cumplió y sigue cumpliendo la Radio, sea que se denomine Educativa, Popular, o Comunitaria... pero desde las comunidades y al servicio de ellas.

La facilidad de producción, la gran movilidad y agilidad, el relativo bajo costo, la posibilidad de escucharla mientras se realizan otras actividades (audiencia de segundo grado), la presencia creciente de aparatos receptores en los vehículos, y la vocación de servicio que la convierte en Medio Comunitario facilitador, propiciador, alentador, son sus más nítidas ventajas competitivas.

Las Radios Comunitarias se han visto fortalecidas en su capacidad de servicio y en su bajo costo de difusión, como un poderoso vínculo de unión entre sus miembros, así como de expresión de sus inquietudes e ideales.

La práctica se inicia al final de la década del 40, con las escuelas radiofónicas de Colombia; y desde los inicios de la del 50, con las radios mineras y la radio campesina independiente de la madrugada, ambas de Bolivia; después, con las cabinas radiofónicas de Latacunga, Ecuador; los cassette-foros rurales de **Mario Kaplún** en Uruguay, y una experiencia similar con el Proyecto Pila dirigido por **Roy** y **Susana Colle**, en Guatemala.

En el capítulo de "Radios Libres", **Wáshington Uranga** y **José María Pasquini** dicen:

*"Si se acepta que podría asimilarse el concepto [de radios libres] en los términos de experiencias socio-culturales y de lucha política, en América Latina y el Caribe existen antecedentes previos. Tal vez uno de los primeros importantes haya sido el de las radios mineras **en Bolivia**, nacida en ese país después del triunfo de la 'Revolución Nacional' de abril de 1952, aunque en realidad **ya funcionaba una emisora clandestina en las minas, desde 1948-1949, bajo el nombre de Radio Sucre**" [las negritas son nuestras]. (Uranga-Pasquini, 1988 p. 124).*



Con mayor precisión, **Beltrán** menciona que numerosas radios se convirtieron en agentes de la educación y de la democracia, nombrando a los dos países propulsores y el año en cuestión:

*"El uso de la radio para la educación popular en favor de la democracia tiene ya casi medio siglo de experiencia en Latinoamérica. **Comenzó prácticamente al mismo tiempo, 1947**, en dos de los países de aquella: Colombia y Bolivia" (Beltrán, 1995).*

Por su parte, en una publicación de **UNESCO** leemos:

"Radio Mineras, dirigida y financiada por los sindicatos de mineros del estaño bolivianos, fue creada en 1947. En el momento del golpe militar de 1980, las 25 radios mineras formaron una 'cadena de democracia'. Esta cadena siguió funcionando durante cinco días hasta que el ejército sometió a las comunidades mineras y se apoderó de las estaciones radiofónicas" [las negritas son nuestras]. (UNESCO, 1989 p.207).

Respecto a los dos modelos básicos de Escuelas Radiofónicas que empezaron a funcionar en América Latina, ambos utilizan una combinación de medios con un agente educativo en la base, que mantiene la relación interpersonal (cara a cara) con los participantes, y ellos fueron (**Pereda**, 1980 p. 19):

1. El de Educación Fundamental Integral (EFI)⁶ que fue utilizado por Acción Cultural Popular (ACPO) en Colombia; las escuelas federadas en FEGER en Guatemala; Acción Cultural Hondureña (ACPH) en Honduras; Escuelas Radiofónicas Populares (ERPE) en Ecuador; y el Instituto de Cultura Popular (INCUPPO) en Argentina.

⁶ En el modelo radial básico de EFI, la acción educativa adopta un sentido promocional y los educadores de base tienen la responsabilidad de organizar, supervisar y evaluar los grupos de participantes, y promover y estimular, en cada comunidad, las acciones de desarrollo para el mejoramiento de las condiciones y de la calidad de vida de la población. En general son voluntarios y su acción se concentra en una aldea o comunidad campesina, como agentes educativos que trabajan cara a cara con los participantes de la escuela radial, y su labor principal es facilitar y dinamizar culturalmente a la comunidad. En suma, es un animador.



2. El modelo ECCA⁷ nació en las Islas Canarias (España) y fue adoptado en América Latina por Radio Santa María, en la República Dominicana; los Institutos Radiofónicos Fe y Alegría (IRFA) en Venezuela y Bolivia; el Instituto Costarricense de Educación Radiofónica (ICER); después en Guatemala y Ecuador, y más recientemente en Paraguay.

En América Latina surgieron otras importantes y novedosas experiencias de comunicación que, en distintos ámbitos y etapas la región ofreció al mundo. Una larga serie de reflexiones, análisis político e investigación científica que, como dice **Beltrán**:

"...en materia de comunicación comenzaron a crecer y cobrar notoriedad. El impulso inicial detrás de ellos fue el de denunciar la situación antidemocrática de concentración de las opciones de comunicación en favor de las minorías dominantes y en desmedro de las mayorías del pueblo". (**Beltrán**, 1994[a]).

En varios países, en general, con el amparo de la Iglesia Católica que aporta lo que puede -ideas, brazos, locales, contactos-, prosperaron pequeñas emisoras educativas y comunitarias, unas dirigidas a públicos campesinos y otras a la población emigrada de las áreas rurales que desbordan los barrios periféricos de las ciudades.

Entre esos países sobresalen México, Guatemala (el modelo EFI en las escuelas federadas en FEGER, y después el modelo ECCA), Honduras (el EFI en ACPH), Nicaragua y Costa Rica.

En Costa Rica el ICER lanzó con el ECCA, en 1983, un programa de 24 Radios Comunitarias, administradas en su mayoría por una asociación de organizaciones comunitarias.

El personal era voluntario y la financiación provenía de los abonados locales, de una publicidad limitada y de subvenciones esporádicas concedidas por el gobierno local.

Este proyecto recibió el apoyo del Ministerio de Comunicaciones y tiene una categoría propia de licencia.

También resaltan República Dominicana (con ECCA en Radio Santa María), Argentina (EFI en INCUPO), Perú y Ecuador (primero con EFI en ERPE, y después con ECCA).

⁷ En tanto, en el desarrollado por ECCA, los educadores de base se denominan maestro corrector, guía u orientador, que es el rol que cumplen en los procesos de enseñanza-aprendizaje, sean individuales o grupales, al estimular a los participantes, complementar y enriquecer la información recibida por cada uno, y crear oportunidades de discusión, ejercitación o aplicación destinadas a reforzar los aprendizajes alcanzados. En suma, es un orientador.



En este último -como ya mencionamos- se creó con éxito la estrategia de cabinas radiofónicas, puestos de grabación rurales desde los cuales campesinos con alguna capacitación envían sus despachos a una estación central que los difunde.

En países como Uruguay, Venezuela (en ambos, con **Kaplún**) y Guatemala ha operado bien la estrategia de *cassette foros rurales*, sistema de diálogo entre agrupaciones de agricultores basado en la circulación de cintas que registran debates, vinculando entre sí a las organizaciones rurales y creando una vía de comunicación con las cooperativas de campesinos.

Y en varios otros países se ha implantado con buen resultado la estrategia de *reporteros populares*, que consiste en la capacitación de voluntarios para ser corresponsales de las radios educativas y comunitarias, en pequeñas comunidades.

En Paraguay surge en 1988 una radioparlante y después del golpe de estado de 1989, llegan a cuatro que originan en 1992 la primera "Red de Altoparlantes Populares de la Ribera", y con algunas experiencias de radios en FM fundan la "Red de Radios Populares".

La asociación "Comunica" fue en su inicio la Comisión Promotora de Radios Comunitarias del Paraguay que a septiembre de 1994 elaboró el "Anteproyecto de Ley de Radios Comunitarias bajo régimen especial de Concesiones". Esta "Asociación Paraguaya de Radiodifusión Comunitaria" (Comunica) fue fundada en octubre de 1995.

Estas experiencias adoptaron el nombre de Radios Comunitarias, junto a una radio educativa y de servicio público del "Sistema Universitario de Comunicación" de la Facultad Politécnica de la Universidad Nacional de Asunción que transmite desde noviembre de 1994. (Brunetti, 1997).

Los costos operativos, la fuerte presión de las radios comerciales y las dificultades jurídicas que ocasiona la falta de autorización legal, hacen que algunas experiencias sean efímeras, y otras tomen su lugar.

La "Radio Politécnica" sigue transmitiendo.

La "Red" está integrada hoy con unas diez emisoras en el aire y otras cinco en distintas fases de preparación.

Y "Comunica" prospera con más de veinte radios en actividad, y unas 15 en diversas etapas.

En toda América Latina y el Caribe han emergido, y siguen emergiendo sobre todo en el formato radio, Medios Comunitarios que se identifican en la mayoría de los casos, con acciones que promueven la participación ciudadana y la defensa de sus intereses.



Como dice **López Vigil** (1997) en Canadá se hacen conocer como radios comunitarias. En Europa eligen llamarse radios asociativas. En África, radios rurales. En Australia, radios públicas. Y en América Latina, la variedad de nombres muestra el perfil de las experiencias en la práctica: educativas en Bolivia, libres en Brasil, populares en Ecuador, comunitarias en Paraguay, participativas en el Salvador, indígenas en México, ciudadanas en algunas partes, interactivas en otras y comunales en otras más.

"Cambia el traje, pero no el monje. Porque el desafío de todas estas emisoras es similar: mejorar el mundo en que vivimos. Democratizar la palabra para hacer más democrática esta sociedad excluyente a la que nos quieren acostumbrar los señores neoliberales". (López, 1997).

Con todo, queda aún por fortalecer el funcionamiento de estos Medios Comunitarios: pueden demostrar que es posible crear salvaguardias para la población adoptando un Código de Ética que los medios comerciales no han sido capaces de elaborar y menos aún, respetar.

Pueden obviar los peores vicios de la agresiva industria publicitaria del consumismo. Pueden ganar espacios para acelerar la democratización allí donde más problemas tienen hoy día: en las obsoletas legislaciones regionales. Y todo esto lo pueden hacer ganando buenas y respetables audiencias, con calidad, con trabajo planificado, con capacitación constante, y con presencia real de la comunidad.

El teatro popular, por su parte, tiene una larga tradición como vía de expresión en América Latina, en el interior de grupos comunitarios, estudiantes, docentes, comunidades religiosas, clubes deportivos, cooperativas, sindicatos y partidos políticos. Su fortaleza radica en posibilitar y estimular la expresión de las clases menos favorecidas. Es común que utilicen las lenguas autóctonas, y mantengan sus propias formas de narración.

Las experiencias en el terreno de la imagen también han sido muchas, importantes y promisorias: la puesta en funcionamiento de la Escuela Internacional de Cine, TV y Video ("Escuela de Tres Mundos") en San Antonio de los Baños, Cuba, ya formó a varias generaciones de buenos videastas.

En Cochabamba (1989) y en Montevideo (1990) se realizaron Encuentros Latinoamericanos de realizadores y videastas con una respuesta de convocatoria auspiciosa.

En Brasil, **Fernando Santoro** y **Regina Festa** impulsaron una Asociación para el Uso del Video por las Organizaciones Populares, que promocionó y ayudó a muchas organizaciones para valerse de este recurso de comunicación.

En Chile y Perú, **Manuel Calvelo** hizo uso imaginativo y precursor del video para la capacitación del campesinado.



En Perú también las experiencias en el ámbito de la comunicación del Centro de Comunicación Popular de Villa El Salvador, una populosa barriada en Lima, recurrieron en el comienzo a modestos altoparlantes y periódicos artesanales, pasando a la prensa comunitaria, al video, a las historietas, hasta contar con una radioemisora y un canal de televisión.

En la Nicaragua sandinista se puso en manos de las organizaciones de base equipos simples de Super 8 para producir cortos cinematográficos.

La propia UNESCO ha tenido una intervención meritoria desde mucho tiempo atrás, tanto desde la acción de programas específicos volcados a cooperar con numerosos proyectos locales, nacionales y regionales, como el caso del Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación (PIDC); así como el impulso que recibe la región desde la Oficina del Consejero Regional en Comunicación para América Latina, con sede en Quito.

Al igual que las grandes reuniones internacionales auspiciadas por UNESCO en Windhoek (Namibia) en 1991, para la región del África, y en Alma Ata (Kazajstán) en 1992, para la región del Asia; la convocatoria realizada para el Seminario sobre el desarrollo de los medios de comunicación y la democracia en América Latina y el Caribe, llevado a cabo en Santiago de Chile, entre el 2 y el 6 de mayo de 1994, produjo la importante Declaración de Santiago y un Plan de Acción fecundo y prometedor.

Esta reunión constituyó un testimonio de la legitimidad conquistada por las Radios Comunitarias al servicio de la construcción de ciudadanía en un ambiente de convivencia democrática.

Esta experiencia está fielmente registrada en el libro citado en la Bibliografía (UNESCO, 1995).

4. Clases de medios que se promueven en comunidades rurales y marginales

Roncagliolo recuerda el concepto de **McLuhan** y denomina *el tránsito de la galaxia de Gutenberg a la de Marconi*, evocando el largo reinado de los documentos y libros producidos con la imprenta hasta la aparición de la radio, y el respectivo impacto cultural, resaltando que:

"...en todas las regiones del mundo, la radio es el medio más difundido (hay más de dos radios por persona en América del Norte), y luego viene la televisión. Ello vale también para América Latina y el Caribe". (Roncagliolo, 1994).



Y agrega luego algunos datos sobre la situación de los medios masivos en la región, respecto a la tenencia de aparatos por hogar:

"...tenemos en América Latina y el Caribe un radioreceptor por cada 3 habitantes y un receptor de TV por cada 7: casi un televisor por familia, aunque por supuesto se trata de un promedio y la televisión sigue lejos de alcanzar cobertura poblacional total, en particular en el medio rural..." (Roncagliolo, 1994).⁸

Los medios comerciales masivos no contribuyen con eficacia, ni a la educación del pueblo para el desarrollo, ni a la preservación de las identidades culturales autóctonas.

Tampoco lo hacen, salvo en una medida insuficiente, los contados medios de los que dispone el Estado, cuya forma en general es artificial, y el contenido es muy semejante al de los medios comerciales, excepto por la presencia de la propaganda gubernamental.

En cuanto al medio radial, por los costos mínimos para el oyente, y bajos y medios para la producción y transmisión, frente a las mayores exigencias de la televisión, la radio puede alcanzar los más lejanos lugares y está muy afianzada, no sólo en los sectores populares de las grandes ciudades, sino también en el ámbito rural.

Podemos afirmar que es el medio de mayor penetración con el público más vasto del continente pues, según **Beltrán**, llega a la más alta proporción de la población: 75% (**Beltrán**, 1994b).

Además del problema del acceso a los medios instrumentales por parte de la sociedad civil y democrática, la orientación del contenido en la radio, en la televisión y en la prensa escrita, responde cada vez más a la lógica de rentabilidad económica determinada por el acentuado predominio de la propiedad privada de esos medios y por la publicidad comercial que les sustenta.

En el *Prólogo* escrito por **Beltrán** para el libro *Emergencia de las Radios Comunitarias en Paraguay* (**Brunetti**, 1997), expresa:

"El público favorito de ellos es el pudiente y educado de las grandes ciudades. La gente pobre y poco instruída de los suburbios y el campo no ve reflejada su existencia en esos medios".

Su carácter más que nada privado pero, no obstante, disperso, hace que **Beltrán** afirme:

"Aunque es privada y comercial como 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

⁸ Ver también en Anexo el Cuadro 1: Aparatos Receptores de Radio por Continentes y Grupos de Países. Total Mundial y por 1000 habitantes. En 1980, 1985, 1990 y 1996.



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 por ciento sobre un total de alrededor de 6.000 emisoras- no le quita mérito ni le niega impacto. Con clara ventaja sobre otras regiones del mundo subdesarrollado, la nuestra ha venido forjando con tesón y talento una radiodifusión del pueblo, por el pueblo y para el pueblo". (Beltrán, 1994b).

La Radio⁹ es el medio instrumental por excelencia en la lucha por hacer avanzar a la democracia pues, por su relativa facilidad de operación, tiene también la virtud de prestarse más que ningún otro medio a la participación del pueblo en su manejo. Por eso en el continente son cada vez más los Medios Comunitarios.¹⁰

Ellos no utilizan la lógica de la rentabilidad económica al operar sin ánimo de lucro, y buscan los mecanismos para mantener la lógica de la rentabilidad educativo-cultural, y la rentabilidad socio-comunitaria.

Hablamos de un bien social de propiedad colectiva orientado y con vocación al servicio público y, por tanto, comprometido con la educación y la cultura del pueblo, así como con la búsqueda de soluciones para los problemas que este enfrenta.

5. Tecnologías que se utilizan

En América Latina la tecnología utilizada es la que está a la mano. Luego, cada uno intenta mejorar y crecer con la siguiente, o queda con aquella en la que encuentra mejor desempeño para sus labores.

⁹ En entrevistas realizadas en 1995 en Asunción, con los amigos **Amable Rosario** y **José Zepeda** (de Radio Nederland Training Centre en San José, y de Radio Nederland Wereldomroep en Hilversum, respectivamente), acerca de la situación de la radio y su respectiva penetración, opinaron que en su impacto mundial, y en términos generales, las radios sufrieron un desplazamiento debido al avance de la televisión.

¹⁰ Para **Rosario** y **Zepeda**, la radio mantiene sus potencialidades en dos regiones geográficas: África y América Latina, y pese a los cambios que involucra el fenómeno del satélite y sus usos para la comunicación, las radios comunitarias se fortalecen como vehículos de comunicación que nunca desaparecerán, por una razón muy sencilla: *"es lo único que mantendrá a las comunidades comunicadas con ellas mismas, porque es la manera mediante la cual se mantendrán informadas de sus propios intereses, necesidades, inquietudes, y particularidades de cada subcultura"*. (Brunetti, 1996b).



El uso tecnológico abarca desde precarios parlantes para tomar contacto con los vecinos de la cuadra, hasta llegar a pequeñas radioemisoras, la mayoría en FM, y cada vez más en FM-Stereo.

Algunas transmiten en AM, más que nada, dentro de la Onda Media, aunque una que otra emite en Onda Corta. Según en qué países y el grado de acceso y seguridad de las líneas telefónicas, unas cuantas emisoras ya están experimentando con su señal dentro de la red de INTERNET. Otras más, han hecho un milagro aquí y otro allá, logrando montar una antena parabólica terrestre con el respectivo decodificador para bajar alguna señal de los satélites.

Con esta opción tienen a su disposición productos que van desde los programas de la División del Satélite de la Radio Nederland (RNW) de Holanda; pasando por los de la British Broadcasting Corporation (BBC, la ex-British Broadcasting Co.) de Inglaterra, los de la Deutsche Welle (DW) de Alemania; los de Radio France International (RFI) de Francia; o los de la Voice of America (VOA) de los Estados Unidos, entre otros.¹¹

La diversidad de usos tecnológicos abarca, no sólo las experiencias de radio, sino el uso de cassettes-foro; la realización en diversos niveles de grabaciones en video y programas de televisión; la preparación y distribución de hojas diarias; boletines semanales, quincenales y mensuales; folletos, cartillas instructivas, cuadernos, libros, manuales, con una extensa gama de áreas y temas desarrollados.

También se utilizan todos los recursos del espectro electromagnético y las tecnologías asociadas al uso del teléfono, como el facsímil (*fax*) y el correo electrónico (*e-mail*)¹². Cada vez son más las redes locales, regionales e internacionales que se entrecruzan con sus mensajes.

¹¹ Tuve ocasión de visitar en San Leopoldo, al sur del Brasil (en el Estado de Rio Grande do Sul), la Radio UNISINOS de la Universidad homónima (por las siglas del portugués Universidade do Vale do Rio dos Sinos: Universidad del Valle del Río de las Campanas). Salían al aire con la señal en FM-Stereo en 103,3 MHz, 24 hs al día, con un transmisor de 500 vatios, antena de 70 m, tecnología digital servida por computadora de 65 GB que generaba la programación musical de su propio banco de audio con capacidad para generar 650 horas de música. En 1997, Radio UNISINOS tenía montado a un costado de la emisora un bosque de antenas parabólicas con las que bajaba las señales de la BBC, de la DW, de la VOA, y de un servicio de noticias de una agencia árabe. Contaba con un ambiente para la consola TASCAM M1516 de 16 canales por 2, un estudio bien insonorizado, y una sala con computadoras para el cuerpo de cronistas y redactores de los boletines diarios. El director **Paulo Torino** estaba muy interesado en contactar con RNW.

¹² Una red doméstica vía e-mail, por el efecto de cascada de los participantes, en el lapso de una semana contabiliza 18.000 usuarios, a los que llegan los mensajes. Esta eficacia ya duplica el rendimiento de los pequeños diarios comerciales de la región, cuyas tiradas están por debajo de los 10.000 ejemplares por día, acercándose a los de tirada media que se ubican por debajo de los 100.000 ejemplares por día.



6. Clases de políticas que en países de América Latina promueven a los Medios Comunitarios

En la cuestión de las políticas nacionales de comunicación, con **Beltrán** podemos decir que América Latina ha desempeñado un papel pionero al proponerlas, con el fin de optimizar y buscar racionalizar "*-por consenso y por procedimientos legales- los sistemas de comunicación social*". (**Beltrán**, 1994d).

La Convención Americana sobre Derechos Humanos (conocida como Pacto de San José), fue firmada en San José de Costa Rica el 22-11-1969.

Es cada vez mayor el número de países que la han suscripto y, con su artículo 13 sobre la libertad de pensamiento y de expresión, es uno de los hitos en la consolidación de conceptos que están garantizados en las principales declaraciones humanitarias y acuerdos internacionales que proclaman el ejercicio de la comunicación como derecho humano universal, para una convivencia democrática de cuyo interior tendrá que surgir, como consecuencia, la democratización de la comunicación.

Justamente, el deseo de propiciar la democratización de la comunicación tuvo en los años 70 un crecimiento e intensidad sin precedentes.

Fue el decenio de la propuesta de políticas nacionales de comunicación, de la sintonía con el ideal mundial de un nuevo orden internacional de la información y de la comunicación, de cuestionar severamente el sistema mercantil conservador de comunicación masiva y crear nuevos modos de comunicación alternativa al mismo, revisando conceptos y prácticas de investigación, enseñanza y producción en el campo de las comunicaciones.

"Fue precisamente entre principios y mediados de esa década que comenzaron a formularse fundamentos teóricos sobre prácticas de comunicación democrática, tanto para las que habían comenzado a principios de los años 50 como para las más recientes". (**Beltrán**, 1994[a]).

De hecho, la UNESCO propició la primera reunión de expertos de la región sobre políticas nacionales de comunicación, llevada a cabo en Bogotá en 1974.

Las recomendaciones y conclusiones de esa reunión fueron integradas a los documentos de trabajo de ministros y otros funcionarios superiores que, en 1976 asistieron a la Conferencia Inter-Gubernamental sobre Políticas de Comunicación en América Latina y el Caribe, también patrocinada por la UNESCO, y llevada a cabo en San José de Costa Rica.



La publicación del Informe MacBride¹³, brindó la ocasión de profundizar cuestiones hasta el momento latentes. Como partícipe, **Luis Ramiro Beltrán** acota:

*"Un alto porcentaje de los estudios... tuvo relación no sólo con las situaciones nacionales de comunicación sino con la influencia hegemónica de los países industrializados sobre los subdesarrollados, especialmente en términos de agencias noticiosas, publicidad comercial y tecnologías modernas de comunicación. Ello coincidió con la voluntad latinoamericana de formular **políticas nacionales de comunicación** y con la aspiración tercermundista de forjar un '**Nuevo Orden Mundial de la Información [y la Comunicación]**' (Beltrán, 1994[a]).*

Según el *Informe sobre Desarrollo Humano 1998* preparado por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD, 1998), en el mundo la gente consume más alimentos, energía, educación, transporte, comunicaciones y recreación que nunca antes.

También vive más tiempo, con mayor libertad personal, porque tiene mejor acceso a servicios de salud y educación, recursos productivos, crédito, tecnología, y *comfort* en general.

No obstante,¹⁴ el quinto más rico tiene el 74% de todas las líneas telefónicas, en tanto que el quinto más pobre sólo tiene el 1,5%.

Suecia, Estados Unidos, Dinamarca y Suiza tienen más de 600 líneas telefónicas por mil habitantes.

En los ocho países de menor cantidad de líneas en América Latina, vemos que varía desde Haití, con 8 líneas, hasta Bolivia y Perú, con 47.

En África y Asia, y con menos teléfonos están Camboya, Chad y Afganistán con una línea por cada mil habitantes.¹⁵

Las consecuencias humanas de las actuales pautas de consumo son inaceptables.

"La abundancia de consumo no es un delito. Pero es escandaloso que los pobres no puedan consumir para satisfacer ni siquiera sus necesidades más básicas" (Speth, Administrador del PNUD [PNUD, 1998]).

¹³ Informe MacBride Por **Sean MacBride**, Presidente de la Comisión formada por la UNESCO, y responsable del libro *Voces Múltiples. Un sólo Mundo* (**MacBride**, 1981)

¹⁴ Sólo el quinto más rico de la población mundial consume el 45% de toda la carne y el pescado, en tanto que el quinto más pobre consume menos del 5%. El quinto más rico consume el 58% del total de la energía, en tanto que el quinto más pobre consume menos del 4% (**PNUD**, 1998).

¹⁵ Ver en Anexo el Cuadro 2: "América Latina: líneas telefónicas por mil habitantes en los 8 países con menos teléfonos".



En todo el mundo, más de mil millones de personas carecen de oportunidad para consumir, aunque sea mínimamente, de modo que tal que les permita satisfacer sus más urgentes necesidades.

Pero, en la mayoría de los países subdesarrollados, el incremento de los medios comerciales de propagación masiva es constante, sin que constituya un factor decisivo para mitigar la pobreza, paliar el déficit en la educación, frenar el despilfarro de los escasos recursos disponibles que se destinan al consumo de productos supérfluos, innecesarios y hasta dañinos para la salud individual y social.

"La revolución de la tecnología de la información y las telecomunicaciones ha alterado notablemente la geografía de la información y ha intensificado la corriente desequilibrada de información(...) El crecimiento de los medios de información ha aumentado enormemente" (p. 63, **PNUD**, 1998). La tendencia de crecimiento no se compadece necesariamente, ni de las necesidades ni de las oportunidades para enfrentar con éxito los escenarios de futuro.¹⁶

"El acceso a la información por los medios mundiales de información y la publicidad mundial compite ahora con el acceso a la información por medio de las escuelas, los libros y los periódicos. Los niños de las escuelas primarias de Hungría, por ejemplo, pasan ahora mil horas por año viendo televisión, y 1.100 horas en la escuela..." (**PNUD**, 1998).¹⁷

Estos datos son preocupantes pues impactan negativamente sobre el rendimiento y la eficacia de la estructura educativa de nuestros países, desde el momento que, el esfuerzo conjunto, público y privado, en el ámbito de las inversiones en la educación, no producen en la práctica, ni los resultados cuantitativos ni los cualitativos que sean suficientes para adecuarla a las ingentes necesidades de la población.

"Y mientras las ventas de televisores en las economías emergentes han aumentado en gran medida, la circulación de los periódicos se ha estancado o incluso se ha reducido. En el Brasil las ventas de televisores se duplicaron de 1990 a 1994, en tanto que la circulación de periódicos se redujo en el 8%". (**PNUD**, 1998).

Roncagliolo especifica que la lógica de la rentabilidad sociocultural en el terreno de los medios de propagación masiva, corresponde al ideal del servicio público nacido y arraigado en la gran mayoría de los países de Europa.

¹⁶ Ver en Anexo el Cuadro 3: "Pobreza humana versus la opulencia y el despilfarro según los grandes rubros del gasto anual mundial, en dólares".

¹⁷ Ver en Anexo el Cuadro 4: "Totales de Horas/Reloj en clase, y Horas/Reloj viendo TV, al año. En niños de Escuelas Primarias de Estados Unidos, Hungría, Japón y Paraguay".



En cambio, en América Latina la lógica de la rentabilidad sociocultural, en general, no ha sido desarrollada por el Estado y, por supuesto, menos aún por los medios comerciales de propagación masiva, sino por parte de entidades y organismos no gubernamentales, mediante los cuales la sociedad civil encuentra una instancia de organización y de expresión, sea el caso el de personas jurídicas sujetas al derecho privado o, en otros casos, público, tal como acontece, por ejemplo, con las universidades estatales.

7. Programas de entrenamiento para el desarrollo de Medios Comunitarios en América Latina

La **Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER)**¹⁸ surgió como iniciativa de 18 radios e instituciones educativas provenientes de 12 países de América Latina, para agrupar a las Escuelas Radiofónicas de América Latina.

Otras experiencias con programaciones de educación no formal se incorporaron luego y se transformó en una asociación de radios populares masivas. A la fecha tiene unas cien asociadas, en términos de experiencias de radios e instituciones de comunicación popular en 17 países de América Latina y el Caribe.¹⁹

"[ALER cuenta] con más de un millón de estudiantes matriculados en cursos de radiofonía y otros quince millones que participan en emisiones universitarias sobre temas de agricultura, sanidad y otros programas de desarrollo" (UNESCO, 1989).

Sus objetivos son:

¹⁸ ALER fue fundada en Sutatenza, Colombia, el 22 de septiembre de 1972, como resultado del Segundo Seminario de Directores de Escuelas Radiofónicas de América Latina convocado por la OSAL (Oficina de Servicio para América Latina) creada por Radio Sutatenza, emisora pionera en el mundo de la alfabetización radiofónica.

¹⁹ Desde su fundación hasta 1980 ALER mantuvo la Secretaría Ejecutiva en Buenos Aires, año en que se trasladó a Quito. Sus Estatutos fueron aprobados en 1973 en Cumbayá, Ecuador. Fija domicilio en Quito, tiene una duración societaria indefinida, y está sometida a la legislación ecuatoriana. Define su misión actual, comprometiéndose a fortalecer el movimiento de la radio popular en América Latina para favorecer la democratización de las comunicaciones; orienta sus políticas hacia la consolidación de las radios populares locales, la formación de redes radiofónicas de alcance nacional, regional y continental, y la consolidación de ALER como organismo latinoamericano de radio popular.



1. Lograr que las radios populares sintonicen los tiempos modernos, consolidando proyectos como espacios de construcción de democracia. Y, en este contexto se aplican a: revisar sus programas tomando en cuenta las exigencias del contexto y la realidad de sus audiencias; llevar adelante la gestión que les compete como empresas dinámicas; y conocer e introducir nuevas tecnologías.

2. Consolidar proyectos comunes entre las radios populares a nivel nacional, regional y continental, que aseguren su impacto y presencia.

3. Fortalecer la identidad y los lazos asociativos de ALER y potenciar su acción como asociación cristiana de alcance continental.

Por último, ALER ha logrado poner en marcha su "red de redes", el gran proyecto ALRED²⁰: América Latina sintonizada diariamente en todo el continente vía satélite, con las voces de los corresponsales nacionales de cada país.

La Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC),²¹ representa al movimiento mundial de radios comunitarias y ofrece una variedad de servicios de capacitación, intercambio y representación a sus miembros²². Tiene asociados unos 450 emisoras y centros de producción radiofónica en América Latina.

AMARC²³ no sólo ha expresado y testimoniado su compromiso con la legalización del espectro radiofónico y con el reconocimiento jurídico de todas las voces, sino que, por el dinamismo de sus coordinadores y la transparencia de su gestión, en efecto, tiene reconocida presencia en todos los países de la región.

²⁰ La red funciona con cobertura nacional buscando consolidar las redes nacionales de radio popular, en doble vía; y otro con visión continental, como una red de redes, con la cual tienen acceso a toda la programación común producida en el continente.

²¹ AMARC fue fundada en agosto de 1983, cuando 600 radialistas de 36 países se reunieron en Montreal, Canadá, en ocasión del Año Internacional de las Comunicaciones promovido por Naciones Unidas. Es una ONG internacional con sede social en Montreal, y con oficinas regionales en Ecuador, África del Sur y Reino Unido.

²² AMARC es una asociación de coordinación, cooperación, consulta, intercambio y promoción para las radios comunitarias en todo el mundo. Constituye un foro para favorecer la democratización de las comunicaciones. Está reconocida como organismo no gubernamental internacional (ONGI), de carácter laico y sin fines de lucro.

²³ AMARC produce el Boletín Interradio trimestralmente, promoviendo el conocimiento y la integración entre los miembros y otras redes de comunicación. Como una de sus principales estrategias (nuevas tecnologías) en marzo de 1996 comenzó a operar *Púlsar*, como agencia internacional de noticias para las radios comunitarias de América Latina y el Caribe. Cada día busca noticias del continente, las redacta de una forma radiofónica desde la perspectiva de la sociedad civil, y las envía por INTERNET. Los objetivos de *Púlsar* trascienden los de una agencia de prensa. Con esta iniciativa, sucedió una contribución concreta para modernizar las radios comunitarias, facilitando la asimilación y adaptación de las nuevas tecnologías, contribuyendo al desarrollo de las sub-redes regionales y temáticas, inspirados en el Plan de Acción del Seminario de Santiago de Chile (mayo/1994) de la UNESCO.



Ofrece talleres de producción radiofónica, metodologías de capacitación, fabricación de pequeñas emisoras, asesorías a las radios comunitarias en la gestión y para los trámites requeridos por las autoridades para otorgar la correspondiente legalización.

Redes de Comunicación de América Latina y el Caribe (o G8)²⁴, tiene las siguientes líneas de acción: organizar y ejecutar seminarios, talleres, festivales. Capacitar y formar. Producir y publicar materiales (impresos y audiovisuales). Investigar. Asesorar.

Sus estrategias abarcan: 1. Sobre legislaciones, para apoyar la creación de marcos legales y reformas a las actuales leyes de telecomunicaciones que son en su mayoría obsoletas y discriminatorias. 2. Sobre capacitación y formación, para responder a las demandas de profesionalización de los comunicadores y comunicadoras, y 3. Sobre Relaciones Públicas, para abogar por la democratización de las comunicaciones.

8. Puntualizaciones finales para suscitar un debate siempre útil

Conviene aclarar los alcances del título en el ítem "Clases de medios que se promueven en comunidades rurales y marginales", considerando las experiencias de comunicación y los Medios Comunitarios descritos, para evitar confusiones.

Las experiencias de comunicación y los Medios Comunitarios no son exclusividades de las áreas rurales ni de las comunidades marginales, pues vemos que muchos de ellos se desarrollan en áreas urbanas, y no necesariamente en comunidades marginales.

²⁴ En octubre de 1994, durante un Taller convocado por CIESPAL y AMARC en Quito, surgió la idea de establecer una coordinación, especialmente en el área común de la formación y capacitación entre las diversas organizaciones regionales participantes del encuentro. El 8 de diciembre de 1994 firman un Acuerdo para el Desarrollo de la Comunicación en América Latina y el Caribe ocho instituciones con carácter regional y productoras de comunicación audiovisual: ALER, AMARC, CIESPAL, FELAFACS, FIP, PROA, RNTC y SCC, adoptando el nombre de Grupo de los Ocho (G8). La primera actividad pública fue el I Festival de Radioapasionados y Televisiónarios realizado en Quito en noviembre de 1995. En abril de 1996 se definieron la misión y estrategias. Se sumaron dos instituciones: WACC y VIDEAZIMUT, por lo cual rotaron el 8 para convertirlo en el símbolo de "infinito", adoptando el nombre actual. En Caracas, en noviembre de 1996 se aprueban los estatutos que la definen como una ONG internacional sin fines de lucro, con sede permanente en Quito.



Y no por ello las experiencias dejan de ser de comunicación, ni los Medios dejan de ser Comunitarios.

La legitimación de los Medios Comunitarios no proviene de su radicación geográfica ni de las características de marginalidad, sino del desarrollo de una conciencia comunitaria que defina la experiencia.

La expresión "Medios Comunitarios", o "Medios de la Comunidad", no debe sorprendernos con el prejuicio de pensar que, por ser "Comunitarios", o de la "Comunidad", se trata inexorablemente de algo pequeño, rústico, pobre, precario, artesanal, y debido al esfuerzo de unos cuantos voluntarios barriales.

El prejuicio no se presenta cuando, con el vocablo "Comunitario", o con "Comunidad", armamos frases como "la comunidad inglesa en París", o "los intereses comunitarios de la península escandinava", o la opinión de la "comunidad internacional", y todavía menos si decimos "de la Comunidad Europea".

Sin prejuicios. Los Medios Comunitarios no están condenados a las tecnologías más baratas o modestas. Esto no quiere decir que deban aspirar a lo más caro o al último grito en la moda tecnológica.

Quiere decir que el esfuerzo comunitario puede lograr lo que muchos de nuestros gobiernos no lo consiguieron.

Pero el futuro es promisorio porque cada vez hay más y mejores opciones para el avance comunitario, y los reconocimientos son trascendentes.

Por ejemplo, en la Estrategia a Plazo Medio 1996-2001 de la UNESCO (Documento 28 C/4 Aprobado), el punto 194 evoca la importancia esencial de la comunicación para la reconstrucción de las sociedades civiles que sufren un conflicto armado, afirmando que, en estos casos

"...la libertad de prensa, el pluralismo y la independencia de los medios de comunicación, la creación de periódicos y radios comunitarios son factores indispensables para restablecer los lazos sociales y para impulsar el proceso de reconciliación" (p. 51).

Los Medios Comunitarios nacen en espacios de participación, del compartir y de la construcción de ciudadanía.

Las experiencias se multiplican y ellas abonan el terreno para que las raíces crezcan saludables y con fecundas ramificaciones.

Es decir, buenas redes con las raíces hundidas profundamente en la comunidad, y a su servicio.

En el *Prefacio* del Documento de la UNESCO, **Federico Mayor** escribió:



"Compartir los conocimientos, los recursos y los valores; ésta es la piedra angular de la democracia y de la cooperación intelectual internacional..."

...posible de lograr en la práctica si el marco de acción respeta las lógicas de rentabilidad educativo-cultural y socio-comunitaria.

Una tarea crucial que la sociedad civil y los agentes educativos pueden acometer, consiste en demostrar que la Paz y el Conocimiento no sólo no son enemigos de los medios comerciales de propagación masiva, sino que con ellos también pueden ganar mucho dinero.

Y algunos Medios Comunitarios ya han demostrado en América Latina la capacidad de producir calidad siendo a la vez eficientes. **Y que promover la convivencia pacífica y estimular y desarrollar la inteligencia regional, producen beneficios más duraderos y gratificantes que la simple acumulación pecuniaria.**

Asunción, Febrero de 1999

Documento de trabajo
preparado a pedido de la División de Comunicación de la **UNESCO**, París

Responsable de este Documento:

Vicente Brunetti

E-mail: brunetti@rieder.net.py



Bibliografía

LIBROS

- ALER.** Un nuevo horizonte teórico para la Radio Popular en América Latina. 1ª ed. Secretaría Ejecutiva de ALER, Quito, 1996. 80 pp.
- ALER.** Seguimos en buena onda! 25 años de Radio Popular. Relatos de la historia de ALER. 1ª ed. ALER, Quito, 1997. 120 pp.
- Alfonzo, Alejandro.** Hacia una consideración sociocultural del avance de las telecomunicaciones. Ponencia presentada en la Universidad del Sagrado Corazón, San Juan, Puerto Rico. 1993. (mimeo). 17 pp.
- Alves, Walter Ouro.** Estrategia de los pequeños formatos. 1ª Ed., CIESPAL, Quito, 1988. 190 pp. Manuales Didácticos CIESPAL N° 15.
- Alves, Walter Ouro.** Radio: la mayor pantalla del mundo. 1a. ed. CIESPAL-RNTC, Quito, s/f. 98 pp. Materiales de Trabajo N° 2.
- Beltrán, Luis Ramiro.** Situación de la Comunicación en Bolivia. Conferencia en Asunción (inédita), 1987. 30 pp.
- Beltrán, Luis Ramiro y Fox, E.** Comunicación Dominada: EE.UU en los Medios de América Latina. ILET, México, 1980.
- Bobbio, Norberto; Matteucci, Nicola; y Pasquino, Gianfranco.** Diccionario de Política. Siglo XXI Editores, México, 1995. 2 vol; 854 + 846 pp.
- Brunetti, Vicente.** El Tótem de Rayos Catódicos. Manual de Comunicación para el Perceptor de Televisión. Facultad Politécnica-Universidad Nacional de Asunción / Gobierno de SUIZA, Asunción, 1998. 224 pp.
- Brunetti, Vicente.** Emergencia de las Radios Comunitarias en Paraguay. Facultad Politécnica-Universidad Nacional de Asunción / CIPAE / Universidad Núr de Santa Cruz de la Sierra / AMARC-Quito. Asunción, 1997a. 144 pp.
- Brunetti, Vicente.** Investigación de la Prensa Regional en los casos de beligerancia. Universidad del Azuay / UNESCO. Cuenca, 1997b. [Inédito].
- Brunetti, Vicente.** Enseñar o Reprimir. Manual de Comunicación para Docentes Universitarios. Facultad Politécnica-UNA / UNESCO, Asunción, 1996a.
- Brunetti, Vicente.** El Tam-Tam de las Tribus Urbanas. Manual de Comunicación para el Oyente de Radio. Facultad Politécnica-Universidad Nacional de Asunción / Gobierno de SUIZA, Asunción, 1996b.
- Brunetti, Vicente et al.** Manual de Comunicación para el Desarrollo. Algunas Técnicas y Principios Básicos de Comunicación Alternativa. 1ª ed. Trabajar y Compartir-UNESCO-Universidad Católica, Asunción, 1992. 300 pp.



- Cajías, Lupe.** El casete foro - Un método para Comunicación Grupal. 1ª ed. CIMCA, La Paz, 1988. 40 pp. Cuadernos de Comunicación Alternativa N° 7.
- CIESPAL** (Ecuador); **Facultad de Ciencias de la Información en la Universidad Complutense** (España); **INTERCOM-Universidad de São Paulo** (Brasil); **IPAL** (Perú); **Instituto de Comunicación y Desarrollo** (Uruguay); **CONEICC** (México); **ILCE** (México). Banco bibliográfico en CD-ROM: Red latinoamericana en ciencias de la comunicación. Datos: Universidad de Colima, México, 1992. 650 MB.
- CIMCA.** Realidad y futuro de las Radioemisoras mineras en Bolivia. Resoluciones de la reunión nacional, Potosí, noviembre/1988. 1ª ed. CIMCA, La Paz, 1988. 28 pp.
- Figueroa, Nelson.** Onda Azul. Una voz al ritmo de los tiempos. Coordinadora Nacional de Radio (CNR), ALER, Radio Onda Azul. Lima, 1996. 216 pp.
- Hancock, Alan.** Planificación de la Comunicación para el Desarrollo. 1ª ed. CIESPAL-UNESCO, Quito, 1981. 226 pp.
- Haye, Ricardo M.** Hacia una nueva Radio. ed. Paidós, Bs. Aires, 1995. 224 pp.
- Kaplún, Mario y Hermosilla, María H.** La Educación para los Medios en la formación del comunicador social. 1ª ed. Fundación de Cultura Universitaria. Universidad de la República. Montevideo, 1987. 80 pp.
- Kaplún, Mario.** Taller de Radiodrama. 1ª ed., CIESPAL/RADIO NEDERLAND, Quito, 1984. 140 pp. Materiales de Trabajo N° 9.
- López Vigil, José Ignacio.** Manual urgente para radialistas apasionados. 1ª ed. AMARC-FES-FIP-ALER-PROA-ERBOL-ARPAS-CEPRAC-ÉTER-COMCOSUR-FM TRINIDAD-ILLA-ACCE. Quito, 1997. 560 pp.
- MacBride, Sean.** (Presidente de la Comisión Internacional de la **UNESCO** para el Estudio de los Problemas de las Comunicaciones). Un sólo Mundo, Voces Múltiples: Comunicación e Información en nuestro tiempo. 1ª ed. UNESCO/FCE, París, 1980. 510 pp.
- Mata, María Cristina; Scarafia, Silvia.** Lo que dicen las Radios. 1ª ed. ALER, Quito, 1993. 216 pp.
- Mayor Zaragoza, Federico.** Ponencia presentada en el Seminario Democratizar el Espectro Radioeléctrico. Caracas, noviembre 15, 1996. 6 pp.
- Mc. Anany, Emile.** Escuelas Radiofónicas en la Educación no Formal: Una Perspectiva Evaluativa. 1ª ed. Universidad de Stanford, Stanford, 1975.
- Mc. Anany, Emile.** El Papel de la Radio en el Desarrollo: Cinco Estrategias de Utilización. 1ª ed. ACPO, Bogotá, 1974.
- McLuhan, Marshall H.** La galaxia Gutenberg, Génesis del homo typographicus. Aguilar. Madrid, 1972, 412 pp.



- Millan, José Alberto y Pérez del Río, Carlos.** Europa y las Telecomunicaciones. 1ª ed. Fundación Universidad-Empresa / Centro de Estudios Europeos de la Universidad de Alcalá, Madrid, 1989. 150 pp. Monografías Profesionales N° 167.
- Moles, Abraham.** La Comunicación y los mass media. 1ª ed. Ed. Mensajero, Bilbao, 1982. 684pp
- PNUD.** Informe sobre Desarrollo Humano 1998. Tema: *Consumo para el Desarrollo Humano.* 1ª ed. PNUD, Ediciones Mundi-Prensa, Nueva York, 1998. 228 pp.
- Prieto, Daniel.** Apuntes sobre la Imagen y el Sonido. Ed. Culturales de Mendoza, Mendoza, 1994. 100 pp.
- Prieto, Daniel y Rosario, Amable.** Análisis y Producción de Mensajes Radiofónicos. Reimpresión, CIESPAL, Quito, 1990. 80 pp. Materiales de Trabajo N° 7.



- Prieto, Daniel.** Radiodrama y Vida Cotidiana., 1ª ed. CIESPAL, Quito, s/f. 40 pp. Materiales de Trabajo N° 1.
- Radio Nederland Training Centre.** Enciclopedia de Autoformación Radiofónica. 11 Módulos, RNTC, San José, Costa Rica, 1990-95.
- Roncagliolo, Rafael.** La Legislación. AMARC-UNESCO (mimeo). Lima, 1995. 12 pp.
- Roncagliolo, Rafael.** Libertad de expresión y desafío tecnológico. Ponencia para el Seminario de **UNESCO**, Santiago de Chile, 1994. 13 pp.
- Rosario, Amable.** El Spot Radiofónico. 1ª ed. RNTC, San José, Costa Rica, 1991. 90 pp.
- Salcedo, José Joaquín; Bernal Alarcón, Hernando; Iglesias, Nohora Inés.** América Latina: La Revolución de la Esperanza. 1ª ed. Publicac. Violetas I., Bogotá, 1990. 260 pp.
- Senecal, Michel.** Televisión y Radios Comunitarias. Teoría y práctica de una experimentación social. 1ª ed. Ed. Mitre. Barcelona, 1986. 172 pp. Colección Nuevos Signos.
- UNESCO.** Textos Fundamentales. Manual de la Conferencia General y Reglamento del Consejo Ejecutivo. Ed. 1998 que contiene textos y modificaciones aprobados por la Conferencia General en su 29ª reunión (París, 1997). UNESCO, París, 1998.
- UNESCO.** Rapport mondial sur la communication. Les médias face aux défis des nouvelles technologies. 1ª ed. UNESCO, París, 1997.
- UNESCO.** Medios de Comunicación y Democracia en América Latina y el Caribe. 1ª ed. UNESCO, París, 1995. 264 pp.
- UNESCO.** Informe sobre la Comunicación en el Mundo. 1ª ed. UNESCO, París, 1989. 550 p.
- UNITED NATIONS.** World Media Handbook. 1995 Edition. UNITED NATIONS, Nueva York, 1995.
- Universidad de Sevilla** (España) y **Universidad de Colima** (México). COMNET-AL. Red de Centros de Documentación en Comunicación de América Latina. Banco bibliográfico en CD-ROM. Universidad de Colima, Colima, 1996. 650 MB.
- Uranga, Wáshington y Pasquini, José María.** Precisiones sobre la Radio. 1ª ed. Ediciones Paulinas, Buenos Aires, 1988. 224 pp.
- Velasco, Aurora.** México: Radio Huayacocotla. Una emisora campesina. 1ª ed. CIMCA, La Paz, 1985. 32 pp. Cuadernos N° 3.
- Zarza, Rogelia.** Medios de comunicación en el área rural. Resultados del sondeo de opinión campesina. 1ª ed. Centro Paraguayo de Cooperativistas, Asunción, 1996. 84 pp.



Zarza, Rogelia. La Radio en el Paraguay - Un breve ensayo de interpretación. 1ª ed. BASE, Asunción, 1988. 96 pp.

CAPITULOS

Beltrán, Luis Ramiro. Comunicación para la Democracia: La Radio Popular y Educativa de América Latina. Ponencia para Festival de Radioapasionados y Televisonarios de América Latina y el Caribe. CIESPAL, Quito, 1995. 15 pp.

Beltrán, Luis Ramiro. Neoliberalismo y Comunicación Democrática en Latinoamérica: "Plataformas y Banderas" para el Tercer Milenio. En Nuevos Rostros para una Comunicación Solidaria, VV.AA. 1ª ed. Servicio Conjunto de Comunicación OCIC-AL/ UNDA-AL/UCLAP, Quito, 1994a.

Beltrán, Luis Ramiro. Comunicación Democrática y realidad política en América Latina: Perspectivas en la víspera del tercer milenio. En Comunicación y espacios culturales, en América Latina - Cátedra UNESCO de Comunicación Social. VV.AA. Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, 1994b. 256 pp.

Beltrán, Luis Ramiro. La salud y la comunicación en Latinoamérica: políticas, estrategias y planes. En Por una Política de Comunicación para la promoción de la Salud en América Latina. VV.AA. 1ª ed. División de Promoción y Protección de la Salud, OPS-OMS/ Oficina Regional de Comunicación para América Latina, UNESCO, Quito, 1994c. 164 pp.

Brunetti, Vicente et al. Los desafíos de la Comunicación para la educación del ciudadano. En Comunicación y Nueva Sociedad, VV.AA. Conferencia Episcopal Paraguaya (CEP), Asunción, 1988. 196 pp.

Díaz Bordenave, Juan. Función y responsabilidad de la Radio y la TV en la educación de masas: Medios urbanos y rurales, en La Radio y la TV frente a la necesidad cultural en América Latina, CIESPAL, Quito, 1966. 200 pp.

Fox, Elizabeth. La Política de Reforma de la Comunicación en América Latina. En TV y Democracia en América Latina. 1ª ed. (A. Tealdo, ed.). IPAL, Lima, 1989. 156 pp.

Jörg, Sabine. Estado actual de la discusión científica, sobre Percepción y atención en la recepción de emisiones radiofónicas. En La Radio Escolar en Europa. 1ª ed. IZI/ Radio Nacional de España, München, 1980. 200 pp.

Pereda de, Silvia S. Educación Radiofónica en América Latina. En La Radio Escolar en Europa, 1ª ed. IZI/Radio Nacional de España, München, 1980. 200 pp.



White, Robert A. Servicio Público en los medios sociales de comunicación. En Televisión y Democracia en América Latina. 1ª ed. (Ana Rosa Tealdo, editora). IPAL, Lima, 1989. 156 pp.

ARTÍCULOS EN PUBLICACIONES PERIÓDICAS

Alfonzo, Alejandro. Comunicación para la educación y el conocimiento, bases del ejercicio de la ciudadanía. En Tablero N° 48, Revista del Convenio Andrés Bello. Bogotá, 1994.

Alfonzo, Alejandro. Políticas comunicacionales en Venezuela: experiencias de una década. En Revista Chasqui N° 14, Quito, 1985.

Beltrán, Luis Ramiro. La Comunicación: trama de la sociedad y savia de la cultura. En Tablero N° 48, Revista del Convenio Andrés Bello. Bogotá, 1994d.

Beltrán, Luis Ramiro. No renunciaremos jamás a la Utopía. En Revista Chasqui, CIESPAL, Quito, Abril-Junio 1982.

Pérez Sánchez, José F. Area de problemas en la radio educativa. En Revista Chasqui N° 10. CIESPAL, Quito, 1984.

Prieto, Daniel. De la Galaxia Gutenberg a la Galaxia Von Neumann. Entrevista a **J. Marcelo**. En Revista Chasqui N° 13, CIESPAL, Quito, 1985.

Roncagliolo, Rafael. Libertad de expresión radiofónica. En Revista Chasqui N° 56, Quito, 1996.

Roncagliolo, Rafael. La comunicación alterativa en el umbral del tercer milenio. En Contratexto N° 6, Revista de la Facultad de Ciencias de la Comunicación - Universidad de Lima, Lima, 1993.



Anexo

Cuadro 1
Aparatos Receptores de Radio por Continentes y Grupos de Países.
Total Mundial y por 1000 habitantes. En 1980, 1985, 1990 y 1996

Continentes y grupos de países	Nº de aparatos receptores de radio							
	Total (en millones)				por 1000 habitantes			
	1980	1985	1990	1996	1980	1985	1990	1996
Total en el Mundo	1307	1672	1879	2183	294	345	356	379
Países Desarrollados	986	1141	1158	1285	880	986	967	1045
Países Subdesarrollados	321	531	721	898	97	144	176	198
África	49	84	108	141	103	153	172	191
América	566	649	711	802	921	974	988	1024
Asia	257	416	573	696	97	143	180	200
Europa	418	504	461	514	603	713	638	706
Oceanía	20	24	26	30	886	987	988	1053

Fuente: Sitio WEB de UNESCO, 1998 (www.unesco.org).



Cuadro 2
América Latina: líneas telefónicas por mil habitantes
en los 8 países de menor disponibilidad de teléfonos

País	Líneas telefónicas por mil habitantes	País	Líneas telefónicas por mil habitantes
Haití	8	Cuba	32
Nicaragua	23	Paraguay	34
Guatemala	72	Bolivia	47
Honduras	29	Perú	47

Cuadro de elaboración propia, con los datos del PNUD (PNUD, 1998)



Cuadro 3
Pobreza humana versus la opulencia y el despilfarro
según los grandes rubros del gasto anual mundial, en dólares

Rubro	En mil millones de US\$
Enseñanza básica para todos ^a	6
Cosméticos en los Estados Unidos	8
Agua y saneamiento para todos ^a	9
Helados en Europa	11
Salud reproductiva para todas las mujeres ^a	12
Perfumes en Europa y los Estados Unidos	12
Salud y nutrición básicas ^a	13
Alimento para animales domésticos en Europa y EE.UU	17
Recreación de empresas en el Japón	35
Cigarrillos en Europa	50
Bebidas alcohólicas en Europa	105
Drogas estupefacientes en el mundo	400
Gasto militar en el mundo	780

^a Estimación del costo anual adicional de lograr el acceso universal a servicios sociales básicos en todos los países en desarrollo.

Fuentes: Euromonitor 1997; ONU 1997; PNUD, FNUAP y UNICEF 1994; Worldwide Research, Advisory and Business Intelligence Services 1997.

Cuadro de elaboración propia, con los datos citados por PNUD (PNUD, 1998).



Cuadro 4
Totales de Horas/Relej en clase, y Horas/Relej viendo TV, al año.
En niños de Escuelas Primarias de EE.UU, Hungría, Japón y Paraguay

Países	Total de Horas/Relej en clase al Año	Total de Horas/Relej viendo TV, al Año
Estados Unidos ^a	1.400	1.300
Hungría ^b	1.100	1.000
Japón ^c	1.300	800
Paraguay ^d	740	1.825

Fuentes:

^{a, b y c}: PNUD, 1998.

^d: Brunetti, 1998. Para el calendario escolar de 1999, y en el marco de la Reforma Educativa, el Ministerio de Educación y Cultura ha planeado aumentar a 200 los días de clase, con lo que es posible que el Total de Horas/Relej en clase al Año, suba hasta 800.