

---

# LA RADIO EN LATINOAMERICA: EXPERIENCIAS AUTONOMAS

CARLOS CORREA

La identidad nace como un enfrentamiento con el otro. Una persona, un grupo, un pueblo. Varios pueblos se identifican frente a otros. Esta situación genera un sentido de pertenencia, de estar con, en diferentes niveles. A nivel micro nos identificamos con una familia determinada, o con un grupo de amigos específico que tiene diferencias con otros grupos. Sentimos una región como parte nuestra y la defendemos.

En América Latina, en las actuales circunstancias económicas generamos un proceso de identificación con países que tienen una valencia igual en lo referido a la deuda externa, por poner un ejemplo. Esta situación no es la única característica que podría generar una identidad acabada de los pueblos latinoamericanos. Hay otros valores de tipo cultural (el idioma, fiestas populares, manifestaciones con una misma raíz indígena, negra o española) que generan identidad. Frente a estos elementos que empujan el proceso hacia una identidad mayor hay otros que frenan este proceso; algunos están dentro, en nuestra cultura, y otros promovidos y producidos por agentes externos portadores de otras identidades. Estos procesos se trasladan también a la práctica y reflexión de la acción de la comunicación en América Latina.

En el presente trabajo damos cuenta de algunas prácticas de la comunicación radiofónica en América Latina, y después determinamos sus aportes en la definición de una identidad común en la acción de la comunicación.

## SERPAL: UN BUEN INICIO

En diferentes lugares del quehacer comunicacional se trabaja en la definición de métodos eficaces para enfrentar la penetración cultural y a la vez ideológica. Uno de ellos está en la práctica de algunas emisoras populares de América Latina. Otro puntal está en la acción de la comunicación grupal como elemento liberador.

El trabajo grupal utiliza diversos recursos para ahondar en una reflexión sobre las situaciones que ocurren cada día. Muchas veces se parte de una canción, un programa de televisión, radio o las noticias de los periódicos tradicionales, para realizar una lectura crítica del material y de la sociedad misma por extensión.

Para este trabajo se utilizan muchas veces los enlatados. Los enlatados son un recurso de mucha utilidad. Cuando hablamos de enlatado nos referimos a producciones audiovisuales, series dramáticas en audio cassettes y discos, que se multicopian para animar la reflexión de grupos. Estos enlatados han tenido y tienen un público especialmente entre los grupos de inspiración cristiana. Los productores de este tipo de material son principalmente organizaciones de acción social vinculadas a la Iglesia y la utilizan muchos religiosos y sacerdotes en sus tareas de reflexión.

Existen muchas experiencias de producción y distribución a nivel de América Latina, pero muchas de ellas aparecen desarticuladas. A lo sumo logran efectividad en la distribución en un país, pero no tienen una dimensión para los países de América Latina.

La tendencia a la utilización de estos enlatados empieza a finales de los sesenta, cuando se empieza a hablar de la utilización de los recursos para el aprendizaje. Es el tiempo de la explosión de las filminas, audiovisuales, y otros minimedios. Después se relativizó los posibles alcances de esta práctica, pero a pesar de esto se extendió a lo largo de la década de los 70 y principio de los ochenta.

Quizás la primera experiencia exitosa de producción y distribución de producciones radiofónicas en América Latina la constituyó SERPAL (Servicio Radiofónico para América Latina). Esta institución elaboraba producciones radiofónicas que se distribuían a través de una multitud de centros de producción en Latinoamérica o de repre-



sentantes que copiaban el material para todas las personas interesadas.

La estrategia de trabajo de SERPAL, era la de elaborar producciones de gran calidad, contando con guionistas latinoamericanos que realizaban investigaciones en terreno para profundizar en los contenidos a tratar. Este fue el caso de Jurado 13, serie dramática que fue precedida por una investigación para determinar los temas que se trabajaron posteriormente en los capítulos de la serie.

En SERPAL, las tareas de coordinación y difusión eran el eje de su efectividad. SERPAL en sus producciones insistía en la necesidad de estimular una reflexión sobre la realidad de los países latinoamericanos, pero a la vez motivaba para la acción. Por eso acompañaban las producciones con guías de debate, es decir, se quería que los programas, además de oídos, fueran debatidos para una toma de posición.

Es difícil tener estadísticas del número de copias de los programas de SERPAL. A partir de los originales: discos y cassettes se multicopiaban para dar mayor servicio a los grupos de base. Esto se podía hacer sin esperar ningún perjuicio por parte de los propietarios de los derechos. A la institución le interesaba la difusión más que cobrar primas, además entendían que los grupos de base poco podrían dar en ese sentido.

El trabajo grupal directo tiene mucha incidencia para la formación e integración y contribuye en mucho a la evangelización y concientización. De alguna manera SERPAL, contribuyó a la difusión de técnicas y metodologías del trabajo grupal en América Latina.

En muchas emisoras de América Latina se abrió la posibilidad de articular experiencias de trabajo grupal a través de un medio masivo, así muchas radios empezaron a trabajar el audiodebate y el disco foro en sus programas. Así la pequeña reflexión grupal se convertía en masiva y esto generaba procesos en sectores muy amplios de la población. Este trabajo se inició en muchas emisoras locales que tenían relación con grupos animados por ellos, por ejemplo los grupos de las Escuelas radiofónicas.

## ALER: UN ESPACIO LATINOAMERICANO

En septiembre de 1972, se funda en Colombia la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica. En esta organización continental se agruparon muchas emisoras que hacían trabajo con educación formal.

Entre los objetivos de la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica, destacaban en ese momento: "Lograr solidaridad efectiva entre las Instituciones miembros y ante otros organismos internacionales"; "Asesorar a los miembros integrantes a pedidos de los mismos en aspectos de planificación, programación y evaluación"; "Promover y realizar una mejor capacitación del personal de las instituciones integrantes".

En un primer momento la Secretaría Ejecutiva de la Asociación funcionó en Buenos Aires, Argentina. Desde allí inicia la realización de talleres, donde invitan a miembros del personal de las afiliadas. Estos cursos talleres, tenían poca eficacia e incidencia en las Instituciones de Educación Radiofónica (IER). Ocho años después la secretaria Ejecutiva se muda para Quito, Ecuador.

En Quito, empieza la edición de publicaciones, especialmente de experiencias de las afiliadas, publican el directorio y el marco doctrinario, entre otros documentos. En el campo de la investigación se da inicio a un estudio global sobre la situación de cada una de las afiliadas, para dar una idea global de la acción de las IER.

Pocos años después empieza una reflexión sobre la estrategia de capacitación de ALER, se empieza a gestar el diseño de los talleres en terreno como una alternativa más eficaz para la capacitación del personal que trabaja en las emisoras. En este año,

los que trabajan en la secretaría ejecutiva estarán en unas 60 actividades fuera de la ciudad de Quito. 45 de ellas serán de capacitación radiofónica, educación popular y radiotécnica.

A todo este trabajo de capacitación directa de la Secretaría se suman los numerosos talleres que se realizan en las distintas emisoras y países con capacitadores propios. Para muchas de estas actividades que se realizan con recursos propios de los países, ALER brinda apoyo logístico. Dentro del plan de ALER, tiene particular importancia la publicación de folletos de la serie de Manuales de Capacitación, que tiene una notable influencia en América Latina, especialmente porque nacen de la práctica de comunicación radiofónica en Latinoamérica y vuelven hacia ella. De alguna manera esta labor promueve un estilo, una forma de hacer la radio en beneficio de los intereses del pueblo.

ALER promueve la creación y sostenimiento de Coordinadoras nacionales y regionales. Estas coordinadoras son instancias autónomas, que planifican sus actividades de capacitación en función de sus propias necesidades. Esta planificación es apoyada por ALER. Esta autonomía genera procesos interesantes que avanzan en una mayor independencia de las emisoras en algunos niveles de capacitación. Por otra parte se aprovechan mejor los recursos locales y se ahorran esfuerzos. ALER empieza a cumplir labores de profundización en la reflexión, al ahorrar recursos, estos se pueden dedicar para avanzar en otros aspectos. Por otra parte se puede invertir más esfuerzo en tareas de articulación global.

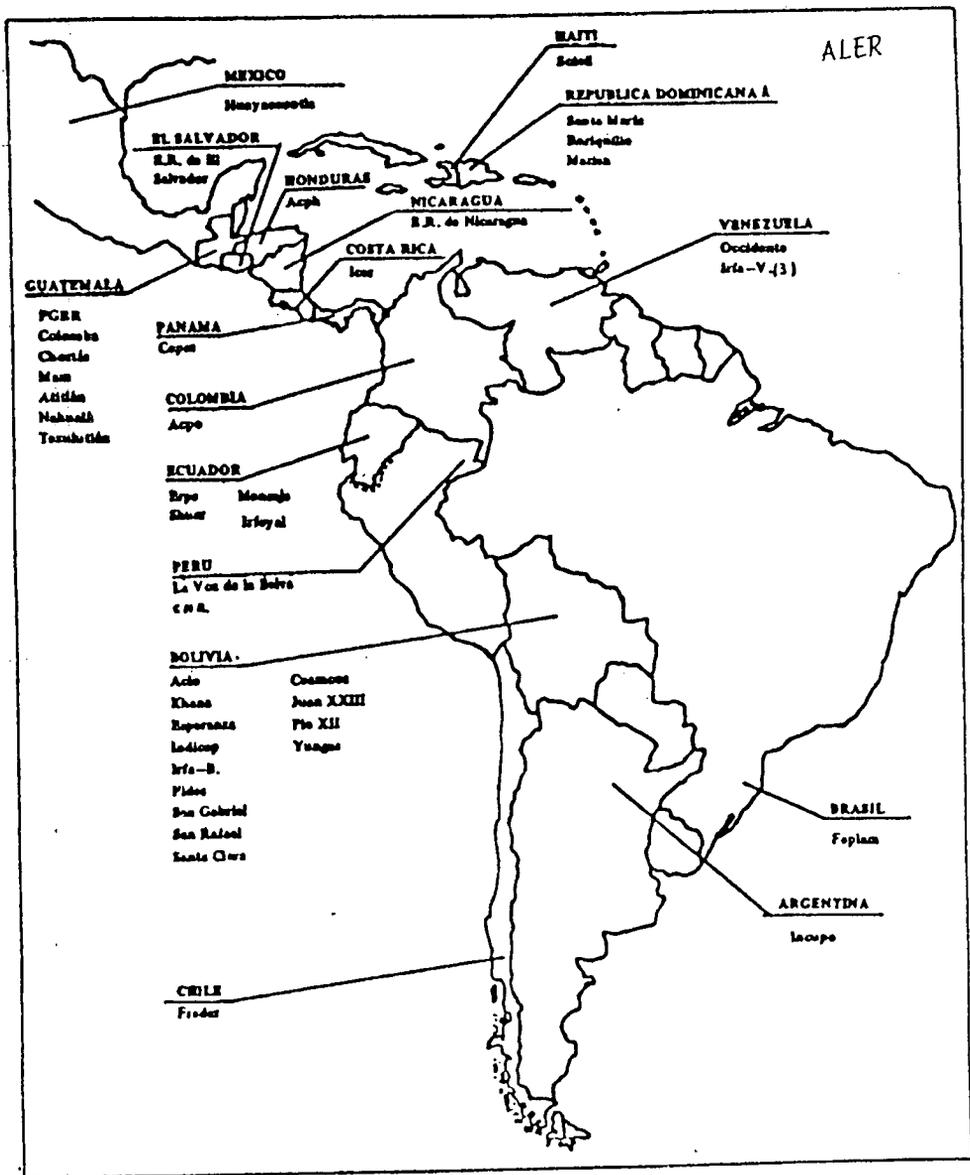
La necesidad de una coordinación a nivel nacional es real. Ya en algunos países, antes de la fundación de ALER, se habían propuesto la creación de organizaciones nacionales; es el caso de ERBOL, en Bolivia, institución que trabaja en tareas parecidas a las de ALER. ERBOL está afiliada a ALER.

Igualmente la Coordinadora Nacional de Radio en Perú, la Federación Guatemalteca de Educación Radiofónica, la Unión de Emisoras Católica de República Dominicana son algunas experiencias de coordinación a nivel nacional.

Por otra parte se avanza hacia la regionalización de las coordinadoras. Es decir que el Caribe trabaje en conjunto, lo mismo con Centroamérica y México y así con otras zonas o regiones de América, geográfica o culturalmente más próximas. En este avance hacia una comunicación interna más efectiva y global, hay que reconocer el trabajo de los boletines de instituciones como ALER, UNDA, OCIC, UCLAP, PROA y otros que en el campo de la comunicación hacen un gran esfuerzo por difundir actividades e intercambiar las experiencias de prácticas de comunicación en América Latina. Estos boletines se convierten en canales internos para conocer los avances de otras experiencias. En muchos de estos boletines conocemos las nuevas producciones de materiales, publicaciones y programas.

En este punto entramos en un elemento importante del análisis de los procesos de comunicación en América Latina. Cuando se plantean el ideal de los medios de comunicación alternativos o populares, siempre se habla de la necesidad de contar con más programas dramáticos en vez de musicales, por poner el ejemplo de la radio. Pero resulta que en las emisoras donde se plantean hacer una radio popular, al lado del pueblo, los recursos son escasos.

En muchas emisoras falta personal capacitado para realizar trabajos de este tipo, o en algunas oportunidades están encerrados en la rutina y el localismo que no ven otras posibilidades para explorar mejor los recursos radiofónicos. Las producciones enlatadas, realizadas con mucho más recursos y con más tiempo son muy útiles para brindar a las emisoras nuevos programas que ofrecer a la audiencia y por otra parte sirven para inspirar nuevos programas dentro de las emisoras. Tienen un efecto de doble vía sobre la programación.



## COMUNICACION PARA EL TERCER MUNDO

En este campo después de la desaparición de SERPAL, como una organización que realizaba una distribución rápida de producciones propias, hay un gran vacío en Latinoamérica para lograr una buena distribución de cualquier producción radiofónica. Especialmente es de hacer notas los altos costos que tiene lograr contactar o promover

cualquier producción (gastos de correo y material impreso).

A pesar de esta situación en los últimos años se empieza a gestar una nueva experiencia de producción a nivel continental que está resultando exitosa. Una de estas experiencias es el servicio de Chasqui huasi, "Comunicaciones Tercer Mundo", promovido por Raquel Salinas y Jorge Gómez, en Santiago, Chile, que consiste en una entrega semanal de un programa de noticias, cada uno de ellos con 7 ó 8 noticias, y una de ellas con una contextualización más larga. Este servicio viene a llenar un vacío informativo en muchas emisoras locales. "Las radios populares no tienen posibilidad de pagar las altas tarifas de telecomunicaciones, indispensables para recibir servicios de teletipo. Tampoco tienen fondos para pagar suscripciones a grandes agencias internacionales. No tienen personal suficiente para trabajar con grandes volúmenes de información, ni tiempo para dar forma radial a noticias escritas para prensa urbana" (1).

Por otra parte el servicio de Chasqui huasi no es un relleno. Es decir un lote de noticias tratadas sin ninguna perspectiva. Asumen una opción latinoamericana y tercermundista. Las noticias que prefieren son aquellas que apoyan y crean una conciencia regional. Además difunden acciones y logros de organizaciones de cualquier tipo que trabajen por un desarrollo integral, democrático y autosostenido.

El programa llega fundamentalmente a emisoras rurales o campesinas. En la actualidad el servicio llega a más de 160 emisoras de las 4.200 que existen en América Latina. El 74% son de provincia; 46% rurales; 8% son radios de cobertura nacional.

La fuente fundamental de "Comunicaciones Tercer Mundo" es IPS, Inter Press Service, agencia internacional que se identifica con el tercer mundo y sus procesos de desarrollo. IPS es una cooperativa de periodistas y en los últimos años reforzó su trabajo en América Latina, tiene su central en San José en Costa Rica. También cuenta entre sus fuentes boletines de ALAI, ALASEI, Noticias Aliadas y otras publicaciones. La utilización de este programa en las distintas emisoras es diverso. Algunas lo utilizan para reforzar la sección internacional de sus noticieros. Otros pasan el programa tal cual viene en el fin de semana. Otras alternan noticias con canciones latinoamericanas, y en muchas emisoras combinan los usos.

## ANTE LOS 500 AÑOS

Cada vez que nos acercamos más a 1992 (V Centenario del descubrimiento) se ven más claros los proyectos que en el campo de la comunicación se van perfilando hacia y desde América Latina. Estados Unidos refuerza a USIS, que es su servicio de prensa para todos los países. En cada embajada hay un equipo que se encarga de imagen y vender las posiciones del gobierno de los Estados Unidos en todas las situaciones.

El proyecto comunicacional de los Estados Unidos se inscribe en la concepción interamericana de instituciones como el Banco Interamericano de Desarrollo, Organización de Estados Americanos y otras.

El otro proyecto es el que promueven los españoles. Se basa en la concepción de la comunidad Iberoamericana que tiene un trabajo de años a través de la OTI, con sus festivales y programas semanales.

Frente a estos proyectos en América Latina empieza a generar proyectos de carácter latinoamericano, algunos de índole gubernamental, basados en ALASEI, ASIN y otros que se articulan con organizaciones no gubernamentales, como lo son ALER y UNDA AL, OCIC AL, y UCLAP, organizaciones todas ellas de inspiración cristiana. Otras organizaciones continentales son mixtas, es decir, agrupan a organismos estatales y no gubernamentales como lo es ULCRA, que de alguna manera se inspira en el trabajo que también promueve el SELA.

Podemos estimar que en los próximos años, veremos una abundante producción de programas de diverso tipo referidos a los 500 años. Utilizando de algún modo el aniversario como un pretexto para plantear sus visiones típicas. Es decir una estrategia a más largo plazo que, conlleva un modelo de sociedad y una visión de América Latina. En América Latina ya empiezan a movilizarse para contrarrestar a los otros proyectos, el iberoamericano y el interamericano.

ALER, por ejemplo está promoviendo una serie de programas que se realizaría entre varios productores de América Latina. Este proyecto necesita de la aprobación de la Asamblea de directores de ALER, que se realizará en Junio de 1988. Por otra parte ya Verbo Films en Brasil empezó la distribución de la serie 500 años escrita por José Ignacio y María López Vigil. La serie está basada en el libro de Eduardo Galeano, "Las Venas Abiertas de América Latina".

La producción es excelente. En cada capítulo hay tres personajes fijos, que son los que dan unidad a la serie junto al tema de la misma: América Latina. Uno de ellos representa a la juventud, a la esperanza por los cambios que deben y que hay que construir. Es el personaje que abre los ojos frente a la historia engañosa. Otro de los personajes es el que no cree nada de lo que dice el joven anterior. Es el incrédulo, el que teme que le cambien el mundo, para él las cosas son tal como se la enseñaron. Es un señor de más edad y por supuesto siempre cree la versión de la historia de los vencedores, no la de los vencidos. La trilogía la completa una señora que empieza a



tomar conciencia y va asumiendo la historia real de la dominación de nuestros pueblos. Los oyentes asisten así al proceso de comprensión de una realidad que muchas veces se nos oculta.

Esta experiencia de la serie 500 años resulta importante porque articula varios esfuerzos. Así Verbo Films de Brasil copia y distribuye para toda América Latina. Pero la difusión de la serie empieza en menciones de boletines, como el Arandú, de las organizaciones católicas y continentales de comunicación (UNDA, OCIC y UCLAP). Posteriormente a la experiencia de SERPAL, en América Latina ha tenido mucha difusión la serie "Un Paisano me Contó", también escrita por José Ignacio y María López Vigil. La importancia de series como 500 años radica en traducir a lenguaje oral, textos tan importantes como "Las Venas abiertas", que permiten que personas que no puedan leer y escribir tengan un mayor acceso a este tipo de información. Es a estas personas que en América Latina, son los marginados, los oprimidos a quien más interesa saber por qué suceden las cosas hoy en día. Por otra parte CIESPAL promueve junto a otras instituciones de América Latina, el proyecto Corades, para la producción de una serie sobre leyendas, cuentos y mitos de América Latina.

## EL POTENCIAL DE LAS EXPERIENCIAS AUTONOMAS

SERPAL fue un proyecto decisivo para estimular el trabajo de reflexión grupal en América Latina, es decir acompañar la práctica con la reflexión sobre el funcionamiento de la sociedad. Todavía los programas se siguen difundiendo por toda América Latina. Por ejemplo en Bolivia, durante 1987 se vendieron 331 programas y se alquilaron 324. Estos programas fueron producidos por SERPAL, pero ahora quien promueve su difusión es PROA. También Bolivia, reseña la transmisión de los programas en seis emisoras.

Estos datos indican que todavía hay mucha efectividad y demanda en los programas enlatados. Por otra parte indica que hay grandes necesidades de producciones radiofónicas a nivel de grupos y por supuesto también en las emisoras de América Latina.

Este tipo de producciones son muy importantes, de allí el éxito de programas como TERCER MUNDO, de Chasquihasi, que también realizó intentos con el objetivo de producir algunas pequeñas series y programas especiales (vgr. "Si no le gusta se va").

"Tercer Mundo" resulta una experiencia interesante e importante, por su amplia difusión (más de 180 emisoras en América Latina) y por el contenido de la producción. Este trabajo es un intento más de integración, que promueve valores de la base y con contenidos con mayor afinidad a nuestros pueblos.

Lo importante de esta alternativa es que promueve los sucesos locales y los avances de las comunidades, y también analiza cuáles son los problemas y soluciones más globales. Este tipo de programas contribuye a los procesos de identificación que puedan generarse en los pueblos de Latinoamérica. De allí la importancia que está teniendo la producción de programas para distintas instituciones en nuestro continente. Se garantiza la transmisión de los mismos porque las emisoras populares están ansiosas de producciones que tengan calidad técnica y de contenido. Por otra parte ALER, desempeña un papel importante en la capacitación de más de 60 emisoras radiofónicas. Si bien el problema del flujo de la información en el continente es bastante grave y el mismo no alcanza el nivel necesario. Lo mismo ocurre, localmente, donde hay pocos recursos y la capacitación no llega. Quizás nuestros problemas globales también pasan por deficiencias a pequeña escala, en la comunicación de base, comunitaria. Por eso en énfasis de ALER, es muy importante porque ataca un

problema: el cómo hacerlo. Muchas veces se cuestiona el actual orden de la información pero no indican cuál es el camino para cambiarlo.

Por otra parte la metodología de capacitación de ALER, parte del trabajo que realizan los radialistas para de allí incidir en el mismo trabajo. Esta acción tiene grandes avances en Latinoamérica, y es la plataforma para empezar a caminar por la vía de la integración. La incidencia de ALER está en la capacitación del personal de sus emisoras, en una práctica de la comunicación para la cual no hay incidencia en el campo universitario. Prueba de ello es el testimonio de Raquel Salinas y de Jorge Gómez, quienes cuentan que para localizar un periodista que entendiera este tipo de comunicación, les fue muy difícil. El reto de la integración y de la comunicación popular también pasa por una mayor incidencia en la capacitación.

Las producciones de programas que se realizan a nivel de América Latina también tienen una gran influencia en la calidad. De alguna manera son nuestras concretas de cómo podemos hacer un programa determinado. Por otra parte contribuyen a mejorar la programación general de la emisora y a estimular las nuevas producciones, como ya decíamos anteriormente.

Resulta interesante comprobar qué buena es la difusión de los programas, a pesar de no tener grandes recursos económicos en comparación a los que disponen los medios comerciales. Sin duda se plantea una competencia entre formas de hacer comunicación. Esta competencia es desleal, porque nadie garantiza que la participación, que tanto se pide para los medios alternativos, no sea copiada y manipulada en los medios comerciales. Se apoderan del discurso pero cambiando los objetivos. Este es el reto de los radialistas populares: hacer una comunicación distinta a la tradicional, con menos recursos, y lograr mayor audiencia.

En todo el proceso que se da en América Latina también hay grandes interrogantes a resolver, al interior de las prácticas de comunicación. Esto ocurre tanto en las organizaciones no gubernamentales como en las gubernamentales. Es difícil ir ganando coherencia. Hay muchos puntos de vista diferentes especialmente a la hora de poner en práctica los principios que se promueven en los documentos. Esta situación enfrenta conflictos en momentos coyunturales, de acuerdo a los compromisos de cada institución con los diversos actores sociales. Es decir cómo avanzar con un compromiso por el desarrollo y liberación de nuestros pueblos, sin dejar el pellejo en la alambrada. Tener conciencia de los logros, que estimulen el avance. Un grave problema de los proyectos de comunicación radiofónica en América Latina, es la continuidad. Muchos de ellos son excelentes, el caso de SERPAL, pero son frenados cuando empiezan a tocar determinados intereses. SERPAL, fue cuestionado por la jerarquía de la Iglesia a raíz de la producción de "Un tal Jesús", serie inspirada en la teología de la liberación.

Por otra parte el problema de los recursos económicos genera graves inconvenientes dentro de las instituciones. Hay una gran rotación del personal, lo cual quiere decir que hay que duplicar esfuerzos en la capacitación para mantener niveles altos en la calidad de las producciones. Los esfuerzos siempre serán pocos ante la avalancha de producción que tienen los medios comerciales, además hay que ir articulando el proceso de comunicación con los procesos reales que se generen en la comunidad. A fin de cuentas la comunicación sólo es un refuerzo.

Las actuales circunstancias económicas de los países latinoamericanos son un elemento catalizador en la integración de nuestros países, una vuelta a algunos elementos culturales integradores y por supuesto un llamado acerca de los elementos culturales diversos y desintegradores.

Las experiencias no gubernamentales de comunicación muestran un vigor bastante bueno, en contraste con algunas experiencias de los gobiernos latinoamericanos, que

todavía se mantienen pero que perduran con una agonía de sobreviviente. Muchas veces en la comunicación popular está la chispa crítica que irrita a los gobiernos.

Por otra parte las experiencias autónomas, a pesar de sus inconvenientes y vaivenes tienen una mayor continuidad y coherencia. Esto no quiere decir que neguemos las experiencias gubernamentales sino más bien que les falta una mayor libertad para que también sean cuestionadores de los procesos de desarrollo, elemento importante que a veces se siente en las agencias nacionales de los países latinoamericanos. Se sienten los condicionantes de los gobiernos de turno. En los últimos tiempos la crisis fuerza a tomar medidas frente a las presiones del norte.

El trabajo de las diversas experiencias que se desarrollan en América Latina es una apuesta hacia la revalorización de lo diverso de nuestras culturas locales y punto de articulación acerca de lo parecido que somos, o de los problemas que enfrentamos. Un camino difícil y alegre que algunos transitan.

