

# **ESTRATEGIAS INTERACTIVAS EN LA RADIO COMUNITARIA EDUCATIVA.**

*El caso IRFEYAL.*

Tesis doctoral

Autor: Teodoro GALARZA  
Director: Prof. Dr. José Luis TERRÓN

Bellaterra, febrero de 2003

## **DEDICATORIA**

*La presente tesis doctoral está dedicada a los miembros de mi familia porque durante todo el proceso de su desarrollo y de mi carrera académica y profesional me apoyaron con su generoso sacrificio, comprensión, y su ánimo que nunca me faltó. Para ti Guadalupe, Juan Andrés y Ana Lucía.*

## **EL AUTOR**

## **AGRADECIMIENTO**

Expreso mi gratitud a las personas y a las instituciones que aportaron, en su momento, para poder producir esta tesis doctoral. Un agradecimiento especial a la Agencia de Cooperación Española -AECI- y al Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad Autónoma de Barcelona -UAB-, en donde a través de una beca, tuve la oportunidad de aprender las herramientas metodológicas para la elaboración de este trabajo.

Agradezco a la señora Karen Gozembach, responsable del Centro de Documentación de la UNESCO, en Quito. Mi agradecimiento al personal de las radios educativas, *Radio la Voz del Upano* y *CRECERÁ*; *Radio Federación Shuar* y *SERBISH*; y al Padre Pedro Niño Calzada, director de *IRFEYAL*, por su valioso y generoso aporte para este trabajo. A la doctorando de la UAB, Victoria Solís, y a nuestra asistente Gabriela Godoy, con quienes levantamos y procesamos la información recogida desde las extensiones de *IRFEYAL*, en Quito.

Al profesor doctor José Luis Terrón Blanco, director de la tesis, mi eterna gratitud.

## **EL AUTOR**

# ÍNDICE

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTO	3
INTRODUCCIÓN	10
<b>Capítulo I. Consideraciones Metodológicas</b>	19
1.1. Planteamiento del problema	22
1.2. Objeto de estudio	27
1.3. Objetivos de la investigación	28
1.4. Tesis descriptiva	29
1.5. Planteamiento de hipótesis	32
1.6. Metodologías	34
1.7. Población	39
1.8. Procedimientos	42
1.9. Técnicas metodológicas	44
1.10. Resultados esperados	46
<b>Capítulo II. Paradigmas de Comunicación y Desarrollo en América Latina</b>	47
2.1. Teoría de la modernización	48
2.2. Teoría de la dependencia en comunicación y desarrollo	51
2.3. Enfoque emancipatorio de comunicación y desarrollo	54
2.4. Comunicación para el desarrollo	56
2.5. Conclusiones	64
<b>Capítulo III. La Radio en América Latina</b>	66
3.1. Inicio de la radio comercial	68
3.2. Desarrollo de la radio	71
3.3. Situación de la radio comercial	93
3.4. Marco legal	97
3.5. Radio pública en América Latina	100

3.6. Financiación de la radio pública	106
3.7. Conclusiones	108
<b>Capítulo IV. Educación a Distancia en América Latina</b>	110
4.1. Crisis de la educación	111
4.2. Acceso a la educación	112
4.3. Críticas al sistema educativo	113
4.4. Críticas a la escolaridad	116
4.5. Concepto de educación no formal	124
4.6. Concepto de educación a distancia	128
4.7. Educación radiofónica	132
4.8. Conclusiones	136
<b>Capítulo V. Radio Comunitaria en América Latina</b>	138
5.1. Breve historia de la radio comunitaria	139
5.2. Concepto de radio comunitaria	146
5.3. La radio comunitaria para el desarrollo	149
5.4. Marco legal caótico	156
5.5. Programación innovadora	160
5.6. Un debate en auge	165
5.7. Estudio de caso: mujeres en la radio comunitaria	168
5.8. Estudio de caso: el sistema ALER	175
5.9. Conclusiones	188
<b>Capítulo VI. La Radio en Ecuador</b>	190
6.1. Contexto socio cultural de Ecuador	191
6.2. Medios de comunicación social de Ecuador	202
6.3. La prensa en Ecuador	212
6.4. Televisión ecuatoriana	219
6.5. La radio en Ecuador	226
6.6. Marco legal	241
6.7. Entorno tecnológico	245
6.8. Coordinadora de radio popular educativa de Ecuador -CORAPE-	248

6.9. Conclusiones	255
<b>Capítulo VII. La Radio Comunitaria en Ecuador</b>	257
7.1. Radios comunitarias y educativas	258
7.2. Aspectos favorables de las radio escuelas	264
7.3. Limitaciones en las radio escuelas	265
7.4. Experiencias de radio escuelas en Ecuador	267
7.5. Análisis comparativo de las radio escuelas	280
7.6. Rol de la radio comunitaria educativa	284
7.7. Conclusiones	288
<b>Capítulo VIII. Estrategias Interactivas en las Radio Escuelas</b>	290
8.1. Concepto de radio comunitaria	291
8.2. Radio interactiva	293
8.3. Criterios de selección para el estudio de casos	295
8.4. Estudio de caso: ERPE	296
8.5. Estudio de caso: IRFEYAL	303
8.6. Estudio de caso: Radio Federación	309
8.7. Análisis de las estrategias interactivas	312
8.8. Análisis comparativo radio comunitaria - radio comercial	317
8.9. Conclusiones	321
<b>Capítulo IX. Comunicación y Lenguaje Radiofónicos</b>	326
9.1. La comunicación radiofónica	327
9.1.1. El rol de la radio	332
9.1.2. Funciones de la comunicación radiofónica	334
9.1.3. Funciones de la radio educativa	339
9.1.4. Teoría de la proximidad	343
9.1.5. Comunicación interactiva	345
9.1.6. Relación mensaje audiencia	348
9.1.7. El mensaje radiofónico	350
9.1.8. La audiencia	352
9.2. El lenguaje radiofónico	355

9.2.1. Teoría del lenguaje de la radio	356
9.2.2. Lenguaje radiofónico versus lenguaje escrito	356
9.2.3. Concepto de lenguaje radiofónico	361
9.2.4. Elementos de lenguaje radiofónico	366
9.2.5. Los géneros radiofónicos	371
9.3. Conclusiones	385
<b>Capítulo X. Análisis e Interpretación de Resultados</b>	389
10.1. Reseña de la metodología	391
10.2. Reseña del sistema de hipótesis	392
10.3. Análisis cualitativo del sistema IRFEYAL	394
10.4. Análisis cuantitativo de la clase radiofónica	407
10.5. Conclusiones y comprobación de hipótesis	430
10.6. Comparación análisis cualitativo cuantitativo	433
10.7. Conclusiones y sugerencias	435
<b>Capítulo XI. Conclusiones y Recomendaciones</b>	439
11.1. Primera parte. Conclusiones	440
11.2. Segunda parte. Sugerencias	452
11.3. Tercera parte. Nuevos temas	456
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	462
<b>BIBLIOGRAFÍA SOPORTE WEB</b>	483
<b>CUADROS</b>	
1. Radiodifusión sonora en América Latina y el Caribe	73
2. Posición comparativa de América Latina y el Caribe en radio	75
3. Comparación entre los receptores de radio y de televisión	76
4. Tipos de programas de radio clasificados según su función	79
5. Financiación por tipo de institución y fuente	106
6. Principales grupos propietarios de medios en Ecuador	208
7. Propietarios menores de medios de comunicación masiva	209
8. Instituciones propietarias de medios	210

9. Diarios según tiraje y promedio por habitante	213
10. Diarios según tiraje, cobertura y propietarios	214
11. Grandes empresas de televisión según tipo de estación	220
12. Crecimiento de la TV por tipo de estaciones	221
13. Emisoras de radio según frecuencia	230
14. Frecuencias concedidas según tipo de concesionario	232
15. Propietarios privados de emisoras de radio	234
16. Radios concedidas a las iglesias	235
17. Frecuencias de la radiodifusión de Ecuador	237
18. Cuadro resumen de los tipos de radio en Ecuador	239
19. Radios de CORAPE: frecuencias, potencia y oyentes	250
20. Programación bilingüe de radios afiliadas a CORAPE	254
21. Comparación del equipamiento de las radio escuelas	283
22. Análisis comparativo entre radio comunitaria y radio comercial	317

## **GRÁFICOS**

1. Finalidades de la radio en la educación no formal	135
2. Funciones de ALER	177
3. Talleres en radio 1983-1990	182
4. Cursos de educación popular 1983-1990	182
5. Asesorías ALER 1983-1990	183
6. Capacitación de ALER 1983-1990	183
7. Estructura y servicios de CORAPE	251
8. Modelo de diseño del guión educativo en SERBISH	272
9. Elementos didácticos del sistema CRECERÁ	275

## **GRUPO DE GRÁFICOS**

1. Locución de la clase	408
2. Hablan correctamente los locutores	409
3. Tipo de música	412
4. Equilibrio entre música y palabra	413
5. Uso de efectos especiales	415
6. Empleo correcto de silencios	417

7. La clase radial es atractiva y ágil	419
8. La clase radia promueve respuestas	421
9. Locutores invitan a involucrarse	423
10. Idea principal de la clase escuchada	424
11. Escucha la radio IRFEYAL	426
12. Escuchó las clases radiales	427
<b>GLOSARIO</b>	490
<b>ABREVIATURAS</b>	496
<b>ANEXOS</b>	499
I. Encuentro regional de comunicación de género	500
II. Declaración de radioapasionados y televisionarios	503
III. Seminario democratización del espectro radioeléctrico	506
IV. Declaración de Milán comunicación y derechos humanos	509
V. Guía para la entrevista grupal	515
VI. Encuesta individual	518
VII. Cuestionario sobre el sistema IRFEYAL	521
VIII. CD con la clase radiofónica	524
IX. Hoja del esquema de la Lección No. 81	525
X. Guión radiofónico de la clase	526

## **INTRODUCCIÓN**

## INTRODUCCIÓN

*“Centenares de experiencias exitosas de radio y televisión comunitaria y popular desarrolladas desde hace 50 años en América Latina y el Caribe, nos han legitimado ante nuestros públicos, conquistando así el reconocimiento legal. Ellas han sido y siguen siendo expresión de las mayorías marginadas y empobrecidas de la región”* (Ver Anexo: “Declaración de los Radioapasionados y Televisionarios”, Quito, 20-24 noviembre, 1995: 1).

La radio evolucionó de forma diversa en el mundo. En Estados Unidos se afianzó el estilo de la radio comercial. En Europa, en la mayoría de países floreció la radio pública estatal. En América Latina tenemos un paisaje variopinto de radiodifusión: a más de los modelos mencionados conviven otros más, como expresiones de los diversos grupos y sectores de la sociedad civil.

Con el transcurso del tiempo, los patrones se intercambian. En Europa con la desregulación se introduce la radiodifusión comercial; en Norte América, las redes de radios públicas locales entran en competencia con los medios comerciales. Pero en América Latina, como dirían LEWIS y BOOTH (1992), el medio radio se ha vuelto “*invisible*”: ha sido descuidado por las políticas de comunicación y no se ha considerado en los planes de desarrollo nacional. Ha tenido una legislación controlada por los propietarios de los medios comerciales, que han privilegiado a la radio de su sector, en detrimento de las demás.

La radio en América Latina se eclipsó momentáneamente con la aparición de la televisión y por una programación vacía, que terminó alejando a sus audiencias. Para enfrentar estos problemas y dar respuesta a las necesidades de las mayorías, surgieron las radios comunitarias, libres e informales, como medios alternativos a los monopolios excluyentes de la radio comercial y de la radio estatal.

Así nacen nuestras preguntas: ¿Cómo surge y se desarrolla la radio comunitaria? ¿Cuáles y qué tipos de estrategias utiliza la radio comunitaria? ¿Cómo se desarrollan las estrategias interactivas que vinculan a las radios con los oyentes? Las respuestas las tratamos de encontrar ubicándonos desde dentro, como parte real de uno de sus procesos en Ecuador. Para integrar la práctica con la teoría, nos apoyamos en dos conceptos claves. Según LEWIS y BOOTH (1992) la "*radio comunitaria*" trata a sus oyentes como sujetos participantes, permitiéndoles el poder de controlar su propia identidad y cultura; la comunidad participa en la toma de decisiones sobre la programación, la producción, en el funcionamiento y gestión del medio. Algo casi inconcebible en las radios comerciales y estatales. El segundo concepto, ligado al anterior y útil para nuestro propósito, es el de "*interactividad*", término acuñado para designar las formas de organización de la actividad conjunta en torno al contenido y tareas que están llevando a cabo los participantes del proceso comunicativo, a través de dos mecanismos: la cesión y el traspaso progresivos del control, y la responsabilidad y construcción progresiva de significados compartidos entre los actores principales, radio y comunidad de oyentes.

Las radios comunitarias se comunican e involucran en la comunidad promoviendo la participación ciudadana, no sólo en la radio, sino también en los procesos culturales y políticos que les afectan. Por ejemplo, las radios comunitarias en América Latina se han agrupado en redes para exigir con mayor poder a los estados una ley que les permita desarrollarse (ver Anexo: "Declaración de Caracas sobre la Democratización del Espectro Radioeléctrico", noviembre de 1996).

En este contexto, el objetivo central de esta investigación es descubrir las estrategias interactivas de la radio comunitaria educativa de América Latina y de Ecuador, en particular, y hallar las técnicas interactivas de la *Clase Radiofónica del Bachillerato a Distancia del Instituto Radiofónico Fe y Alegría (IRFEYAL)* para que sirva de aporte a los diversos actores de la región: políticos, académicos y radialistas; además, para potenciar la utilización de las estrategias y técnicas de la educación radiofónica en la promoción de un desarrollo endógeno en las comunidades y países de Latinoamérica. Y, así, dar mayor visibilidad a la radio comunitaria educativa, cuyos proyectos y experiencias han sido "*invisibles*", quizás debido a la centralidad de otros medios y al escaso interés de investigadores y autoridades por el tema de la radio en la región.

En los países de América Latina y el Caribe existe una genuina cultura radiofónica. La tradición oral es un factor esencial de la cultura latinoamericana. La radio comunitaria ha llegado a ser vista como el medio mejor adaptado a las necesidades del desarrollo social y cultural de estos pueblos, debido a su bajo costo y a la participación cívica de voluntarios que apoyan su autogestión.

El papel de la radio para el cambio cultural y político no es nuevo. Las primeras emisoras comunitarias nacieron simultáneamente en Colombia y Estados Unidos a fines de los años cuarenta. *Radio Sutatenza* de Colombia (1947) ha sido una estrategia social para el desarrollo, su método se basó en el uso combinado de medios: la radio comunitaria, las cartillas de alfabetización y la presencia de líderes locales para promover una comunicación interactiva genuina con la comunidad.

Este proyecto radiofónico se multiplicó en diversos países de América Latina. Grupos étnicos, campesinos, universidades, sindicatos y las iglesias, potenciaron las estrategias iniciales y convirtieron a la radio en un motor de expresión democrática y pluralista. La programación y producción en lenguas nativas imprimen una perspectiva multicultural en la región. Pero hoy la radio comunitaria tiene un nuevo reto: la conexión entre lo global y lo local. Las culturas locales no tienden a desaparecer en la globalización, sino al contrario, la cultura local será conocida en otras latitudes del mundo. Algunos programas de las radios comunitarias ya viajan por la Red Internet y vía satélite a diversos rincones del planeta; pero, simultáneamente, esos mismos programas, a través de sus redes, son retroalimentados por las propias comunidades.

Esta tesis doctoral contiene 11 capítulos distribuidos de la siguiente manera. En el Capítulo I, con el título, *Consideraciones Metodológicas*, se plantea el problema y objeto de estudio; el sistema de hipótesis y el procedimiento metodológico utilizado en el desarrollo de la investigación.

El Capítulo II, *Paradigmas de la Comunicación y Desarrollo en América Latina*, aborda el origen y aplicación de los paradigmas de comunicación y desarrollo; y los

conceptos de “comunicación para el desarrollo” y “comunicación alternativa”, acuñados en América Latina.

El Capítulo III, *La Radio en América Latina*, trata el surgimiento del medio radio en la región y su consolidación como medio privado comercial. Con el apoyo de cuadros estadísticos buscamos demostrar la implantación de la radio en Latinoamérica, a pesar de la falta de estudios sistemáticos y actualizados sobre este tema. En este sentido, nuestro estudio podría ser un aporte importante en la región.

El Capítulo IV, *La Educación a Distancia en América Latina*, analiza los enfoques y conceptos de “educación a distancia”, “educación liberadora” de PAULO FREIRE, “desescolarización” de IVÁN ILLICH, y “educación radiofónica”. Estos elementos teóricos nos ayudarán a contextualizar y entender la utilización de las estrategias de las radios comunitarias de América Latina y de Ecuador, en particular.

En el Capítulo V, *La Radio Comunitaria en América Latina*, se aborda el origen de la radio comunitaria educativa en Latinoamérica a través de estudios de caso. Se profundiza en los problemas y estrategias de estos medios para entender sus implicaciones. En países, como Brasil, Argentina, Colombia y Perú, han surgido miles de radios comunitarias en el último decenio, que han puesto en “jaque” al ordenamiento jurídico tradicional y al monopolio de la radio comercial. Con los estudios de caso y el método comparativo abordamos el surgimiento, marco legal, financiación, acceso y participación de las audiencias en el desarrollo de la radio comunitaria de la región. Además, se estudia el sistema radiofónico de la *Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER)*, el caso de la presencia de la mujer en la radio comunitaria, y se resumen las tendencias de la radio comunitaria en la Latinoamérica.

El Capítulo VI, *La Radio en el Ecuador*, estudia el origen e implantación del medio radio en este país andino. Se analiza el marco legal que permite o impide el desarrollo de los diversos tipos de radio en el país; se elaboran y presentan cuadros comparativos de las emisoras de radio pertenecientes a grupos económicos poderosos, a instituciones de las iglesias y del Estado. Se describe el comportamiento del modelo de la radiodifusión ecuatoriana y su paisaje actual, dominado por el sistema de la radio comercial. Se ilustra

este capítulo con el análisis de tres tipos de radioemisoras, de radio pública, radio comercial y radio comunitaria, para encontrar las semejanzas y diferencias entre los tres tipos de medios, y finalmente, se pasa revista al entorno tecnológico de la radiodifusión ecuatoriana.

En el Capítulo VII, *La Radio Comunitaria en el Ecuador*, se aborda con detalle el uso de diversas estrategias y técnicas que emplean las radios comunitarias educativas del Ecuador en su afán de servir a la comunidad. Se destacan los aspectos favorables y las limitaciones del empleo de una serie de programas y metodologías innovadoras de educación radiofónica. Esto se analiza a través de siete estudios de caso de experiencias exitosas de radio comunitaria educativa.

El Capítulo VIII, *Estrategias Interactivas en las Radio escuelas*, aborda, a través de tres estudios de caso, la implantación de las radio escuelas. Las radios y sus programas de educación radiofónica seleccionados por su importancia son: *Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador (ERPE)*, *Radio Federación Shuar, y el Instituto Radiofónico Fe y Alegría (IRFEYAL)*, tres experiencias de radio escuelas comunitarias del Ecuador que han utilizado y utilizan metodologías formales y no formales de educación radiofónica con poblaciones indígenas, campesinas y urbano-marginales. Este capítulo concluye con la sistematización de una serie de estrategias y técnicas interactivas, que han sido utilizadas por las radios comunitarias educativas en su trabajo diario con las comunidades.

En el Capítulo IX, *Comunicación y Lenguaje Radiofónicos*, se plantea los conceptos y enfoques de la comunicación radiofónica, el lenguaje radiofónico y el guión radiofónico, cuyos elementos conceptuales nos ayudarán a fundamentar el estudio, para más adelante dilucidar las hipótesis de trabajo en torno a las estrategias de las radios comunitarias de América Latina y del Ecuador; y para encontrar las técnicas interactivas utilizadas en la clase radiofónica del *Sistema IRFEYAL*, tema que lo abordaremos en el siguiente capítulo.

El Capítulo X, *Análisis e Interpretación de Resultados*, en primer lugar, profundiza en el estudio cualitativo de las estrategias y técnicas interactivas de la Clase Radiofónica del Programa de Bachillerato a Distancia del *Sistema IRFEYAL*. En segundo lugar, se realiza un análisis cuantitativo basado en la entrevista grupal aplicada a una muestra de profesores y estudiantes de Programa de *IRFEYAL*. Y finalmente se hace un análisis comparativo entre

el grupo experimental y de control de la muestra de estudiantes sobre la clase radiofónica seleccionada. Esto nos ha permitido comprobar las hipótesis planteadas para el desarrollo de esta tesis y arribar a una serie de resultados que se han obtenido del estudio.

Y en el Capítulo XI presentamos las *Conclusiones y Recomendaciones*, generales y específicas, sobre el estudio realizado a lo largo de toda la tesis. En primer término, se sistematizan las estrategias más importantes que pueden ser útiles a los científicos sociales y radialistas de Latinoamérica. También presentamos las limitaciones y problemas que abordan las radios comunitarias en el Ecuador y América Latina, y las estrategias que utilizan para cambiar esta situación. Además, se sistematiza una serie de sugerencias concretas para el mejoramiento del programa de educación radiofónica, en general, y de la Clase Radiofónica, del *Sistema IRFEYAL*, en particular.

También cabe recalcar que hemos añadido los siguientes materiales complementarios de la investigación: la *bibliografía* en soporte papel e Internet; un *glosario* que permite conocer las definiciones precisas de los conceptos utilizados en la tesis; un listado de las principales *abreviaturas* empleadas a lo largo del texto y los respectivos *anexos* de texto; además, un *CD* que contiene la *clase radiofónica* analizada en el trabajo y el *esquema escrito* completado por el estudiante mientras escuchaba la clase de Matemáticas, Lección 81, “Ecuaciones de primer grado con dos incógnitas”.

En cuanto a los procedimientos metodológicos, seguidos en el curso de la investigación, hemos utilizado el método de la “secuencia real” (MIGUEL, J.C., 1993), pues nos permite estudiar los modelos y estructuras en sus aspectos generales y específicos. Pero también, hemos recurrido a los métodos particulares: “estudios de caso” y “comparativo”, para establecer similitudes y diferencias entre los modelos. Como estos métodos son sincrónicos hemos incorporado elementos diacrónicos, para recoger aspectos históricos según los casos analizados.

Consideramos que las fortalezas del presente trabajo, están en el uso de una variedad de métodos para abordar nuestro objeto de estudio; la utilización de fuentes empíricas y bibliográficas de primera mano; el uso de un enfoque interdisciplinario: comunicación, desarrollo y educación a distancia y radiofónica que convergen en el curso de la

investigación; además, la experiencia personal en la educación radiofónica. Por su parte, las limitantes con las que nos hemos encontrado son las siguientes: la falta de estudios y datos estadísticos actualizados; habernos centrado en la programación educativa de las radio escuelas analizadas, esto debido a la falta de estudios en profundidad sobre otros tipos de programación de las radios educativas. Hoy, estas radios son algo más que clases por radio y noticias locales, pues han incursionado en la educación no formal, música variada y radio-teatro, para enfrentar la lucha cultural y política en sus comunidades y países.

Hemos acudido a las fuentes bibliográficas de las universidades, CIESPAL, UNESCO, ALER y la personal. También hemos combinado con el aporte personal de la experiencia compartida durante diez años en la *Radio Educativa ERPE*, y en la *Red CORAPE*. Es valiosa la oportunidad brindada por la Pontificia Universidad Católica del Ecuador (PUCE), y la Universidad Andina “Simón Bolívar”, para discutir en cátedra la comunicación para el desarrollo, las teorías de la comunicación masiva y el rol de la radio en este contexto.

Como un modesto homenaje a las bodas de oro que ha cumplido el “*medio invisible*”: la radio, esta tesis pretende conocer el *desarrollo de la radio comunitaria* en América Latina, su crecimiento y ubicación frente a los otros modelos de radio imperantes en la región: la radio comercial y la radio pública oficial. También nuestro interés se ha centrado en escudriñar y encontrar las *múltiples características básicas* de las radios comunitarias, pero también hallar algunas sutiles diferencias de éstas, mediante la comparación entre ellas mismas.

Otro tema central que nos propusimos conocer con nuestra investigación, ha sido situar y describir en qué consisten cada una de las *diversas estrategias interactivas* de la comunicación radiofónica que utiliza la radio comunitaria en América Latina. Aunque nos hallamos con una gran deficiencia de fuentes documentales serias y estudios profundos sobre este modelo de radio; sin embargo, las fuentes encontradas han sido valiosos puntos de vista que nos permitieron profundizar y avanzar en el desarrollo de los conceptos y métodos de esta tipología especial de radio.

Finalmente, nos propusimos saber cómo es que funcionan eficaz y efectivamente las *técnicas radiofónicas de la comunicación interactiva*; qué sistemas de educación radiofónica existen en América Latina, qué métodos se utilizan y qué tipos de recursos interactúan eficazmente entre el profesor locutor y el estudiante radiofónico en el proceso del aprendizaje. Con este propósito trabajamos mediante la *observación participante* con muestras concretas de estudiantes y profesores de las Escuelas radiofónicas del Ecuador, y particularmente, en la radio educativa de IRFEYAL, ubicada en Quito, Ecuador, durante el período académico 1998-1999.

Hemos hecho todo nuestro esfuerzo posible para ubicar y trabajar con la bibliografía más actualizada posible, pero debido a las distancias que separan España y Ecuador no siempre este anhelo fue objetivamente posible. Aunque también, selectivamente hemos recurrido a los invalables clásicos de la materia. De todas maneras, hemos depositado en esta tesis doctoral toda nuestra capacidad, profesionalismo, dedicación y la guía esmerada del Director de la Tesis, el profesor doctor José Luis Terrón Blanco.

# **CAPÍTULO I.**

## **CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS**

## I. CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

La radiodifusión comunitaria con fines educativos en América Latina se remonta a los años cuarenta, con *Radio Sutatenza* de Colombia. Por su parte, la interrelación de la radio con la educación se consolidó en los años setenta, a través de múltiples proyectos coordinados por la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica, ALER, con sede en Quito, Ecuador. Este hecho significó la gestación de un movimiento importante de radios comunitarias educativas en casi toda América Latina. En los decenios de 1960 y, sobre todo, entre 1970 y 1990 propagaron en Latinoamérica las emisoras llamadas comunitarias, populares o educativas, impulsadas por instituciones religiosas, grupos sociales y, algunas, por los estados. Este movimiento radiofónico se convirtió en una expresión concreta de un importante sector popular de las sociedades latinoamericanas.

Las radios comunitarias educativas pueden ser pequeñas y tener un carácter improvisado y consistir en *redes de parlantes*, o ser muy grandes y tener incluso una cobertura urbana o regional. “*En todos los casos, las características sobresalientes son su actitud hacia el fomento de la educación y el desarrollo y su aptitud para esto*” (RONCAGLIOLO, 1998: 151-152).

En Ecuador, igual que en otros países de América Latina, una de las principales limitaciones que frenan el desarrollo nacional es la falta de cobertura en educación y capacitación de los sectores empobrecidos. En efecto los ciudadanos pertenecientes a estos grupos son los más afectados por la falta de una educación que responda a las expectativas de cambio y por una mejor calidad de vida. La crisis socio-económica y el creciente aumento de los costos de la educación, son problemas que limitan el acceso al sistema educativo formal, sobre todo en las áreas urbano marginales y en el sector rural.

En Ecuador, el modelo de desarrollo neoliberal limita a los niños y niñas el acceso al sistema educativo, incrementando las tasas de nuevos analfabetos. Sin embargo, aquellas personas que hacen grandes sacrificios para ingresar al sistema educativo formal, al poco tiempo deben abandonar la escuela primaria o la secundaria, presionados por la necesidad de ir a encontrar trabajo y ayudar a la supervivencia familiar.

Al respecto, el sacerdote jesuita Pedro NIÑO (1997: 25), director del *Instituto Radiofónico Fe y Alegría, IRFEYAL* del Ecuador, manifiesta: "*En los años 90 se mantienen los parámetros de imposibilidad de la mayoría de personas, de estar presentes en las aulas de clase. Se calcula que 7 de cada 10 personas que quieren seguir estudiando no pueden hacerlo de manera presencial (...) En nuestras sociedades son cada vez más los niños que trabajan y abandonan la escuela presencial, y si no tienen otra posibilidad de acceso, se quedan sin estudiar*" .

Frente a este problema, diversos movimientos cívicos y religiosos han dado respuestas proactivas para paliar la situación. Una de estas soluciones proviene de la Iglesia Católica, específicamente de la comunidad Jesuita del Ecuador. Los jesuitas, como opción evangélica han dedicado sus esfuerzos al campo de la educación radiofónica en España y en América Latina. En Ecuador han implantado esta experiencia por medio del *Instituto Radiofónico Fe y Alegría, IRFEYAL*, a partir de los años setentas.

El Padre NIÑO (1997: 25), director de IRFEYAL, a propósito, dice: "*en estos tiempos hay tal diversidad de opciones, de oficios, de cosas que aprender, que ahora en la radio se puede enseñar temas que eran impensables antes*" .

Los aspirantes para poder acceder a los cursos de IRFEYAL deben tener, al menos, 14 años de edad, y dependiendo de la especialidad que deseen estudiar, deben realizar una prueba de diagnóstico, por medio de la cual son ubicados en algún curso del nivel primario o secundario para completar los estudios.

IRFEYAL de Ecuador, desde 1974, beneficia mediante programas educativos radiofónicos a los sectores populares del país. La radio escuela de IRFEYAL se basa en la adaptación y aplicación de la experiencia del método del sistema ECCA (Emisora Cultural Canaria, de Las Palmas de Gran Canaria, España) Esta metodología educativa organiza el proceso de formación mediante la clase radiofónica, el esquema escrito y el apoyo semanal del profesor-orientador en el centro de intercambio.

Alrededor de 15 países en América Latina han implantado el sistema ECCA de enseñanza por radio. La institución radiofónica española ha cedido, mediante convenio, el uso de la tecnología educativa, permitiendo la adaptación de sus programas a las exigencias del contexto social y cultural de la región ([www.idecnet.com/](http://www.idecnet.com/)).

### **1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

El desarrollo de los siguientes apartados nos permite plantear el problema de estudio de nuestra tesis y justificar debidamente por qué hemos seleccionado el presente tema: *La Radio Comunitaria Educativa en América Latina: estudio de las estrategias de la comunicación interactiva en la clase radiofónica del Instituto Radiosónico Fe y Alegría – IRFEYAL- de Ecuador.*

Como sabemos, los programas de la radio interactiva comenzaron a ser aplicados en el mundo, a partir de los años setenta. Un programa de educación radiofónica fue experimentado en la enseñanza de las Matemáticas para niños de educación primaria, en Nicaragua. Sin embargo, esta metodología, que estimula la comunicación de retorno en un medio técnicamente unidireccional, no había sido comprobado si la participación y el aprendizaje, era posible también con grupos de estudiantes adultos. De ahí que nació nuestro interés por estudiar científicamente este fenómeno en radios educativas con audiencia de estudiantes adultos. Para cumplir con nuestro objetivo, habíamos considerado que la radio comunitaria educativa de América Latina, y particularmente de Ecuador, era el ámbito apropiado en donde podríamos descubrir experiencias de educación radiofónica con grupos de estudiantes adultos, y así proceder con nuestra investigación.

De esta manera, profundizar en el conocimiento de las estrategias interactivas de la programación de las radios comunitarias educativas nos permitía, por un lado, dilucidar los fundamentos de las estrategias y técnicas de la comunicación interactiva, pero a su vez, nos posibilitaba -luego del estudio- presentar a los agentes públicos y privados de la radiodifusión educativa una serie de ejemplos, sugerencias y herramientas acerca de las múltiples estrategias y técnicas comunicacionales interactivas promovidas por las Radio escuelas de América Latina, y de Ecuador, en particular.

### **1.1.1. ORIGEN HISTÓRICO DEL PROBLEMA**

La **radio interactiva** es un método educativo desarrollado desde los años setenta. Este método fue utilizado inicialmente en un proyecto radiofónico para la enseñanza de las Matemáticas con niños en Nicaragua. El proyecto combinaba el uso convencional de la radio como un medio de difusión, con la aplicación de los principios educativos, basados en la participación de la audiencia. El término "**interactivo**" es utilizado, simplemente, para denotar la actividad que involucra a los alumnos cuando escuchan los programas de radio (UNESCO-CII, 1994a: 1).

Un diálogo es simulado y estimulado entre alumnos y docente sin que el profesor pueda escuchar lo que está ocurriendo en el aula. El **contenido** de los programas es planeado de tal forma que regularmente atrae la atención y estimula el pensamiento de los alumnos, quienes responden a las instrucciones dadas por la radio: *cantan, leen, saltan, escriben...* (UNESCO-CII, 1994a: 1).

Hoy productos y servicios multimedia aparecen en el mercado, combinando la presentación de imágenes pasivas con diálogos: hay, así, un incremento del interés pedagógico en técnicas interactivas, que los analistas ven como un instrumento para la promoción de nuevos aprendizajes basados en el diálogo y la flexibilidad (UNESCO-CII, 1994b).

En la década de los 70 se inician los programas que, con el patrocinio de la Agencia para el Desarrollo Internacional de los Estados Unidos (USAID), aplican la metodología de la radio interactiva. Más de 10 países han desarrollado o están desarrollando programas de radio interactiva en el mundo. En Ecuador durante 1988 se experimentó la radio interactiva en un proyecto para mejorar la calidad de la enseñanza en las escuelas rurales (SEDLAK y DÍAZ, 1992: 226-227).

Según los mismos autores, "*esta metodología es la que más estimula la comunicación de retorno, en un medio técnicamente unidireccional. Su aplicación ha sido a nivel de niños, faltaría experimentar con grupos de adultos y comprobar si es posible el aprendizaje*" (SEDLAK y DÍAZ, 1992: 228).

Para Aurora GARCÍA (2001: 52-53), el concepto *interacción* hace referencia a la intervención directa del receptor en la selección de la información, lo cual permite trabajar con tipos individuales de información y comunicar directamente con el proveedor de información. En general, el comportamiento de los oyentes ha sido pasivo, salvo por invitación de la emisora a participar. Así se consigue, que los oyentes pasen de receptores pasivos a usuarios participativos, para lo cual la radio creó múltiples formas de intervención de la audiencia.

Por estos motivos nos interesa aplicar el modelo de la *Radio interactiva* al estudio de caso del *Instituto Radiofónico Fe y Alegría, IRFEYAL*, de Quito, Ecuador. Esta radio escuela fundada en 1974 está "*dirigida en primer lugar a los adultos*" (NIÑO, 1992: 186). En esta experiencia con adultos y sobre la base de análisis de experiencias similares de otros países, se parte de una oración, que en su mayoría es una pregunta que obedece a un contenido concientizador, lo cual facilita el diálogo y la participación del adulto en la clase radiofónica, y luego se complementa su aprendizaje en el centro de intercambio semanal (NIÑO, 1992: 187).

### **1.1.2. MANIFESTACIONES DEL PROBLEMA**

En América Latina existe una genuina cultura radiofónica. La radio ha llegado a ser vista como el medio mejor adaptado a las necesidades educativas, y a las disponibilidades de recursos materiales, humanos y financieros. Esto se refleja en la creciente demanda por la educación a distancia ("*tele-enseñanza*") y la comunicación alternativa a bajo costo (UNESCO-CII, 1994a: 1).

En este contexto, la radio educativa representa un camino mejorado de la tecnología tradicional que no necesita largos períodos de adaptación en los países en desarrollo.

Muchos sistemas educativos que emplean la tecnología audiovisual "tradicional" están operando, y un gran número de proyectos piloto ha sido realizado, tanto en los países desarrollados como en los países en desarrollo, a través de la difusión de programas educativos por radio y televisión comunitaria.

A pesar que la tecnología audiovisual ha sido ampliamente aplicada a la educación, no obstante, ha encontrado una serie de problemas. Aunque, la mayoría de esas experiencias han sido aplicaciones no interactivas, un número considerable de resultados exitosos se ha logrado mediante la Radio "*interactiva*". A través de la tecnología del medio radio, se utiliza materiales instruccionales, diseñados de tal manera que dan un sentido de "*interactividad*" al proceso de la comunicación educativa (UNESCO-CII, 1994a: 1).

Como en las instituciones de educación radiofónica no se habían realizado estudios que evalúen los aspectos metodológicos, componentes y actores en consideración a los *procesos de comunicación interactiva*, esto surgió nuestro interés en medir la eficacia de las estrategias y técnicas interactivas en las radios comunitarias educativas de América Latina, y aplicar el análisis a un *corpus* específico: la clase radiofónica del sistema IRFEYAL.

### **1.1.3. INTERÉS POR EL ESTUDIO**

El tema de la radio educativa interactiva, y específicamente el subtema de la clase radiofónica interactiva, plantean análisis desde distintos punto de vista: la comunicación social, la pedagogía de la comunicación, la economía, las ciencias de la educación, las políticas de comunicación y la antropología cultural, que, entre otras materias, ayudarán a comprender mejor esta problemática.

Por su parte, las tecnologías audiovisuales han sido aplicadas a la educación a distancia de acuerdo con su capacidad para apoyar funciones o aspectos de procesos de enseñanza establecidos; pero, también, para ayudar a vencer obstáculos específicos de índole pedagógica, cultural o económica. En este sentido, la tecnología puede ser de servicio, con una variedad de grados de factibilidad o efectividad, si la intención focal es para el contenido y no tanto para el transporte. De ahí que, la línea de fondo sea la facilidad técnica de instalación y mantenimiento de la tecnología radiofónica, la cual puede ser analizada en términos de los conceptos económicos de costo efectivo y costo beneficio.

FAUS BELAU (1995) cuestiona a los radiodifusores que tradicionalmente han dicho que hacer radio no cuesta porque la radio es de muy bajo costo de inversión. Para

este autor, tal aseveración es una falacia que causa un daño irreparable al medio: por comparación con los costos de producción de la televisión, se ha dicho que "*la radio es barata*". La falacia opera cuando ese argumento es utilizado para vender, en detrimento de la creatividad, de la calidad del producto y de la justa remuneración de creadores y técnicos. "*Es barata la radio barata. La radio que crea, investiga, analiza, innova procesos y productos, programa a medio plazo, actúa como promotor cultural, (...) no es barata, ni cara; es, sencillamente, Radio*" (FAUS BELAU, 1995: 92).

IRFEYAL es una institución no lucrativa que beneficia a los adultos marginados del sistema educativo regular. Los servicios que ofrece son cursos y programas educativos a distancia: primaria, estudios libres para ciclo básico, secundaria, bachilleratos radiofónicos, cursos especializados de aula abierta, escuela para padres, y formación humana y cristiana. Los cursos y los textos son preparados por el Instituto. Existen esquemas utilizados como suplemento de los textos; colecciones de lecturas compiladas; emisiones de clases radiofónicas de lunes a viernes; tutoría semanal *cara a cara*, trabajos prácticos en talleres, extensiones educativas en provincias; además, el uso de centros de estudio, escuelas y tutorías de fin de semana.

Como vemos, esta es una radio escuela que crea, investiga, innova procesos y produce. Una síntesis estadística apretada nos demuestra la magnitud de su labor educativa:

*"There are 36 full-time and 1,720 part-time members of staff involved in the production and delivery of distance education courses. Currently 14,250 students are enrolled on distance learning courses; the annual intake is approximately 4,500 students. 100,000 students have completed programmes. The annual budget allocation is US \$ 12,000,000"* (International Centre for Distance Learning, The Open University, 24 june 1997, en: [www.icdl.open.ac.uk/icdl/da...](http://www.icdl.open.ac.uk/icdl/da...)).

El Padre NIÑO, director del Instituto, en la entrevista personal que nos concedió, nos aclara la forma de cómo el Instituto logra financiar la prestación de sus servicios educativos. Estos se financian a través de tres fuentes: 1) los propios estudiantes pagan una matrícula anual que les da derecho a contar con los textos escritos, a seguir la clase radiofónica de lunes a viernes, y asistir a la clase presencial los sábados, en horarios de

09h00 a 13h00, o de 12h00 a 18h00; 2) el ministerio de Educación aporta anualmente alícuotas por un monto de ciento cincuenta millones de sures anuales (S/ 150.000.000), mediante los convenios suscritos entre las dos entidades; 3) la cooperación internacional aporta por proyectos la suma de un mil quinientos millones de sures (S/ 1.500.000.000) por año (entrevista con el P. NIÑO, director general de IRFEYAL-Ecuador, 26-07-1999).

Autores como FRANQUET y MARTÍ (1985: 89) se habían preguntado sobre la incidencia que tendrían los cambios de la radio en relación con formas de vida, expectativas de la población adulta, "*la mejora de los niveles de instrucción y su incidencia sobre la demanda radiofónica*".

En esta línea de pensamiento, consideramos que la radio educativa interactiva es una de las respuestas a estas interrogantes, por lo que es importante avanzar en el desarrollo de este concepto y sugerir recomendaciones para mejorar el programa educativo.

## **1.2. OBJETO DE ESTUDIO**

La presente investigación plantea como objeto de estudio *la eficacia de las estrategias interactivas en la radio comunitaria educativa en América Latina y, específicamente, de la clase radiofónica de la asignatura de Matemáticas de cuarto curso del ciclo diversificado del Bachillerato a Distancia, en la especialidad de Promoción Social, del Instituto Radiofónico Fe y Alegría, IRFEYAL, de Quito, Ecuador, del año escolar 1998-1999*.

El objeto de estudio acota el universo de análisis de la radio comunitaria educativa a la ciudad de Quito, Ecuador, en el período 1998-1999, mediante la observación participante directa por parte del autor de esta tesis. Consideramos que es un *corpus* constituido por un estudio de caso que describe y evalúa la eficacia de la *interactividad* en la radio escuela de IRFEYAL, en el lapso anotado, cuyos hallazgos podrían ser extrapolables a experiencias similares de América Latina.

Basándonos en SALINAS, entendemos por "Interactividad" el concepto que combina la evocación de imágenes con la capacidad de diálogo locutor-alumno, que en

consecuencia, configura situaciones reales de comunicación, concebidas como aquellas actitudes que tienen capacidad de implicar al estudiante activamente en el programa de instrucción (SALINAS IBÁÑEZ, 1992/1993).

Asimismo, el punto de partida anterior se complementa con otro aporte al concepto de "Interactividad" aplicado al proceso educativo, el cual se utiliza para designar las formas de organización de la actividad conjunta en torno al contenido o tarea que están llevando a cabo los participantes, a través de dos mecanismos de influencia educativa: i) la cesión y el traspaso progresivos de control del aprendizaje, y ii) la responsabilidad y la construcción progresiva de sistemas de significados compartidos (COLL, COLOMINA, ONRUBIA, ROCHERA, 1992).

En efecto, la técnica radiofónica ha roto la tradicional unidireccionalidad y busca la puesta en marcha de nuevos servicios de comunicación interactivos. La radio es el medio de mayor capacidad *interactiva* porque permite vincular al oyente con el emisor, nos reitera Aurora GARCÍA (2001: 52).

Bajo estos fundamentos teóricos, fue necesario acotar previamente, de todo el conjunto de programas educativos de IRFEYAL, del período escolar 1998-1999, aquel que cumplía con las condiciones necesarias para realizar el estudio y seleccionar una muestra de estudiantes, de profesores y una clase radiofónica para efectuar la aplicación de las pruebas experimentales para comprobar nuestras hipótesis.

### **1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **1.3.1. GENERALES**

1.3.1.1. Describir la realidad y el contexto radiofónico en que se inscriben las experiencias de radio comunitaria educativa en América Latina.

1.3.1.2. Descubrir y describir la eficacia de las “estrategias interactivas” de la radio comunitaria educativa de América Latina y particularmente de Ecuador, mediante el estudio de casos.

1.3.1.3. Avanzar en el desarrollo del concepto de "radio interactiva" como metodología que promueve el *acceso, participación y aprendizaje* de la audiencia (estudiantil) en un programa educativo por radio.

### **1.3.2. ESPECÍFICOS**

1.3.2.1. Estudiar la eficacia de las “estrategias interactivas” de la metodología radiofónica utilizada en un programa educativo de IRFEYAL-Ecuador.

1.3.2.2. Obtener información objetiva sobre la eficacia de aplicación de las técnicas de “comunicación interactiva” en la clase radiofónica de IRFEYAL, con el propósito de mejorar el programa radiofónico educativo del Instituto.

### **1.3.3. OPERATIVOS**

1.3.3.1. Identificar en la clase radiofónica las “técnicas comunicacionales interactivas” que coadyuvan a la generación de mensajes eficaces que potencien la percepción, el aprendizaje y la participación del estudiante.

1.3.3.2. Descubrir la “capacidad comunicacional interactiva” de la clase radiofónica en términos de la expresividad del lenguaje radiofónico empleado para promover “respuestas orales, mentales y motoras” en el estudiante.

## **1.4. TESIS DESCRIPTIVA**

Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, situaciones o eventos de algún fenómeno sometido a análisis. Miden o evalúan diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar. Un estudio descriptivo selecciona una serie de cuestiones y mide cada una de ellas independientemente, para describir lo que se investiga (HERNÁNDEZ SAMPIERI; FERNÁNDEZ; BAPTISTA, 1998: 60). La descripción del estudio puede ser general o detallada, a nivel macro, meso o de micro nivel, y aún en los tres niveles.

Guillermo OROZCO (1995) manifiesta que la perspectiva cuantitativa presenta mediciones o cuantificaciones de las regularidades que encuentra; mientras que la perspectiva cualitativa nos brinda interpretaciones a través de descripciones. “*Lo que importa es describir lo más detalladamente posible (...) Estas descripciones buscan mostrar lo particular, lo distintivo del objeto estudiado*” (OROZCO, 1995: 78).

Como la presente investigación se basa en la descripción y análisis de los hechos observados y en la interpretación de los datos obtenidos como resultado del trabajo de campo y de la contrastación directa con la realidad, esta tesis se enmarca dentro de una *investigación descriptiva*, pues busca determinar las estrategias interactivas en tres niveles: en el nivel macro, donde se descubren y evalúan las estrategias interactivas de las radios comunitarias educativas de América Latina y del Ecuador en particular; en un nivel medio, donde se estudian las estrategias interactivas de los componentes metodológicos y actores del sistema IRFEYAL; y en el micro nivel donde se *focaliza* el análisis de la eficacia de las técnicas de la comunicación interactiva en la clase radiofónica.

En esta línea de investigación, la presente tesis se inscribe en la corriente "de la persuasión" de Mauro WOLF (1991). Dentro de esta corriente de investigación, el autor nos dice al respecto:

*"No se trata de una visión global sobre todo el universo de los media, sino que tiende a estudiar por un lado la eficacia óptima de persuasión y por otro a explicar el "fracaso" de los intentos de persuasión"* (WOLF, 1991: 36). La persuasión de los destinatarios es un objetivo posible, siempre que la forma de organización del mensaje sea adecuado a los factores personales que el destinatario activa en la interpretación del mensaje.

Sin embargo, este modelo de análisis no se adecúa de manera definitiva a nuestro objeto de estudio, por cuanto no estamos interesados en estudiar la persuasión individual de los mensajes radiofónicos ni del lenguaje, sino en las estrategias y técnicas interactivas de la comunicación radiofónica, las que permiten que el mensaje llegue con mayor eficacia a los grupos de radioyentes y estudiantes del programa radiofónico.

El mismo WOLF (1991: 37) hace una acotación al modelo "de la persuasión". Esta teoría de las diferencias individuales en los objetos obtenidos por los media, sosteniendo que en lugar de ser uniformes para toda la audiencia, dichos efectos son en cambio variables de individuo a individuo, a causa de las particularidades psicológicas de cada uno de los oyentes.

Debemos señalar que este modelo teórico estudia preferentemente los efectos de los *media* en una situación de "campaña" (informativa, publicitaria, etc.), que contiene los siguientes elementos:

- posee finalidades específicas,
- tiene una duración definida,
- es intensiva y tiene una amplia cobertura,
- su éxito puede ser valorado,
- es promovida por instituciones dotadas de cierto poder y autoridad,
- sus argumentos deben ser "vendidos" al público (nuevo), aunque se basen en esquemas de valores compartidos (WOLF, 1991: 38).

Como esquema de análisis descriptivo es aplicable al caso del Instituto Radiofónico Fe y Alegría de Ecuador, con la salvedad de que el Instituto es más bien un sistema radiofónico educativo y no tanto una "campaña" propiamente tal, de ahí que esta investigación busca trascender la noción de "campaña" como normalmente se define en el contexto de la investigación "*administrativa*" de los *media*.

El estudio también se fundamenta en la teoría democrático participativa de los medios de comunicación propuesta por McQUAIL (1985: 118-120) cuyo principio señala: "*Los medios de comunicación en pequeña escala, interactivos y participativos son mejores (en democracia) que los medios de comunicación a gran escala, unidireccionales y profesionalizados*".

## **1.5. PLANTEAMIENTO DE HIPÓTESIS**

Un programa educativo en la radio interactiva debe tratar de romper el carácter unisensorial que tiene la radio, provocando que el oyente "*vea*", "*toque*", "*huela*" y *hasta "saboree"* a través de los segmentos dramatizados. "*Pero más que nada un guión para la radio interactiva debe promover respuestas orales, mentales y motoras*" (SEDLAK y DÍAZ, 1992: 229).

La señal auditiva se convierte mediante un proceso de transformación en imagen, con lo cual el radioescucha participa activamente, y la teoría afirma que el mensaje adquiere mayor potencia emocional, es más insistente, más persistente y de mayor eficacia pedagógica (RIEDLER, 1993: 146).

Entonces, a partir de estos elementos teóricos nos preguntamos:  
¿Qué técnicas comunicacionales interactúan en este proceso?  
Esta es una pregunta central, por lo que habría que buscar una teoría: ¿Cuál es la teoría que nos puede explicar y hacer comprender este tipo de comunicación?

En el capítulo correspondiente a *comunicación y lenguaje radiofónicos* tratamos de dilucidar estas interrogantes ampliamente; no obstante, aseveramos lo que Mario KAPLÚN, entre otros autores, ha hecho aportes importantes en esta materia. Plantea las limitaciones y posibilidades del medio radio con relación a las estrategias y técnicas de la comunicación radiofónica educativa en su libro "*Producción de programas de radio*": el poder de sugestión para provocar estímulos a la imaginación, la comunicación afectiva que convoque a la participación emotiva, la empatía que hace sentir al oyente presente en el programa, la relación de identificación y la creatividad en el uso del lenguaje radiofónico, son condiciones esenciales de la comunicación radiofónica educativa (KAPLÚN, 1978: 48-73).

Para el estudio de caso de IRFEYAL-Ecuador, se utilizará el concepto tipo ideal "*radio comunitaria*", por cuanto este concepto subsume y se complementa con el de "*radio interactiva*" y por consiguiente, juntos tienen mayor poder explicativo.

Según LOWIS y BOOTH (1992: 34-35), la "**radio comunitaria**" trata a sus oyentes como sujetos participantes; intenta ofrecer a los oyentes el poder de controlar sus

propias definiciones sobre sí mismos y su cultura; que la comunidad participe en la política de la emisora, en la producción de programas y en el funcionamiento de la radio. La comunidad es definida geográficamente o en términos de agrupaciones de interés, idioma, cultura o etnia. La radio comunitaria no es lucrativa e intentan diversificar su financiación para evitar la dependencia. La presencia de personal voluntario es un medio para contactar con las comunidades implicadas, asegurando que ellas estén representadas en el funcionamiento de la radio. La radio comunitaria defiende los derechos humanos contra las intrusiones del Estado y del capital.

CEBRIÁN HERREROS, al referirse a las innovaciones que prometen dar mayor interactividad al medio radio, manifiesta que, “*la radio perdurará no por la mejora técnica sino por el aprovechamiento de la técnica para optimizar sus programaciones y sus contenidos. Es decir, por establecer una conexión con la audiencia mediante productos que la atraigan o que la repelan, alguien que tenga algo que decirle y emocionarle y ella que quiera buscar algo que le interese y emocione y que lo encuentre*” (CEBRIÁN HERREROS, 2001: 219).

A partir de estas consideraciones teóricas nos planteamos el siguiente sistema de hipótesis para verificación por medio de los procedimientos científicos establecidos para este estudio:

### **1.5.1. HIPÓTESIS CENTRAL**

Planteamos la siguiente hipótesis como eje transversal para todo el trabajo de la tesis.

- Si la radio comunitaria educativa de América Latina y Ecuador utiliza estrategias interactivas con eficacia en la programación educativa, entonces mejorará el acceso, la participación y el aprendizaje de la audiencia.

### **1.5.2. HIPÓTESIS GENERAL**

Con la siguiente hipótesis estudiaremos la eficacia de la metodología del programa radiofónico educativo de IRFEYAL.

- El programa radiofónico en el ciclo diversificado del Bachillerato en Promoción Social de IRFEYAL, del año escolar 1998-1999, no utiliza “estrategias interactivas” con eficacia en los tres componentes metodológicos: clase radiofónica, módulo escrito y profesor orientador, en consecuencia la participación y el aprendizaje de los alumnos de quinto y sexto curso son limitados.

### **1.5.3. HIPÓTESIS OPERACIONALES**

A través de estas hipótesis analizaremos la eficacia de la clase radiofónica:

1.5.3.1. La clase radiofónica de IRFEYAL no logra superar el carácter unidireccional que tiene la radio, por cuanto no promueve respuestas orales, mentales y motoras significativas en el estudiante del programa radiofónico educativo analizado.

1.5.3.2. La clase radiofónica de Matemáticas para cuarto curso del ciclo diversificado del Bachillerato en Promoción Social no utiliza las técnicas de la “comunicación interactiva” con eficacia, por cuanto no logra involucrar al alumno cuando escucha el tema de la clase.

1.5.3.3. La clase radiofónica de Matemáticas para cuarto curso del ciclo diversificado del Bachillerato en Promoción Social no utiliza apropiadamente los recursos del lenguaje radiofónico (palabra, música, efectos sonoros, silencios).

## **1.6. METODOLOGÍAS**

### **1.6.1. METODOLOGÍA CUALITATIVA Y CUANTITATIVA**

La importancia de los métodos cualitativos se da desde el momento en que los sociólogos de principios de este siglo dirigieron su atención a la *verstehen* -comprensión fenomenológica- para responder a la pregunta qué hay de nuevo (TUCHMAN, 1993: 100).

No obstante, la tradición cualitativa en la investigación sobre la comunicación de masas ha sido pausada a la hora de desarrollar sus contribuciones en este campo. Para los fines prácticos, la cultura de la ciencia y de la política en el siglo XX ha sido cuantitativa; sin embargo, a medida que las instituciones y las estructuras sociales se hacen más flexibles para los enfoques cualitativos, es esencial aportar al desarrollo de las metodologías cualitativas y aprovechar el valor explicativo de éstas (JENSEN, 1993: 10).

Cuando el análisis cuantitativo se centra en *productos* delimitados de la producción de significado de los medios, los enfoques cualitativos examinan la producción de significado como un *proceso*, que se contextualiza y se integra con prácticas sociales y culturales más amplias. Las dos perspectivas más frecuentes asociadas con las metodologías cualitativa y cuantitativa son las siguientes: (JENSEN, 1993: 12).

<b>CUALITATIVA</b>	<b>CUANTITATIVA</b>
significado	información
interno	externo
aparición	recurrencia
experiencia	experimento
exégesis	medida
proceso	producto

A propósito de los niveles de análisis en las dos corrientes; en primer lugar, no hay ningún objeto de análisis que sea, por naturaleza, cualitativo y cuantitativo, pero queda enmarcado así por el medio o aparato analítico empleado. Con este argumento inicial se podría decir que, mientras el medio de análisis cuantitativo es el número y sus correlaciones, el medio de análisis cualitativo es el lenguaje cuando éste expresa los conceptos de la experiencia cotidiana en un contexto específico (JENSEN, 1993: 15).

En segundo lugar, la distinción cualitativa-cuantitativa, en un sentido estricto, pierde su importancia en el plano de las estructuras teóricas, aunque las tradiciones cuantitativa y cualitativa tiendan a subrayar diferentes tipos de teoría. Es decir, de un modo

más genérico, diversas formas de análisis cualitativo adquieren un valor explicativo general, a pesar de sus muestras empíricas "no representativas", dado que, como parte de los procedimientos analíticos, existe una referencia continua entre los análisis teóricos y otros tipos de análisis (JENSEN, 1993: 16).

En síntesis, tomaremos aquí la distinción cualitativa-cuantitativa para aplicarla a las metodologías: las series estructuradas de procedimientos e instrumentos mediante los cuales se registran, documentan e interpretan los fenómenos empíricos de la comunicación de masas. *"Las distintas metodologías dan lugar a sistemas diferentes de comprensión de los medios de masas, y a aplicaciones específicas de los hallazgos en los contextos de producción, educación y políticas relativas a los medios"* (JENSEN, 1993: 17).

Para el caso de nuestra investigación nos pareció importante apoyarnos en la complementariedad de estas dos tradiciones analíticas para dotar de mayor poder explicativo a nuestro objeto de estudio.

### **1.6.2. MÉTODOS**

Los métodos principales de investigación que utilizamos en esta tesis son los estudios de caso, las entrevistas grupales, una prueba experimental, que consistió en la audición de una clase radiofónica, y la encuesta que se pasó después a dos grupos de estudiantes el grupo experimental y el grupo de control.

Según NEWCOMB (1993: 126), en la misma línea de argumento de ELLIOT (1972), manifiesta que la fuerza de las *entrevistas* como método es su capacidad de recorrer las múltiples perspectivas de un tema determinado. Se utilizan para incrementar la información y ampliar un punto de vista. Las entrevistas pueden usarse como dispositivos heurísticos, a medida que la nueva información conduce a nuevas perspectivas y cuestiones aplicables a asuntos que van a aparecer con posterioridad.

Metodológicamente, la entrevista presenta algunas ventajas: elevado porcentaje de respuestas, permite detectar confusiones por parte de los encuestados y reformular las preguntas para tener respuestas significativas; y puede inducirlos a responder gran cantidad

de preguntas. Por ser costosa se utiliza la entrevista con muestras reducidas, para que suministren información específica (BIDDLE, 1989: 97).

Hemos diseñado una entrevista estructurada mediante un cuestionario de preguntas para aplicar a los administradores, profesores y alumnos. En nuestro caso resultó útil hacer primero las entrevistas a grupos focales de profesores y estudiantes, porque a partir de esos resultados cualitativos (*del proceso*) nos dimos cuenta que era necesario realizar una prueba experimental para conocer con mayor profundidad lo que estaba ocurriendo con las clases radiofónicas (*productos*) del programa educativo de IRFEYAL. Los datos del examen experimental y la encuesta pasada después de la audición comprobaron los datos obtenidos previamente con las entrevistas grupales (Ver en Anexo la guía de entrevista y los cuestionarios respectivos).

Siguiendo a NEWCOMB (1993: 127), el investigador tiene que hacer frente a un tema importante del trabajo: la fiabilidad de los informantes. Las descripciones que aparecen deben examinarse con cuidado desde la precisión de detalle hasta la veracidad básica. *"Además, las interpretaciones deben recibir el apoyo de varios tipos de estructuras explicativas"*.

Esto es precisamente lo que hemos realizado en el desarrollo de la investigación, trabajar con una serie de elementos metodológicos y con grupos de informantes claves: profesores, estudiantes y directivos para obtener una mejor comprensión de la problemática estudiada (Ver en Anexo los instrumentos utilizados en la investigación).

### **1.6.3. ESTUDIOS DE CASO**

Según FELICIANO (1978: 54) el método de estudio de casos consiste en el análisis intensivo de todos los factores relacionados con un fenómeno social (individual o grupal) con el objeto de comprender todos sus aspectos y poder explicar sus interrelaciones dentro de su contexto social. Su centro de interés es una unidad individual, *"y que considera a dicha unidad en su totalidad más bien que a la luz de una determinada hipótesis"*.

El método de estudios de caso es apropiado para nuestro tema de estudio porque utiliza un enfoque "holístico", pues, considera un proceso en perspectiva global (FELICIANO, 1978: 55).

Este método emplearemos para describir las estrategias interactivas de las radios comunitarias educativas de América Latina y Ecuador en particular, complementado con la metodología de la "**secuencia real**" (MIGUEL, J.C.: 1993). Este es un método particular que se utiliza para evaluar las estrategias de las instituciones, los grupos o las empresas comunicacionales. Se trata de un método que proviene de las ciencias económicas y consiste en describir varios aspectos o características de una institución, grupo o individuo; sin embargo, es importante considerar el entorno en el que se desarrolla el hecho o el fenómeno social; su esquema de análisis enfatiza en dos tipos de características: los aspectos generales y los específicos, que los sintetizamos a continuación:

#### **ASPECTOS GENERALES:**

- Entorno tecnológico
- Entorno reglamentario
- Características de la oferta
- Características de la demanda

#### **ASPECTOS ESPECÍFICOS:**

- Influencia de la mundialización
- Concentración de recursos: nacional, internacional
- Diversificación o especialización
- Crecimiento interno y externo:
- Relaciones estratégicas: grupos, gobiernos, socios
- Beneficios, utilidades: micro y macro, tangible, intangible

Como este modelo es sincrónico, se incorporará elementos metodológicos diacrónicos, con el fin de recoger también una breve historia de cada institución radiofónica. Y para registrar esos elementos subdividiremos la cronología en algunos períodos o etapas, en atención a aspectos contextuales, programáticos y técnicos (FRANQUET y MARTÍ, 1985: 11). Utilizaremos introducciones para cada capítulo, que

delimitarán los cambios producidos en las diferentes etapas, con el propósito de recoger la información y sistematizarla. Además, incorporaremos resúmenes o síntesis al final de cada uno de ellos.

## **1.7. POBLACIÓN**

El *Instituto Radiofónico Fe y Alegría, IRFEYAL*, en el año escolar 1998-1999, impartía cinco bachilleratos por radio: en Promoción Social, Técnico-artesanal, Computación, Contabilidad y Educación comunitaria infantil.

En virtud de la extensión de la población estudiantil sólo se tomó en consideración para fines del presente estudio, los alumnos de cuarto, quinto y sexto cursos del Ciclo Diversificado del Bachillerato en Promoción Social, de dos centros de intercambio, de los tres más importantes por la población estudiantil y la cobertura geográfica con que cuenta IRFEYAL, en la ciudad de Quito, Ecuador.

Estos dos centros de intercambio están ubicados en las extensiones del Colegio "San Gabriel", ubicado en el norte de la ciudad, y del Colegio "Amazonas", en el sur. Este centro durante nuestro proceso de investigación (1999), por razones organizativas se trasladó a la Escuela "Augusta Urrutia", más al sur de la ciudad; sin embargo, para no crear confusiones con la recolección de información mantendremos a este grupo con el mismo nombre de *Colegio "Amazonas"*.

### **1.7.1. LA MUESTRA**

Un método adecuado para nuestro propósito es el "*Muestreo por conglomerado o áreas*" que consiste en sustituir las unidades físicas o básicas, en las cuales se requiere el estudio, por unidades de muestreo que comprendan un grupo constituido por individuos de aquellas. Lo que interesa es que cada uno de los grupos represente con fidelidad a la población o universo, y por lo tanto, esté conformado por unidades o grupos representativos (PINTO, 1995: 7).

La población estudiantil del Bachillerato en Promoción Social pertenece a un conglomerado humano joven, pues sus edades oscilan entre los 15 y los 30 años de edad, mayoritariamente del género femenino, de procedencia de la zona norte de la provincia de Pichincha y de otras provincias del país: Imbabura, Chimborazo, Cotopaxi y Loja. Se hallan vinculados preferentemente a la ocupación del servicio doméstico (las mujeres), y como trabajadores públicos y privados (los varones). Los estudiantes tienen las expectativas de estudiar, graduarse para calificarse de mejor manera, mejorar su movilidad social e ingresar a la universidad. Sin embargo, también este grupo sufre deserciones por motivos económicos, de salud y trabajo, pero en menor grado que los estudiantes del ciclo básico (Secretaría Académica de IRFEYAL).

Según la Secretaría Académica de IRFEYAL, el número de alumnos de los centros de intercambio del Ciclo Diversificado del Bachillerato a Distancia en Promoción Social cubría un total de 137 para el año lectivo 1998-1999 y se estimaba una matrícula similar para el siguiente año.

### **1.7.2. TAMAÑO DE LA MUESTRA**

Para calcular el tamaño de la muestra que nos informara con cuántos estudiantes del Ciclo Diversificado de Promoción Social debíamos trabajar, utilizamos una fórmula estadística de Ernesto PINTO (1995), la cual se aplica cuando se conoce el tamaño de la población, independientemente si es mayor o menor de 10.000 individuos o si es un tanto aproximada (PINTO, 1995: 12-13). La fórmula y su aplicación es la siguiente:

$$np = K^2 \cdot N \cdot P \cdot Q / K^2 \cdot P \cdot Q + N \cdot E^2$$

np = tamaño deseado de la muestra

K = desviación con relación a una distribución estándar. Generalmente es fijada en 1.96 (o simplemente 2.0) que corresponde a un nivel de confianza de 95%

N = Tamaño de la población o número de individuos.

P = proporción de la población objeto de estudio, que se estima tiene una característica determinada. Si no se dispone de la estimación requerida se utiliza 50 % (0.50).

$$Q = 1.0 - P$$

E = grado de precisión deseado o error máximo admitido, por lo general 0.05 (a veces 0.02).

Para el estudio de nuestro caso, la aplicación de la fórmula es la siguiente:

N = 137 que corresponde al número total de estudiantes pertenecientes a las extensiones del Ciclo Diversificado de la especialidad de Promoción Social, en la ciudad de Quito.

$$np = (2)2 (137) (0.50) (0.5)/(2)2 (0.5) (0.5) + (137) (0.05)$$

$$np = 137/6.9$$

$$np = 19.8$$

np = 20 estudiantes del Ciclo Diversificado de Promoción Social. Es el tamaño de la muestra, para un nivel de *fiabilidad del 95%*.

En concreto se trabajará con los siguientes grupos:

- 20 estudiantes de cuarto curso para la audición y encuesta individual.
- 16 estudiantes de quinto y sexto cursos para la entrevista grupal.
- 10 profesores de cuarto y quinto cursos para la entrevista grupal.

Aquí es pertinente la siguiente aclaración, puesto que el número de 20 estudiantes (de cuarto curso) es el tamaño ideal de la muestra, se lo utilizó como el grupo experimental; por lo que se tomó otro grupo de 16 estudiantes (de quinto y sexto cursos) organizados como el grupo de control. De esta manera se tendría mayor fiabilidad en el estudio.

La muestra de profesores no se determinó por cálculo estadístico, por cuanto la unidad de análisis focal fue el grupo de estudiantes como actores principales del proceso de aprendizaje por radio; sin embargo, debemos señalar que el número de 10 profesores entrevistados es un grupo representativo, si consideramos que el número total de profesores relacionados con ese proceso educativo corresponde a 35. Los aportes de la entrevista grupal dieron un valioso aporte para entender el contexto y las prácticas comunicacionales y pedagógicas de esta radio educativa para adultos.

Asimismo, para calcular la muestra de las clases radiofónicas sometidas a análisis se ha utilizado un procedimiento estadístico de muestreo estratificado aleatorio simple sin reposición al 1% (RIVERA, 1988: 1). La clase radiofónica seleccionada fue la correspondiente a la Lección No. 81 de Matemáticas para Cuarto Curso del Bachillerato a Distancia de Promoción Social de IRFEYAL, perteneciente al año escolar 1998-1999 (en Anexo está el *CD* que contiene la clase radial, cuya duración es de 13 minutos).

## **1.8. PROCEDIMIENTOS**

Para alcanzar nuestro objetivo de investigación consideramos oportuno planificar, elaborar y aplicar una serie de técnicas de investigación cualitativas y cuantitativas, que a continuación enumeramos:

- Se comenzó con la búsqueda de bibliografía sobre el tema. Se profundizó en el material relacionado con el medio radio en general y sobre la radio comunitaria educativa en particular.
- Para organizar el material bibliográfico se utilizó las etapas de la “*secuencia real*” y las informaciones que se obtuvieron de los textos los distribuimos en los capítulos correspondientes a un índice preliminar.
- Lectura y registro de la bibliografía relacionada con la comunicación y el lenguaje radiofónicos con el fin de estructurar un capítulo teórico para contextualizar el objeto de estudio y analizar empíricamente la eficacia de las técnicas interactivas de la metodología y de la clase radiofónica.

- Diseño y aplicación de la entrevista en profundidad a grupos focales de estudiantes y de profesores de quinto y sexto curso para obtener un diagnóstico sobre el proceso de funcionamiento del programa radiofónico de IRFEYAL.
- Audición de una clase radiofónica de Matemáticas a estudiantes de cuarto curso y aplicación de una encuesta pasada después de la audición (se aplicó esta prueba a estudiantes de cuarto curso, por cuanto los estudiantes de quinto y sexto, en ese periodo escolar, no estaban escuchando la radio).
- Cuestionario aplicado al director general de IRFEYAL, y al coordinador académico de los centros de intercambio de la ciudad de Quito, con el propósito de recabar información complementaria sobre la gestión y administración de los programas educativos del Instituto.
- Esquema de análisis para la clase radiofónica y para el esquema escrito, cuyos indicadores fueron convertidos en preguntas para ser introducidas, tanto en las entrevistas a los grupos focales, como en la encuesta aplicada después de la audición de la clase radiofónica.
- Análisis de los datos obtenidos y extracción de las primeras conclusiones. Los datos empíricos serán interpretados a la luz de los conceptos y teorías de la comunicación interactiva. Relacionaremos las variables independientes con las dependientes para hacer inferencias sobre éstas.
- Comparación de las conclusiones con las hipótesis y con los objetivos de la investigación.
- Especificación de nuevos temas a investigar o variables a ser investigadas con mayor profundidad en estudios posteriores sobre el tema.

## **1.9. TÉCNICAS METODOLÓGICAS**

A continuación se describen cada uno de estos instrumentos:

**1.9.1. DIAGNÓSTICO.**- Es una técnica cualitativa que se empleó con el propósito de contar con datos preliminares que dieran mayores elementos de juicio para el estudio. Esta técnica nos permitió acotar la cobertura de la investigación y a continuación enfocarla con mayor concreción sobre la clase radiofónica.

**1.9.2. ENTREVISTA GRUPAL.**- El diagnóstico lo realizamos mediante la entrevista en profundidad a dos grupos de 8 y 6 estudiantes, y grupos de 5 y 6 profesores de los dos centros de intercambio del programa. Con la información proporcionada por los cuatro grupos entrevistados, fue posible disponer de datos evaluativos de la eficacia de las estrategias interactivas del proceso de funcionamiento de la metodología radiofónica. Las entrevistas grupales fueron aplicadas durante dos fines de semana: el sábado 22 de mayo de 1999 y el domingo 13 de junio de 1999, en los propios centros de intercambio y en los horarios regulares de la actividad académica, previa la autorización de las respectivas autoridades.

**1.9.3. AUDICIÓN Y ENCUESTA.**- Para estudiar la eficacia de las técnicas interactivas de la clase radiofónica en el proceso educativo se aplicó la prueba de la audición de una clase de Matemáticas y después se aplicó la encuesta a los estudiantes de la muestra. Bastaba tomar una sola prueba, pero debido a eventuales problemas que podría presentarse en el proceso y para que los resultados sean *más confiables*, se tomaron dos pruebas experimentales en los dos centros de intercambio seleccionados.

Se seleccionó la clase radiofónica perteneciente a la Lección No. 81 de Matemáticas, de la semana 21, de Primero Diversificado (cuarto curso) de la especialidad de Promoción Social para realizar la prueba experimental, por las siguientes razones: 1) por ser una asignatura de formación científica con mayor carga horaria dentro del pensum de cuarto curso; 2) por ser una asignatura objetiva y que permite mayor precisión y confiabilidad en la prueba; 3) para verificar y comprobar con estudiantes adultos de IRFEYAL un modelo parecido de radio interactiva desarrollado con niños en Nicaragua, en un programa de enseñanza de Matemáticas, en los años setenta. Esta prueba se aplicó a un grupo de estudiantes de Cuarto Curso, en el centro de intercambio del Colegio “San

Gabriel”, el sábado 10 de julio de 1999, por la mañana; y la respectiva prueba de control se realizó por la tarde con los estudiantes del centro de intercambio del Colegio “Amazonas”, en el norte y sur de la ciudad de Quito, Ecuador, respectivamente.

**1.9.4. ANÁLISIS DE LA CLASE RADIOFÓNICA Y MÓDULO ESCRITO.-** El estudio de la clase radiofónica y del módulo escrito estuvo encaminado a obtener información en función de los siguientes objetivos operacionales: analizar si el módulo guardaba alguna concordancia y relación con la clase radiofónica; establecer si la clase radiofónica promueve respuestas interactivas orales, mentales y motoras en los estudiantes; y recabar datos sustantivos que sugieran cambios técnicos, metodológicos, lenguaje y formatos radiofónicos en la producción y emisión, en vista de que son elementos complementarios de la metodología educativa del sistema IRFEYAL.

**1.9.5. CUESTIONARIO.-** El objetivo de este instrumento logró recabar información complementaria sobre los aspectos generales y específicos del sistema IRFEYAL. Concretamente se recabó información sobre la programación educativa y radiofónica, el rol y la percepción que tenían los estudiantes de IRFEYAL como una entidad que contribuye a la educación del país, así como los logros y limitaciones vistos desde dentro de la administración del sistema. Los datos obtenidos nos permitieron completar la información contextual referente a nuestro objeto de análisis. Este cuestionario fue entregado el viernes 9 de julio y devuelto cumplimentado el miércoles 14 de julio de 1999, cuyo instrumento utilizado está en anexo en esta tesis.

**1.9.6. ANÁLISIS DE CONTENIDO.-** Este método nos permite hacer una descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de las informaciones y datos recogidos con los instrumentos mencionados. La función de este método es cuantificar ciertos elementos que aparecen en el texto y reconocer la preponderancia de unos y otros según la frecuencia de aparición (PRIETO, 1985: 57). Estos datos llevan a una serie de interpretaciones y conclusiones con relación a las variables estudiadas. El proceso de codificación de la información cualitativa consiste en organizar los datos en relación con los objetivos específicos del estudio; en primer lugar codificamos la información, después realizamos la interpretación de los datos, y a continuación formulamos conclusiones y recomendaciones. *“La técnica de análisis de contenido es la principal herramienta para*

*analizar datos cualitativos*" (AUBEL, 1995: 58-59) sobre la base a los objetivos específicos del estudio.

En resumen, la aplicación de los instrumentos descritos ha sido un soporte importante para poder desarrollar un trabajo de investigación científica, pues ha permitido obtener con precisión datos cualitativos y cuantitativos sobre la eficacia de la interactividad en la radio comunitaria educativa y de la clase radiofónica en particular.

## **1.10. RESULTADOS ESPERADOS**

Este apartado nos remite al objetivo de la investigación y a la hipótesis general planteada. En este sentido, se quiere hallar la eficacia de las estrategias interactivas de la radio comunitaria educativa de América Latina, en los estudios de casos descritos en la primera parte de la tesis; y en particular, analizar la eficacia de las técnicas de comunicación interactiva que promueven respuestas orales, mentales y motoras en los estudiantes y profesores de la clase radiofónica de IRFEYAL. Sin embargo, la riqueza del trabajo de discusión grupal y estadístico nos proporcionó información relevante para otros aspectos contextuales de la radio educativa y del programa estudiado, que no es materia de esta tesis pero que se la recogió para dejar planteada en las conclusiones finales y sugerir como posibles temas para investigaciones posteriores.

## **CAPÍTULO II.**

### **PARADIGMAS DE COMUNICACIÓN Y DESARRROLLO EN AMÉRICA LATINA**

## **II. PARADIGMAS DE COMUNICACIÓN Y DESARROLLO EN AMÉRICA LATINA**

El contenido del presente capítulo busca sistematizar y conectar algunos conceptos básicos. Por ejemplo: ¿qué tiene que ver Desarrollo con Comunicación? ¿Cuáles son las posibilidades para un aporte a la comunicación alternativa? ¿Se puede desarrollar una epistemología como una forma de evaluar el grado emancipador de los medios de comunicación en Latinoamérica?. Tratamos de responder a las preguntas en los siguientes apartados, cuyos resultados nos dotarán de importantes insumos teóricos para comprender la problemática de los medios de comunicación en América Latina, y en Ecuador, en particular.

En América Latina y el Caribe han coexistido algunos enfoques de comunicación y desarrollo durante los últimos cincuenta años. Estos enfoques se ubican dentro de los grandes paradigmas sobre desarrollo y subdesarrollo existentes en las ciencias sociales modernas, y que se complementan con los conceptos de comunicación para el desarrollo y comunicación alternativa que surgieron en América Latina.

Primero, analizamos la teoría de la modernización (1950 – 1960); luego, la teoría de la dependencia (1970 – 1980), que apareció en Latinoamérica en reacción a la anterior, y como ésta no planteó una alternativa en la región, los autores han acuñado un nuevo paradigma, el enfoque emancipatorio de comunicación y desarrollo (1990 en adelante). Luego estudiaremos los conceptos de comunicación para el desarrollo, comunicación alternativa y las limitaciones de estos conceptos en los ámbitos de la comunicación y el desarrollo en América Latina.

### **2.1. TEORÍA DE LA MODERNIZACIÓN**

Este punto de vista prevaleció en las décadas de 1950 y 1960, se basa en la relación causa efecto. Se caracteriza por su controversia sobre las relaciones causales de sus componentes. Nos podemos preguntar: ¿es la comunicación causa para el desarrollo? -o al

contrario- ¿este último precede como causa de las definiciones de comunicación y desarrollo?

Los diversos modelos causales están asociados a la escuela de la "modernización" de los Estados Unidos. *"El modelo causal de LERNER (1958) sugiere una secuencia de desarrollos institucionales que conducen a un crecimiento y modernización autosuficientes: urbanización, alfabetización, ampliación de los medios de comunicación, mayor ingreso per cápita y participación política"* (UNESCO, 1990: 13).

El enfoque afirma que el crecimiento, en uno de los campos enumerados secuencialmente, estimula el crecimiento de los sucesivos, y que este proceso conduce necesariamente a la sociedad hacia la modernización. Los modernizadores han propugnado un modelo al estilo del desarrollo occidental, donde el concepto de empatía era clave y los medios masivos actuaban como agentes indicadores de cambio (UNESCO, 1990: 13).

La comunicación juega un papel importante para la modernización de las actitudes humanas, posibilitando la participación constructiva en los procesos de producción e intercambio. Desde esta óptica, la cultura tradicional es vista como un factor que impide el desarrollo moderno (VAN OYEN, 1991: 8).

Como sabemos, estas ideas presentan un carácter lineal de la comunicación en relación al desarrollo. Se cree que la falta de efectos específicos en el entorno se debe únicamente a fallas mecánicas del sistema de comunicación. Además, el enfoque concibe la modernización como un proceso de difusión, donde los individuos cambian de un estilo de vida tradicional a uno más complejo y desarrollado, es decir moderno.

Para SERVAES (1987: 49), la modernización derivaba en un determinismo tecnológico: *"la tecnología era la fuerza motriz del desarrollo, fuerza abrumadora e irresistible, fuerza que podía resolver cualquier problema, fuerza que no tenía tinte político alguno"*.

El modelo de difusión, tan publicitado y persuasivo, respecto al papel de la comunicación en el desarrollo, alcanzó la cumbre de su hegemonía en la década de los años

sesenta. Los Estados Unidos, a través de sus programas de cooperación internacional, apoyaron numerosos proyectos de difusión durante en esos años. En este sentido, cabe citar, el modelo de radioemisoras educativas promocionado por los Estados Unidos durante la implantación del Programa de la *Alianza para el Progreso*.

En la práctica, el modelo orientado a difundir la innovación tenía como rasgo común su aplicación en la mayor parte de los programas para el desarrollo de los países del Tercer Mundo. No sólo se relacionaba con la comunicación social, sino también con la agricultura, la salud pública y con la vida social y política de los países pobres. La difusión de innovaciones requería diferentes fuentes de comunicación, y éstas podían resultar importantes en momentos diferentes. Así, los medios de difusión y la publicidad producían una sensibilización y conocimiento; las agencias oficiales podían persuadir en el ámbito local; la influencia personal era importante para que la decisión se adoptara o no; igualmente, la experiencia proporcionaba una fuente posterior de confirmación o no de la adopción de la innovación (McQUAIL; WINDAHL, 1984: 111-113).

Como se puede apreciar, se trata de un modelo prescriptivo e implica un conjunto de supuestos sobre el modo ideal de proceder que no siempre encaja con las condiciones reales, y que puede someterse a críticas a partir de criterios normativos. El enfoque representa como un “paradigma dominante” de la relación entre la comunicación y el desarrollo, pero ha pasado de moda (McQUAIL; WINDAHL, 1984: 113).

Desde la propia realidad del desarrollo de los países latinoamericanos se levantó una crítica severa a este paradigma, que lo resumimos en los siguientes puntos:

- 1.- *Metodológicamente*: la modernización se basaba en estadísticas comparativas que descuidaban fuentes y cambios.
- 2.- *Racionalmente*: se equiparaba la serialización con explicaciones causales de transición.
- 3.- *Empíricamente*: los indicadores carecían de fundamento para clasificar a sociedades tradicionales y sociedades modernas (SERVAES, 1987: 49).
- 4.- *Ideológicamente*: el principio del libre flujo de información era la versión política de la modernización.

Varios autores cuestionaron a la teoría de la modernización y plantearon un nuevo paradigma, el de la dependencia. MORAGAS (1985) con gran lucidez concluye su estudio sobre la comunicación en Latinoamérica, al manifestar que, frente al binomio comunicación-modernización, propuesto por LERNER (1967), PYE (1963), SCHRAMM (1964), se opone el binomio comunicación-estructura social (BELTRÁN 1974), entre otros.

Y frente al modelo psicologista de la innovación se impone una constante reivindicación del contexto como clave para la teoría del desarrollo. “*Se descubre entonces, un concepto que puede ser tan operativo como el del famoso two step flow of communication: lo que es importante y decisivo no es tanto la comunicación de masas como otros tipos de comunicación, el marco de referencia*” (MORAGAS, 1985: 208).

En este sentido, los teóricos de la comunicación en América Latina dieron el salto hacia un nuevo modelo de explicación y comprensión de los problemas comunicacionales y del desarrollo de los países dependientes, se trataba del enfoque de la dependencia.

## **2.2. TEORÍA DE LA DEPENDENCIA EN COMUNICACIÓN Y DESARROLLO**

La teoría de la dependencia se desarrolló ampliamente en América Latina como reacción al enfoque de la modernización. BARAN (1957) lanzó la tesis que señalaba que desarrollo y subdesarrollo eran procesos interrelacionados y continuos.

El sistema económico mundial tiene un centro que acumula el poder económico y una periferia que depende de ese centro. Sin embargo, esta idea se ha matizado al señalar que la dependencia no existe únicamente a escala mundial, sino también al interno de las sociedades subdesarrolladas. Es más, no sólo existe dependencia económica sino también cultural, política y tecnológica (VAN OYEN, 1991: 9).

El componente comunicacional del paradigma de la dependencia suele de ordinario ser descrito como imperialismo cultural. “*En estos días, -dice SERVAES (1987: 50)- los componentes culturales y comunicacionales han llegado a tener gran importancia para la perpetuación de la relación de dependencia pese a lo paradójico del caso, pues*

*precisamente cuando el Tercer Mundo comienza a emanciparse económica y políticamente, el dominio cultural se vuelve más fuerte".*

Existen al menos tres modelos importantes dentro del enfoque de la dependencia:

- a) *Culturalista*: representa la idea de conspiración, donde los medios de comunicación representan los intereses de las élites como reafirmación de la ideología hegemónica.
- b) *Materialista*: con influencia de la economía política enfatiza en las estructuras de propiedad de los medios de comunicación. Se demuestra el desequilibrio informativo los países del centro que dominan el control, dirección y volumen de los flujos de información. También, la introducción de la telemática, a través de la concentración de su propiedad lleva al fortalecimiento del poderío de las élites en los países periféricos.
- c) *Estructuralista*: ALTHUSSER Y POULANTZAS argumentan que la cultura (superestructura) ocupa un lugar específico en la sociedad pero con relativa autonomía. Se trata de una versión contraria a la materialista, cuando manifiesta que sólo en última instancia los factores económicos (subestructura) son definitorios en la sociedad (VAN OEYEN, 1991: 10).

Dentro de este paradigma surgió el Movimiento por un Nuevo Orden Informativo Internacional (NOII), muy cercano al Nuevo Orden Económico Internacional (NOEI), que ha sido muy debatido en el ámbito mundial en las décadas pasadas. Durante múltiples conferencias, realizadas entre 1976 y 1980, se analizó los desequilibrios informativos y comunicacionales de los países dependientes. En 1980 apareció el Informe MacBRIDE, obra ejemplar para la escuela de la dependencia y comunicación para el desarrollo.

El Informe McBride reconoce que la disparidad entre el Norte y el Sur no es simplemente un problema de atraso, y que no cabe esperar que los países en desarrollo puedan recuperarlo sólo a través de la asistencia técnica y financiera del Norte. Esto demuestra que existen otras necesidades: eliminación de estructuras injustas y opresoras, la revisión de la división actual del trabajo y el establecimiento de un nuevo orden económico mundial. También, observa que las comunicaciones son un fiel reflejo de las disparidades que caracterizan al mundo internacional y, por consiguiente se necesita cambios que tengan un gran alcance.

Los "dependistas" plantean que la teoría de la modernización aplicados a los medios (*the free flow doctrine*) ha sido utilizada en favor de los grandes intereses de países y compañías multimedia con poderosos recursos en el campo de las comunicaciones. Por lo que la doctrina del "*free flow*" ha sido usada como arma ideológico-política. La solución estaría en que el "*free flow*" sea de doble vía: centro-periferia y periferia-centro. Es más, la comunicación debería ser balanceada y tenida como un bien común, y controlada por estados soberanos (SERVAES, 1987: 51).

La UNESCO en la década de 1950 y 1960 estuvo por el "*free flow*". Pero poco a poco este organismo se convirtió en un foro importante, donde los países del Tercer Mundo podían expresar sus aspiraciones, y fruto de ello fue el Informe MacBRIDE. Sin embargo, una vez publicado, el Informe provocó serias controversias. Algunos consideran que era demasiado complaciente frente a los sistemas tradicionales (libertad de prensa, transferencia de tecnología); otros lo criticaban por ir demasiado lejos y promover una tiranía estatal sobre los medios. Muchos advirtieron sobre una contraofensiva bien coordinada de las compañías occidentales (SCHENKEL, 1981: 86).

Una década más tarde, estas preocupaciones acerca de las consecuencias del Informe MacBRIDE se han visto reafirmadas. Efectivamente, la Declaración de Lima (noviembre de 1990) y la Mesa Redonda de Estambul (junio de 1991) coinciden en estimar que "*los principios de MacBride se habían visto contrarrestados por el monopolio virtual de la información mundial y los consorcios de la industria del espectáculo, el complejo-militar-industrial-mediático y el empeoramiento de las comunicaciones multilaterales. El movimiento del NOMIC debía edificarse con nuevas coaliciones populares (...) incluida una amplia variedad de grupos, movimientos sociales y organizaciones*" (UNESCO, 1995b: 26).

No obstante, tampoco la teoría de la dependencia ha logrado explicar satisfactoriamente la realidad postcolonial. Una fuerte razón es que las causas son buscadas sólo en factores económicos y externos, olvidando las contradicciones internas en la periferia. La teoría de la dependencia ofrece un modelo importantísimo de análisis pero finalmente no ha podido plantear una alternativa efectiva para los países de América Latina

y del Tercer mundo. De ahí que, algunos teóricos nuevamente, han planteado un nuevo paradigma, el denominado *enfoque emancipatorio*.

### **2.3. ENFOQUE EMANCIPATORIO DE COMUNICACIÓN Y DESARROLLO**

Un tercer enfoque aparece en la década de los noventa y ocupa una posición central, busca una respuesta plural tanto a los modelos liberales modernizadores como a los modelos marxistas y dependistas. Este enfoque llamado emancipatorio "*es a la vez un movimiento revolucionario, humanístico y espiritual que enfatiza la calidad frente a la cantidad e invoca la igualdad y el equilibrio en el sistema internacional*" (UNESCO, 1990: 15).

Este modelo precisa de necesarias modificaciones para adaptarse a cada entorno particular, cultural y social. Empero todos los modelos emancipatorios, promueven la auto-determinación, y surgen de las teorías del desarrollo "*más humanas, éticas, tradicionalistas, antibloquistas y de autosuficiencia*" (UNESCO, 1990: 16).

En este enfoque el desarrollo es visto como una unidad social que abarca la totalidad. Aquí lo importante es la comunidad y no el estado o nación; el universalismo y no tanto el nacionalismo; el diálogo más que en el monólogo, y la emancipación en oposición a la alienación (UNESCO, 1990: 16).

En este sentido, el tercer paradigma propone "otro" desarrollo, orientado a las necesidades básicas, por lo que debe ser endógeno, autosuficiente, ecológicamente sostenible y democráticamente elaborado.

Para lograr estos postulados el Estado es necesario, pero a la vez es preciso un contra-poder fuerte, una sociedad civil bien estructurada. Al respecto, VAN OYEN (1991:15) propone la construcción de una comunicación contestataria, en el sentido que configure un poder paralelo cimentado en el control popular sobre los procesos de comunicación y construcción de la realidad.

Esta posición política significa un rechazo al paradigma de la modernización como discurso totalizador, pero no niega la utilidad coyuntural de algunos de sus elementos importantes. En la práctica, ya hace tres décadas que comenzó la materialización de este nuevo enfoque. Según VAN OYEN (1991: 16), en 1976, fueron los países No-Alineados que crearon un primer canal de información alternativo, construyendo una fuerza paralela importante en el ámbito mundial.

En este sentido, la 28a. Conferencia General de la UNESCO (1995) adoptó el plan de acción de la Declaración de Santiago (1994) que, entre otros asuntos, propone la "*Promoción de medios de comunicación comunitarios en áreas rurales, indígenas y urbano marginales*" (UNESCO, 1995a: 31-40).

LÓPEZ VIGIL dice que se trata de un hecho sin precedentes, porque por primera vez en la historia de la comunicación latinoamericana se sentaban en la misma mesa los medios de comunicación comerciales y los comunitarios. "*Inédito. Se trata de un reconocimiento oficial a la radiodifusión comunitaria, o participativa, o popular, o alternativa, o libre, o los muy variados apodos que se usan para señalar un mismo objetivo: democratizar las comunicaciones*" (LÓPEZ VIGIL, 1995: 116-117).

Las fuerzas de contra-poder toman diferentes formas de acuerdo con la situación específica de cada sociedad. En el caso de América Latina surgen actores emergentes que cooptan nuevos poderes y plantean nuevas alternativas a nivel societal. Nos estamos refiriendo a los movimientos indígenas y campesinos; a las comunidades de base y a todo el movimiento de la teología de la liberación; a un creciente movimiento ecologista y un amplio movimiento popular que lucha por una nueva política más pluralista y ética, todos ellos cruzados por un eje transversal, la comunicación alternativa.

En síntesis, este paradigma propugna contra-estrategias que permiten a la sociedad moverse hacia un nuevo desarrollo económico, un cambio político, un control ecológico, una vigilancia ciudadana al poder político y una nueva dirección comunicacional. Quizás este enfoque no sea la panacea en comunicación y desarrollo, porque la ideología hegemónica dominante en los países de la periferia, frena la iniciativa contestataria de la

sociedad. No obstante, el enfoque permite plantear modelos contestatarios de comunicación desde los propios países en desarrollo.

## 2.4. COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO

La “comunicación para el desarrollo” es un concepto que nace particularmente en América Latina a partir de los años 40. Antes de finalizar la Segunda Guerra Mundial ya se ejecutaban en América Latina campañas de alfabetización y de salud, sobre la base de técnicas interpersonales, grupales, de comunicación y de "información-extensión" aplicadas por comunicadores rurales (UNESCO, 1992: 5).

Para Ramiro BELTRÁN (1995), de quien es el término de “*comunicación para el desarrollo*”, esta noción hace alusión a la capacidad de expandir y equilibrar el acceso y a la participación de la población en el proceso de comunicación en un sentido amplio. Además, el desarrollo debe asegurar no sólo los beneficios materiales, sino también la justicia social, la libertad plena y la democratización para todos.

Según la UNESCO (1992), la estrategia por el desarrollo rural desencadenó en los años 50 la extensión agrícola, la difusión de innovaciones o transferencia tecnológica, la reforma agraria y la organización campesina.

El modelo de difusión de innovaciones, presentado por BOHLEN (1957), se enmarcaba en los usos de la sociología rural, cuyo proceso incluía cinco etapas: conocimiento, información, aplicación, prueba y adopción (ESCHENBACH, 1978: 14). Para la investigación de la comunicación, este concepto fue sustancial. Los medios masivos fueron encontrados útiles en diferentes etapas del proceso de adopción; al comienzo, para hacer conocer a los potenciales adoptantes de la existencia de nuevos inventos o ideas y, en otras etapas, para legitimar la decisión de adoptar (ESCHENBACH, 1978: 14).

BELTRÁN acota que la percepción de que la comunicación es instrumental para el desarrollo se originó en el mundo académico estadounidense a mediados de los cincuenta. “*Brillantes estadistas del Massachusetts Institute of Technology y de la Universidad de Stamford desarrollaron las bases de esa teoría tras observaciones sistemáticas en varios*

*países del mundo. Encontraron claras correlaciones entre comunicación y desarrollo*" (BELTRÁN, 1987: 276). Y luego recomendaron la formulación de planes para lograr que la comunicación facilite y acelere el desarrollo de los países del Tercer Mundo.

Apoyado por la UNESCO y la USAID, este paradigma cobró vigencia en varios países del Tercer Mundo. Se promovieron varios movimientos de extensión agrícola, educación audiovisual y tecnología educativa. La radio y luego la televisión comenzaron a usarse para la educación masiva. *"Todo lucía promisorio y muchas personas trabajaron muchos años con loable empeño en la certeza de que, mejorando la comunicación, ayudarían a lograr el desarrollo"* (BELTRÁN, 1987: 276).

Uno de los casos más significativos de esta práctica es el sistema de radio escuelas de Sutatenza, Colombia. Aquí se aplicaron formatos innovadores, combinando el medio masivo radio con la recepción de sus programas en grupos estables de discusión. Este ejemplo pronto fue seguido en otras partes de América Latina. Hoy este movimiento de radio-escuelas está agrupado en ALER, Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica, con miembros en casi todos los países de la región.

#### **2.4.1. DESARROLLO Y REFORMA: 1950-1960**

A fines de los años cincuenta y comienzos de los sesenta, los países latinoamericanos se enfrentaron a graves problemas políticos, económicos, sociales, y el auge de movimientos revolucionarios. Muchos países del área y los Estados Unidos, percibieron la Revolución Cubana (1959) como una amenaza a la estabilidad de la región. Los planificadores nacionales propusieron un desarrollo social y económico dirigido por el estado como solución a la inestabilidad de la región.

Así surgió desde el Norte la *Alianza para el Progreso*, que buscaba los objetivos de reforma social, económica y política. Coordinaba no sólo la política de inversiones de los Estados Unidos en el área, sino también la política de seguridad. El abandono de la reforma social en beneficio de la seguridad militar, ideológica y el control económico, quedó expresada en la injerencia norteamericana en Brasil y Centro América (FOX, 1989: 32-33).

No obstante, los objetivos de servicio público de los años veinte y treinta, como la utilización de la radio para la educación y la cultura, volvieron a surgir en la época de la Alianza. Los programas de desarrollo nacionales e internacionales no cuestionaban las radios comerciales, al contrario, invirtieron grandes presupuestos en nuevas tecnologías y proyectos de comunicación para utilizar la radio en el desarrollo sanitario, educativo, agrario y en la promoción social.

La Acción Cultural Popular (ACPO) de Colombia, entre 1954 y 1968 educó alrededor de 700.000 personas a través de la radio. *"A pesar de que la ACPO no pudo cambiar las estructuras económicas y sociales existentes, ha contribuido, sin embargo, al desarrollo de la iniciativa propia y a la mejora de las condiciones de vida de la población rural"* (ESCHENBACH, 1978: 92).

El paradigma de la "dependencia", que pone énfasis en las relaciones estructurales de la dominación imperialista en cuyo marco devienen todas las demás relaciones interamericanas, aportó un elemento clave a la discusión en torno a la reforma de los *media*. En toda América Latina se escuchaban voces en favor de un contenido más nacional y un ataque frontal a lo extranjerizante.

La inventiva latinoamericana no se hizo esperar demasiado para encontrar vías de solución. Entre las más importantes figuran tres:

1. La creación de formatos alternativos de comunicación masiva: caso de la radio-escuela.
2. La promoción de políticas nacionales de comunicación; y
3. El desarrollo de nuevas conceptualizaciones de la comunicación (BELTRÁN, 1987: 276 - 277).

La práctica de alternativas de comunicación democrática avanzó hasta generar una reflexión teórica sustantiva para realimentar la misma práctica. Perú hizo ricos aportes a la comunicación popular democrática, tanto en lo masivo como en lo de grupo; Brasil generó la prensa popular *"manica"*; México, la tele-secundaria. Las radios campesinas y mineras de Bolivia y las escuelas radiofónicas de Ecuador también constituyen aportes valiosos (BELTRÁN, 1987: 278).

América Latina buscó definir sus propias políticas nacionales de comunicación con miras al desarrollo. Un país que propuso conceptos fundamentos al movimiento de racionalización de la comunicación para el desarrollo fue Venezuela y, más tarde, Costa Rica, país donde en 1976 se realizó la primera conferencia intergubernamental de ámbito mundial sobre este tema.

A pesar de las grandes diferencias en las políticas que motivaron las reformas y los debates, éstas compartían algunas características comunes en la región. Las reformas buscaron la introducción en los medios masivos de funciones de servicio público, la preservación de tradiciones culturales y creativas y la formulación de políticas beneficiosas para las mayorías desfavorecidas. Se implementaron proyectos más democráticos, con disposiciones financieras y de gestión para que fuesen más representativos y participativos. Ninguno de los países, con excepción de Cuba, propuso el control estatal sobre los medios masivos como alternativa al control de los medios por empresarios privados; y ésto se explica porque, al fin y al cabo, los gobernantes siempre han representado los intereses de los mismos sectores privados que les han llevado al poder.

Los operadores privados y los anunciantes se resistían especialmente a la expropiación y a cualquier clase de interferencia en sus operaciones, a las limitaciones de sus ingresos y a la regulación de los contenidos. *"Muchos propietarios privados, periodistas y anunciantes, (...) consideraban que la intervención estatal o pública de los media era el comienzo del totalitarismo y el fin de la libertad de expresión"* (FOX, 1989: 41).

Las iniciativas para fortalecer la capacidad estatal de comunicación para el desarrollo fueron frustradas por el embate de los sectores privados que las desvirtuaron al adjudicarles intenciones de control peligroso para la libertad de información (BELTRÁN, 1987: 77). En esos años el modelo privado comercial de la propiedad de los medios estaba bien cimentado en la región, y los propietarios no iban a permitir que se les arrebate lo que habían adquirido o arrancado al estado latinoamericano en el campo cultural, y no sólo en lo económico.

## **2.4.2. COMUNICACIÓN ALTERNATIVA**

A fines de los años setenta, casi todos los países de América Latina veían frustrados sus intentos de reformas nacionales e internacionales como países dependientes. Como hemos señalado, los países participaron activamente en movimientos a favor de la reforma internacional de los *mass media*, a través de organismos como el Pacto Andino, el bloque del Tercer Mundo en las Naciones Unidas, el Movimiento de Países no Alineados, la Comisión MacBRIDE y la UNESCO.

En muchos países latinoamericanos, los programas de desarrollo y las reformas sociales y económicas de los años sesenta y setenta no habían logrado ampliar la democracia formal, al contrario, las desigualdades sociales y las rigideces políticas parecían aumentar (FOX, 1989: 42).

La comunicación debió pasar a ser un proceso de ejercicio democrático auténtico, amplio y pluralista; opuesto a la persuasión como práctica de una comunicación unilateral y manipuladora. Como se decía, comunicación para el desarrollo no debía ser sinónimo de propaganda e información de un gobierno.

Existen medios de comunicación tradicionales en cantidad y calidad satisfactoria en la región, el mayor problema es la distribución de esos medios dentro de países con grandes desequilibrios urbano-rurales, con alarmantes índices de marginalidad y diferencias de todo tipo. Además, los contenidos de esos medios obedecen a un proceso tradicional de carácter vertical, unilateral, orientada a expectativas y modelos extrarregionales y alienantes de la diversidad étnica y cultural de la región (LEÓN, 1987: 58).

Ante esta realidad, varios actores sociales de América Latina buscaron otras maneras de ver las comunicaciones sociales. A esta nueva propuesta comunicacional se la denominó "*alternativa*". La *comunicación alternativa* fue una respuesta a varios problemas estructurales de América Latina (LEÓN, 1987: 58). Está constituida por elementos conceptuales y técnicos que esclarecen la contradicción con la comunicación tradicional. Sus principales elementos son:

**A.** Modificación del "emisor clásico privilegiado", que plantea la reorganización de los receptores dispersos, heterogéneos, amplios, para constituirse en emisores desde su propia realidad.

**B.** Modificación de la propiedad y el control tecnológico de los medios masivos para permitir el acceso de los grupos mayoritarios al sistema de comunicación, o para reemplazar aquellos medios por sistemas de bajo costo.

**C.** Modificación al contenido de los mensajes, por cuanto la comunicación dominante no responde a las necesidades de los amplios sectores de la sociedad.

**D.** Modificación del papel del receptor, para que pase de una actitud pasiva a una posición crítica y activa, utilizando la comunicación para mejorar sus condiciones de vida (LEÓN, 1987: 59).

Según DÍAZ BORDENABE (1987: 157), durante los años setenta y ochenta, ocurrió en la comunicación una "revolución" llamada *Comunicación Alternativa*, que cuestionó los sistemas de comunicación dominantes, aquellos que explotan la llamada "industria cultural", que se caracteriza por su verticalismo, alienación y comercialismo. Dentro del concepto de *Comunicación Alternativa* se hallan también las modalidades de comunicación grupal, comunicación participativa y la comunicación popular.

En síntesis, los rasgos distintivos de la *comunicación alternativa* son:

- propiedad social de los medios,
- producción artesanal de los mensajes,
- flujos horizontales y multidireccionales de comunicación,
- acceso amplio de los sectores sociales a los sistemas comunicacionales, y
- contenidos favorables a la transformación social.

La comunicación evolucionó de una función difusora a una persuasiva, y de ésta a una dialógica-participativa. En esta línea, KAPLÚN (1983) planteó la formación de un nuevo profesional: el comunicador-educador, al constatar que los comunicadores aprenden educación y los educadores, la comunicación. Se constató una convergencia amplia de estos dos procesos, como en el caso de la radio popular educativa.

En este sentido, la UNESCO ratificó que "*la comunicación y los medios de comunicación son soportes esenciales de los programas de desarrollo: sirven para enseñar, sensibilizar y transmitir el mensaje del desarrollo, y para facilitar la interacción entre los diversos públicos y cuantos trabajan al servicio del desarrollo*" (UNESCO, 1992: 6).

Para O'SULLIVAN (1987: 192-195) la comunicación alternativa es sinónimo de comunicación democrática, y se la puede medir en base a tres parámetros: acceso, participación y autogestión.

*Acceso:* se refiere a la capacidad de los individuos o grupos de utilizar los medios de comunicación en sus distintas etapas: selección, programación, participación directa de la audiencia, transmisión y retroalimentación, además, el derecho a disentir por parte de la audiencia.

*Participación:* contempla el involucramiento del público en la producción y en manejo mismo del sistema de comunicación, en tres etapas básicas: elaboración de la programación, toma de decisiones sobre los contenidos y la planificación-evaluación del proyecto.

*Autogestión:* implica el acceso de la población en el manejo y gestión del proyecto. Esta etapa es la ideal para contrarrestar la despersonalización y la masificación de los grupos minoritarios por parte de las élites.

Las tres juntas corresponden a grados de democratización de los procesos comunicacionales en América Latina. Sin embargo y como bien subraya Regina FESTA (1986: 29), comunicadora brasileña, la comunicación alternativa más bien es un proceso articulado que se da a la par del avance del capitalismo, por un lado, y la irrupción de las nuevas fuerzas sociales, por el otro.

En conclusión, no existe comunicación alternativa sin propuesta de proyecto alternativo de comunicación y de sociedad, pues son los espacios políticos, sociales y democráticos los que definen la viabilidad de este tipo de comunicación. El origen de esa comunicación se da en la misma medida en que surgen nuevas condiciones y donde se

articulan nuevas propuestas sociales, las que aparecen por exigencias del proceso político y no como simple instrumento capaz de transformar por sí la realidad.

#### **2.4.3. LÍMITES DE LA COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO**

Varios estudiosos<sup>1</sup> de la comunicación para el desarrollo en la región, inclusive instituciones como la UNESCO y la misma Iglesia Católica, hicieron una evaluación crítica de este concepto y demostraron que se había desvinculado de la realidad del mundo en desarrollo.

Al cabo de unos años vino el desencanto. Lo que se encontró al inicio de los años sesenta es que los medios de comunicación de masas no llegaban a las masas. Estos se dirigían a las minorías urbanas con altos índices de educación, ingresos y posición social. Inspirados por consideraciones comerciales, los medios masivos tienen públicos vinculados al mercado, y sus contenidos no suelen ser los más deseables para el desarrollo. Así ni la empresa privada, ni los organismos públicos llenan los papeles de la comunicación pro-desarrollo que debían cumplir en los países de América Latina.

Se cuestionaron los mecanismos de la comunicación en relación con las estructuras de la sociedad dominante de América Latina. Los programas de desarrollo de la comunicación masiva y los servicios públicos, exiguos y dispersos, no satisfacieron las exigencias de los reformadores. Faltó una presencia pública más representativa en los medios masivos y la aplicación de objetivos culturales y sociales amplios. Los partidos políticos, los militares e intelectuales, criticaron el rol tradicional, comercial y políticamente conservador de los medios masivos en América Latina (FOX, 1989: 34).

Debates sobre estos temas recurrentes son levantados permanentemente por las organizaciones mundiales, como la UNESCO, que reclaman una profundización de la democracia en el acceso a las comunicaciones y a las tecnologías. Asimismo, largo y

---

<sup>1</sup> Los estudios de Luis Ramiro Beltrán y Juan Díaz Bordenabe señalaban que el auge incontrolado de los *media* comerciales creaba problemas de desarrollo nacional y de democracia política. Antoni Pasquali, estudió la influencia dañina de la cultura de masas en las culturas y sociedades latinoamericanas. Paulo Freire, educador brasileño, buscó que se escuche la voz de los oprimidos, abrumados y asfixiados por la cultura masiva de los medios comerciales. Y promovió programas educativos y culturales revolucionarios en América Latina. La crítica de Armand Mattelart, a inicios de los setenta, se centró sobre el control transnacional de los medios masivos latinoamericanos, los intereses de clase y el rol de los movimientos sociales de la región.

sinuoso camino ha recorrido la radio comunitaria en el mundo y particularmente en América Latina, buscando tener un espacio legal y público para su operación.

## 2.5. CONCLUSIONES

De acuerdo al conjunto de teorías que se puede resumir como Paradigma de la Modernización, el desarrollo de América Latina es un proceso lineal, donde la región tiene que alcanzar el desarrollo del Primer Mundo. El proceso sigue unas fases consecutivas hacia niveles superiores. Esta forma lineal de pensar encontramos no solamente en los pensadores liberales y neoliberales, sino también en los del marxismo clásico.

La cultura local es vista como un factor que impide el desarrollo hacia la sociedad moderna. El rol de la comunicación es importante para la modernización de las actitudes humanas y facilitar los procesos de producción. ROGERS concibe la Modernización como un proceso de difusión en donde los individuos cambian de un estilo de vida tradicional a otro más desarrollado. Como se mencionó, el modelo de radio educativa, iniciado en los Estados Unidos durante la *Alianza para el Progreso*, se caracterizó por este pensamiento.

El enfoque de la modernización fue cuestionado por algunos investigadores de Latinoamérica. GUNDER FRANK, impulsor del Paradigma de la Dependencia, decía que el sistema económico mundial tiene un Centro que acumula el poder económico y una Periferia que depende de ese Centro. El mayor énfasis de los *dependistas* estaba en la relación externa, donde el Gran Malo era el Centro Imperialista. Pero olvidaba que la dependencia no existe sólo en el ámbito mundial, sino también al interior de las sociedades periféricas.

La materialización de la discusión se dio con el surgimiento del Movimiento por un Nuevo Orden Informativo Internacional (NOII), que se complementó con el Informe MacBRIDE, obra sustentadora del enfoque de la Dependencia y Comunicación, y que proclamaba también por un equilibrio mundial en las comunicaciones.

Los defensores del Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación, NOMIC (ex NOII) sostienen que desde los años noventa las regulaciones internacionales

han sido anti NOMIC “*y contribuyen más bien a la creación de un orden mundial en el cual la distribución equitativa de los recursos informativos y la provisión de información equilibrada, accesible y fiable no constituyen la preocupación fundamental*” (HAMELINK, 1991: 133).

Según este autor, la democratización de la comunicación pública depende en última instancia de la rebelión de la audiencia. No será un asunto fácil diseñar efectivos mecanismos para articular los intereses de una comunidad heterogénea. Sin embargo, si no queremos delegar las decisiones cruciales sobre el futuro de las comunicaciones globales en los estados y en las compañías transnacionales, no queda otra opción que hacer participar a la sociedad civil en los procesos de negociaciones globales (HAMELINK, 1991: 146).

Los movimientos sociales globales representan una contra tendencia al poder de las multinacionales de las comunicaciones globales. Doquiera que la reforma política esté, en el ámbito nacional o internacional, se encontrarán voces argumentando que el cambio debe de estar conectado a los derechos humanos, la democracia, la buena gobernabilidad, el desarrollo sostenible y políticas para hacer del mundo un mejor lugar para los más necesitados. Sin este contexto más amplio, y el reconocimiento de que los medios comunitarios pueden contribuir al empoderamiento, la participación democrática y la justicia social, el movimiento de medios comunitarios no sería la fuerza creciente que es hoy día (BUCKLEY, 2002; <http://alainet.org/images/alai-25c-w.pdf>).

## **CAPÍTULO III.**

### **LA RADIO EN AMÉRICA LATINA**

### **III. LA RADIO EN AMÉRICA LATINA**

La radio es el medio de comunicación más extendido en el continente americano, es el más barato, el de acceso más fácil y permite la comunicación con los radioyentes en tiempo real y donde quiera que éstos se encuentren. Es el medio de comunicación más utilizado, sobre todo, en los países en desarrollo, particularmente de América Latina y el Caribe, debido, por una parte, a la relativa marginalidad de la televisión, que sigue siendo básicamente de carácter urbano y, por otra parte, a la dificultad de la mayoría de la población para acceder a la prensa. Además, la escucha colectiva permite aumentar el número de radioyentes y favorece la introducción de nuevas prácticas sociales. Asimismo, la producción de programas de radio no requiere de grandes medios técnicos, financieros y humanos como en el caso de la televisión y la prensa.

En los últimos años, la radio ha evolucionado enormemente en todo el mundo. Junto a las radios comerciales y las radios públicas, en América Latina sobre todo, han aparecido una serie de emisoras, llamadas “*comunitarias*”, que sirven como vehículo de expresión a grupos sociales, entre los que se encuentran las comunidades religiosas, colectivos universitarios, minorías étnicas, etc. Suelen disponer de un presupuesto modesto y generalmente sobreviven gracias al trabajo voluntario de su personal, a contribuciones sin fines de lucro de sus patrocinadores o radioyentes, y su financiación a veces se complementa con la publicidad comercial y los avisos sociales. Empero, el tema sobre la presencia y auge de la radio comunitaria en Latinoamérica será tratado con detenimiento en un capítulo posterior.

El presente capítulo tiene como objetivo hacer una caracterización de la implantación y situación actual de la radio en América Latina, para lo cual estudiaremos el origen y desarrollo de dos tipologías de radio, la radio comercial, mayoritaria en América Latina, y la radio pública oficial, marginal en los distintos países de la región. En concreto, abordaremos el inicio de la radio en Latinoamérica, el crecimiento de la radio comercial frente al estancamiento de la radio pública. Luego, esbozaremos las tipologías de una programación radiofónica variopinta en la región y su audiencia. La implantación del nuevo contexto tecnológico y su impacto en la configuración actual de la producción y

oferta de la radio Latinoamericana. Finalmente, revisaremos el marco jurídico de la radiodifusión en el cual se desenvuelven las radios de la región, así como lo relacionado al presupuesto y financiación de estos dos tipos de radio.

Para ilustrar los diversos aspectos analizados y de manera comparativa, hemos construido algunos cuadros estadísticos, basándonos en diversas fuentes, que al no existir otras, se convierten en las más actualizadas e importantes del momento. En efecto, existe muy poca bibliografía de referencia que estudie la radio latinoamericana en su conjunto; esta limitación a su vez nos planteó un reto para poder estructurar un capítulo que responda a nuestro objetivo –como se ha dicho- de dibujar la situación contemporánea de la radio en América Latina, comenzando por sus orígenes.

### **3.1. INICIO DE LA RADIO COMERCIAL**

En América Latina la radio apareció paulatinamente al sur del Río Grande dos años después de haberse iniciado en Estados Unidos. En 1921 se registran en algunos países latinoamericanos las primeras emisiones experimentales, sin embargo, es apenas en 1922 cuando surgen, con el consentimiento de los estados, las emisoras de radio con una programación regular.

Asoma la radio en Cuba, Chile y Uruguay en 1922, y desde 1923 en Argentina, México y Brasil. Salvo el caso de Brasil, la radio fue tomada por empresarios locales, quienes vieron en el medio un vehículo para la promoción de bienes y servicios, un instrumento de entretenimiento y un generador de necesidades para la venta de receptores (ULCRA, 1989: 9).

En la segunda mitad de los años 20 surgen servicios radiofónicos regulares en Perú y Ecuador (1925) (SAN FELIX, 1991: 14); Venezuela, El Salvador y República Dominicana (1926); Costa Rica (1927); Bolivia y Colombia (1929) (SAN FELIX, 1991; QUINTANA y DUCHEN, 1986: 10). En la década siguiente se incorporan St. Pierre y Miquelon (1930); Honduras (1933); Panamá y Barbados (1934); Guatemala, Guyana y Surinam (1935); Belice (1937); Jamaica, Nicaragua, Martinica y Guadalupe (1939). En los

años 40, aparece en Haití (1940); Paraguay (1941); Trinidad y Tobago (1947) (SAN FELIX, 1991: 14.).

En la mayor parte de América Latina predominó el modelo de radiodifusión privado-comercial, salvo excepciones, como en los territorios controlados por Inglaterra, Holanda y Francia, en donde se implantó el modelo de la metrópoli, como una extensión de las corporaciones de servicio público de esos países.

La radiodifusión latinoamericana jamás ha tenido un modelo perfecto de servicio público o de propiedad privada, de expresión nacional o de cultura transnacional. Ha sido producto de una suerte de diversos intereses: gobiernos, movimientos políticos, artistas, públicos, capital nacional y extranjero. Este carácter y los roles de esos intereses se desplazaron y cambiaron de un país a otro en los últimos cincuenta años (FOX, 1989: 24).

La radiodifusión de América Latina, con excepción de Cuba, está bajo control privado y sus operaciones comerciales son homogéneas. En los años 20 y 30, hubo gobiernos, empresarios y movimientos políticos en México, Perú, Uruguay y otros países que promovieron activamente modelos diferentes de radiodifusión de propiedad estatal. Estos modelos no tenían carácter comercial (FOX, 1989: 24).

La radio comercial creció en México codo a codo con la radio de servicio público de propiedad estatal. El Estado utilizó la radio como instrumento de información, propaganda y al servicio de la educación y la cultura. En la década de los 40, la presión del sector privado logró apartar al Estado de su intervención en la economía, incluyendo la radio. En 1941, el Estado renunció a su papel de desarrollar la radio, al vender las emisoras estatales a inversores privados (FOX, 1989:25).

En México, el 2001 fue para la radio un año de transición, de crisis e incertidumbre. Aprovechando la indefinición de una política del gobierno en la materia, los grandes radiodifusores privados obtuvieron, no sólo su ingreso en la radio mexicana, sino también de grandes empresas mediáticas internacionales, quienes obtuvieron decenas de concesiones en un proceso que no fue transparente (SOSA, 2002: 18). Por su parte, la radio estatal, educativa, cultural y universitaria afronta un período de altibajos, mientras esperan

una nueva ley que les permita obtener una mejor posición frente a la sociedad y al sector privado.

En Perú la radiodifusión fue desarrollada enteramente por el sector privado. Aunque el Estado fundó la primera radio en 1925, ésta quebró y fue vendida a la empresa Marconi. Durante los cuarenta años siguientes, el Estado se preocupó poco de las comunicaciones y de la política cultural del país.

En Uruguay, en 1929 el Estado creó un servicio público de radiodifusión financiado con fondos públicos, sin embargo no limitó el desarrollo de la radio comercial-privada. La prosperidad de los años 20 y 30 hizo posible que muchas emisoras comerciales contaran con amplias audiencias y obtuvieron anunciantes para financiar sus operaciones.

En 1923, el Ministerio de la Marina de Argentina otorgó las primeras cinco licencias radiofónicas a radios privadas. Quince años más tarde existían 42 emisoras, algunas de ellas conformaban 2 cadenas radiofónicas nacionales.

En Chile, a inicios de los años 30 se desarrolló un sector privado de radiodifusión. El Estado jamás subvencionó el desarrollo de las emisoras privadas, pero tampoco se interesó en crear una radiodifusión pública o en impulsar un sistema de fines no lucrativos.

Brasil muestra un modelo único de radio en América Latina. Las primeras radios, siendo de propiedad privada, no tenían carácter comercial, sino cultural educativas. La primera radio creada en 1923 tenía este carácter y estaba financiada por los miembros de su club. Otras radios formadas por asociaciones eran financiadas por suscripciones. El Estado imponía cargas fiscales a estas emisoras pero también a la audiencia, a través de impuestos por los receptores. La radio no obtuvo permiso para emitir publicidad hasta 1932, pero recurrió a formas indirectas de patrocinio comercial (FOX, 1989: 27).

En Bolivia, los hermanos COSTA, dieron inicio al trabajo de la radiodifusión con la inauguración de la Radio Nacional, en 1929. Los COSTA son los pioneros de la radiofonía en este país (QUINTANA; DUCHEN, 1986: 9-10). Como vemos, Bolivia es una de las naciones que se benefició de este invento muy temprano y fue desarrollada por operadores

privados y también por los grupos de mineros organizados, quienes a partir del año 1947 fundaron la primera estación minera, *Radio Sucre*, situada en la localidad de *Caucañiri*, cerca a los distritos mineros (FLORES, 1989: 42).

### **3.2. DESARROLLO DE LA RADIO**

#### **3.2.1. AFIANZAMIENTO DE LA RADIO COMERCIAL**

La radio comercial respondía a la necesidad de la publicidad de la industria, que llegase a los mercados en desarrollo para proporcionar información y diversión a la audiencia conformada por obreros. *"A mediados de los años 30, la radio comercial estaba ya implantada en la mayor parte de las grandes ciudades latinoamericanas. Se había convertido en el principal vehículo para los músicos, comediantes, periodistas y presentadores nacionales"* (FOX, 1989: 27).

Las cadenas de radio comerciales norteamericanas estaban impacientes por invertir en la radiodifusión latinoamericana y desarrollar mercados para sus productos. El Columbia Broadcasting Sistem (CBS) creó la Cadena de las Américas y la National Broadcasting Company (NBC) puso en marcha la Cadena Panamericana, con radioemisoras filiales en América Latina.

A medida que crecía la fuerza económica y la posibilidad de la radio para llegar a amplias audiencias, los gobiernos comenzaron a ver a la radio bajo una nueva perspectiva. Los gobiernos que luchaban por mantenerse en el poder, en contra de exigencias populares, se preocuparon por el creciente impacto político de la radio.

La radio brasileña quedó bajo control, y la censura gubernamental llegó en los tiempos tempranos de su desarrollo. A consecuencia de la revolución de 1932, el gobierno impuso la censura en las radios. La radio colombiana sufrió también una dura intervención en los años cuarenta. Los inversores privados habían desarrollado la radio comercial, y defendieron con éxito a una breve amenaza de nacionalización en 1936. La nueva legislación, sin embargo, no afectó las operaciones comerciales de las radios privadas, que siguieron operando.

La expansión comercial de la radio en Perú y Venezuela dispuso de campo libre en las décadas de los 40 y 50. Aunque existía la censura, esas radios no tenían ninguna función de servicio público ni gozaban de protección, regulación o subvenciones estatales. En Perú, la dictadura militar de los sesenta no dio un uso educativo "*concientizador*" de la radio, pese a que la ley le otorgaba al ministerio de educación emisiones diarias en las emisoras. *"La Revolución de la Fuerza Armada no pudo entonces alterar los contenidos de la radio peruana, que continuó bajo la modalidad de empresa comercial y a pesar de algunos cambios administrativos que siguieron a las expropiaciones de 1971"* (GARGUREVICH, 1988: 81).

En varios países, la censura oficial, en los primeros tiempos de la radiodifusión, limitó su desarrollo y su creatividad como forma de expresión nacional. A parte de las breves tentativas de radiodifusión de servicio público, la censura supuso el único precedente de la presencia pública o estatal en las radios.

*"Los media privados prestaron pocos servicios públicos, servicios educativos o información sanitaria, y los gobiernos habían intervenido raras veces para imponer tales servicios. Por otra parte, los gobiernos habían emprendido la censura y la manipulación de los media con fines políticos"* (FOX, 1989: 30).

En resumen, la radio comercial privada se consolidó desde los primeros años de su implantación. Los propietarios y operadores privados hicieron respetar el uso lucrativo del espacio radioeléctrico como propiedad privada y no tanto como un recurso de servicio público. A continuación apreciaremos la inversión privada en la infraestructura de la radiodifusión en la región.

### **3.2.2. INFRAESTRUCTURA RADIOFÓNICA**

El cuadro No.1 muestra el perfil cuantitativo de la radio en América Latina en un lapso de 27 años (número de receptores; y número de receptores por cada 1000 habitantes).

## CUADRO No. 1

### Radiodifusión sonora en América Latina y el Caribe

Países	No. de receptores y No. receptores por 1000 habitantes (en millones)							
	1970	1985	1994	1997				
Argentina	9000	376	18000	594	23000	673	24300	681
Bolivia	402	95	3675	623	4850	670	5250	675
Brasil	11800	123	49000	363	62500	393	71000	434
Chile	1400	147	4000	331	4850	345	5180	354
Colombia	2217	104	4000	136	6150	178	21000	524
Ecuador	1700	285	2850	313	3670	327	4150	348
Guyana	94	133	355	449	405	491	420	498
Paraguay	150	64	600	162	830	172	925	182
Perú	1748	132	4000	205	5950	255	6650	273
Surinam	92	247	230	610	285	680	300	728
Uruguay	1000	356	1760	585	1920	606	1970	603
Venezuela	3800	354	7000	408	9480	443	10750	472
Costa Rica	130	75	650	246	870	260	980	261
El Salvador	583	162	1900	401	2500	443	2750	465
Guatemala	220	42	450	57	700	68	835	79
Honduras	108	42	1600	382	2240	408	2450	410
México	5600	111	15000	199	23500	256	31000	329
Nicaragua	140	68	802	248	1120	262	1240	265
Panamá	215	143	400	185	586	227	815	299
Cuba	1330	156	3282	325	3800	347	3900	352
R. Dominicana	650	147	1020	160	1330	173	1440	178
Haití	76	17	140	24	350	50	415	53
Jamaica	500	268	920	398	1060	436	1215	483
Belice	48	390	88	530	122	581	133	591

FUENTE: UNESCO (1997) Anuario estadístico 1996, UNESCO, París  
 UNESCO (1999) Anuario estadístico 1999, UNESCO, United States of America  
 ELABORACION: Autor de la investigación

NOTA: Los cuadros estadísticos sobre los tipos programas de radio, que incluiremos en un cuadro posterior, fueron registrados únicamente hasta el Anuario de 1996. En el Anuario estadístico de 1997 han sido suprimidos los cuadros relacionados a la "*Radiodifusión sonora: programas clasificados según función y el tipo de institución*", pp. A-35, en: UNESCO (1997) Anuario estadístico 1997, UNESCO, United States of America.

Como podemos apreciar, el cuadro No.1 refleja la implantación de los receptores de radio en los países de la región y en relación con su población. Los países grandes como

Argentina, Brasil y México son los que más radioreceptores han distribuido, y también los que tienen altos porcentajes de receptores por cada mil habitantes, con excepción de Surinam.

En cuanto a la infraestructura radiofónica en América Latina, se evidencia que en muchos casos hay una estación de radio por propietario, lo que refleja una alta atomización y baja potencia unitaria, y a la vez un alto grado de concentración de la capacidad instalada en algunos países (Argentina, Brasil, Colombia, Perú y México), contrastable con una más equitativa distribución en Centroamérica y el Caribe.

Las cinco naciones arriba señaladas, unidas a Bolivia, Venezuela y Chile concentran la mayor parte de los transmisores instalados en la región. Sin embargo, conviene precisar que muchos de ellos operan con bajas potencias. En este contexto, un gran número de emisoras está concentrado en las capitales y ciudades mayores, con potencias que no les permiten cubrir todo el territorio nacional. En Ecuador, México, Brasil y Bolivia la potencia radiada se concentra de 1 a 5 Kw. Una de las causas y consecuencias de esta atomización de la radio en América Latina es la saturación del dial (UNESCO, 1997).

La potencia radiada en Onda Media está concentrada en pocos países, de los cuales México y Colombia son los más representativos. Comparativamente el primero posee mayor número de estaciones pero menos kilovataje, mientras que Colombia tiene algunas cadenas de emisoras que superan los 100 Kw. de potencia.

Es importante el desarrollo de la radiodifusión en el área andina (Venezuela, Colombia, Ecuador, Perú y Bolivia). Las estadísticas indican que más del 30 % de las emisoras del continente están concentradas en estos países, no obstante, la cordillera impide la instalación de la infraestructura con resultados eficientes.

## **CUADRO No. 2**

### **Posición comparativa de América Latina y el Caribe en el desarrollo de la radio**

Regiones	Total receptores y (en millones)					No. de receptores por 1000 habitantes				
	1970	1980	1990	1994	1997	1970	1980	1990	1994	1997
África	19	51	49	104	108	171	122	173	158	216
América Latina y el Caribe	45	160	93	261	153	348	168	354	204	412
Asia	78	37	254	96	568	178	621	183	900	225
Europa	314	481	418	604	464	643	481	662	531	729
Oceanía	10	526	20	871	26	996	28	1007	31	1071

FUENTE: UNESCO (1997) Anuario estadístico 1996, UNESCO, París  
UNESCO (1999) Anuario estadístico 1999, UNESCO, United States of America  
ELABORACION: Autor de la investigación

El cuadro No. 2 nos da una visión comparativa de la radio en América Latina en relación con el desarrollo del medio en otros continentes. En la década del 70, Latinoamérica contaba con unos 160 millones de receptores de radio, para 1980 el número era de 261 millones, en 1990 era de 348 millones, en 1994 era de 354 millones y en 1997 alcanzaba a 412 millones, y para el 2002 se calculaba alrededor de los 500 millones. Los datos para 1997 establecen que en relación a mil habitantes, América Latina dispone de 412 radiorreceptores, África con 216 radiorreceptores, Asia con 225, Oceanía con 1071 y Europa 729. En síntesis, Oceanía tiene mayor implantación del medio radio, seguido por Europa y en tercer lugar América Latina.

El desarrollo caótico de la radio en América latina ha causado serios inconvenientes. La saturación de la banda atribuida al servicio de radiodifusión en Onda Media, se debe principalmente a una explotación comercial atomizada e hipertrofiada de dicho servicio. Este problema no se habría producido en los casos de Europa, Asia y África (ULCRA, 1990: 59-60).

A diferencia de los países desarrollados, y como dato relevante, el parque de receptores de radio en América Latina supera ampliamente al del servicio de televisión. El cuadro No. 3 da cuenta de la penetración de los servicios de radio y televisión en la región.

### **CUADRO No. 3**

#### **Comparación entre los receptores de radio y de televisión en América Latina y el Caribe**

Países	Receptores de radio X 1000 hab.			Receptores de TV X 1000 hab.		
	1985	1994	1997	1985	1994	1997
Argentina	594	673	681	214	219	223
Bolivia	623	670	675	71	113	116
Barbados	791	877	888	237	279	285
Brasil	363	393	434	185	209	223
Chile	331	345	354	145	211	215
Colombia	136	178	524	93	118	114
Costa Rica	246	260	980	76	142	140
Cuba	325	347	352	192	171	239
Ecuador	313	327	348	66	88	130
El Salvador	401	443	465	74	443	677
Guyana	449	491	---	--	39	55
Jamaica	398	436	483	93	142	183
México	199	256	329	113	163	272
Nicaragua	248	262	265	59	67	68
Panamá	185	227	299	162	170	187
Paraguay	162	172	182	23	83	101
Perú	205	255	273	77	99	126
Suriname	610	680	728	119	141	153
Trinidad y Tobago	431	491	533	276	317	333
Uruguay	585	606	603	166	232	239
Venezuela	408	443	472	131	164	180

FUENTE: UNESCO (1997) Anuario estadístico 1996, París  
 UNESCO (1999) Anuario estadístico 1999, United States of America  
 ELABORACION: autor de la investigación.

El cuadro No. 3 nos permite pasar revista a la situación de radio en América Latina. Tomemos el caso de tres países andinos: Bolivia, en 1997, tenía 675 receptores de radio por mil habitantes y 116 televisores por mil habitantes. Para el mismo año, Colombia tenía 524 radios receptores por mil habitantes y 114 receptores de TV. En el caso de Ecuador, en ese

mismo año había 348 radios receptores por mil habitantes y 130 televisores por cada mil habitantes. Estos datos demuestran que la radio en los países andinos es el medio más difundido, frente a la TV que se ubica en segundo lugar.

En el caso de los países grandes de América Latina, el ejercicio comparativo también nos evidencia la mayor penetración de la radio frente a la TV. Para 1997, en Argentina había 681 receptores de radio por cada mil habitantes frente a 223 de TV, el Brasil tenía 434 receptores de radio por cada mil habitantes frente a 223 de TV, y en México existía 329 radio receptores por mil habitantes con relación a 272 de TV. Por lo tanto, en los tres países el medio radio también aparece como el de mayor difusión.

De los 21 países registrados en el cuadro, los 20 países demuestran cuantitativamente un alto porcentaje de radio receptores por cada mil habitantes en comparación con los aparatos de televisión. Y sólo en el caso de El Salvador existe un porcentaje superior de receptores de televisión frente a los de la radio: 465 receptores de radio frente a 677 de televisión, para 1997.

### **3.2.3. PROGRAMACIÓN RADIOFÓNICA**

La radio en América Latina en los años 40 y 50 fue un instrumento de entretenimiento y cohesión social. Las radios mejor dotadas disponían de varios recursos como un departamento de prensa, conjuntos musicales, artistas y locutores profesionales que participaban "en vivo" en la programación regular.

Con el advenimiento de la televisión, en los años 50 y 60, la reacción de la radio en la región fue tenue. Los contenidos de la programación no se sustentaron en función de renovar los ideales de servicio, sino en la adaptación de viejos patrones comerciales en referencia a las leyes del mercado. Los propietarios de radio trataron de conservar posiciones privilegiadas de mercado, incorporando al nuevo medio el viejo esquema de explotación comercial.

*"Las inversiones, los esfuerzos de cobertura, el star-system, la importación masiva de programas y el hard-sell publicitario han emigrado a la televisión, lo que ha*

*desincentivado aún más al radiodifusor público y privado en términos de calidad y cobertura*" (ULCRA, 1989: 17).

No obstante, la radio en América Latina tiene una gran demanda. La audiencia latinoamericana escucha radio básicamente de 6 a 9 de la mañana (noticias, debates y opinión), y si bien el 62% sigue fiel al medio, cerca del 60 % lo hace a través del radio receptor de su vehículo (ULCRA, 1989: 17).

Pese a la existencia de pocos estudios, el perfil regional de la programación radiofónica corresponde a los siguientes datos: música norteamericana y baladas (55%), publicidad comercial (30%) y la información general y deportiva (15%) (JARAMILLO, 1990: 33-34).

Gran parte de las programaciones que son difundidas en las radios de América Latina tiene un origen en los centros hegemónicos del Norte. *"La música, radio revistas especiales, documentales, programas recreativos y educativos sobre diferentes tópicos, son elaborados en Norteamérica o Europa, facturados bajo un punto de vista de las metrópolis e incluso abordando temáticas inherentes a nuestras realidades. Son transmitidos diariamente en las emisoras de la región, las cuales rellenan sus pobres programaciones con estos llamados "enlatados" que llegan finalmente a los consumidores, quienes configuran su visión de la realidad bajo el menú de propuestas venidas desde esos centros"* (ORDÓÑEZ, 1992: 88).

Lamentablemente, este tipo de programaciones, sobre todo basado en donaciones de cintas y cassettes, alienta a las radios a no invertir en la producción de una programación propia. Algunas radios prefieren poner en antena un programa adquirido gratuitamente, a radiar uno donde se debe invertir recursos y, además, realizarlo.

En este sentido, cobra importancia la producción endógena, especialmente con fines de integración que acompañan las propuestas de equilibrio de los flujos de información y comunicación que demandan los países del Tercer Mundo, sobre todo de América Latina.

CIESPAL, en 1991, puso en circulación una serie radiofónica realizada en coproducción y denominada "*Todas las voces*". Son 90 programas facturados bajo un formato documental dramatizado que contiene mitos, cuentos y leyendas. Una audiencia de 100 millones de personas se ha calculado que ha escuchado la serie, a través de un centenar de radios (ORDOÑEZ, 1992: 88).

El tono serio y formal de la radiodifusión pública europea no es norma en América Latina, cuyas emisoras han privilegiado tradicionalmente un estilo de programación "*caliente*", basado en el lenguaje coloquial, música en vivo o grabada, publicidad de empresas locales y mensajes personalizados y avisos clasificados. A continuación presentamos el cuadro No. 4 que ilustra los tipos y función de los programas radiofónicos en una muestra de países de la región.

#### **CUADRO No. 4**

#### **Tipos de programas de radio clasificados según su función en América Latina y el Caribe (en porcentajes)**

PROGRAMAS Y FUNCIÓN	CUBA (1994)	EL SALVADOR (1994)	ARGENTINA (1989)	BOLIVIA (1989)	GUYANA (1991)
Informativos	25.0	10.0	39.5	18.8	16.6
. Boletines	...	8.0	7.9	15.4	9.5
. Otros	...	2.0	31.6	3.1	7.1
Educativos	...	10.0	5.3	4.6	10.0
. Específicos	...	5.0	2.6	0.0	4.0
. Desarrollo	...	4.0	2.6	4.5	3.3
. Otros	...	1.0	...	0.0	2.7
Culturales	23.7	8.0	10.5	0.2	1.4
Religiosos	...	10.0	2.6	1.2	4.9
Publicidad	0.7	20.0	...	21.9	33.3
Entretenimiento	50.6	41.0	42.1	53.5	33.8
. Lúdicos	6.0	...	5.3	0.0	0.9
. Música	42.4	30.0	21.1	53.4	28.4
. Deportivos	2.2	10.0	10.5	0.1	2.4
. Otros	...	1.0	5.3	...	2.1

FUENTE: UNESCO (1997) Anuario estadístico 1996, UNESCO, París  
 ELABORACION: Autor de la investigación

El cuadro No. 4 demuestra los programas en porcentajes y el tipo de programación en los países seleccionados. Comparativamente, los programas informativos, incluidos

boletines y otros informativos, de Argentina (39.5%) y Cuba (25%), son los de mayor porcentaje de emisiones radiofónicas, frente a otros países; mientras que, El Salvador es el país que menos atención da a este tipo de programación. Pero, tanto El Salvador como Guyana apuestan por los programas educativos (10 % ) del total de sus emisiones anuales.

La programación cultural es muy difundida en el caso de Cuba (23.7%), bastante menos en Argentina (10.5%) y en El Salvador (8.0%); pero casi inexistente en Guyana (1.4%) y Bolivia (0.2%). La explicación por la que Cuba da gran importancia al tema de la cultura es por su tradicional compromiso con ella; es conocido que el Estado de la isla promueve importantes políticas nacionales en el plano cultural y educativo, y este no es el caso en otros países en donde la cultura no es necesariamente una prioridad.

Una constante que se evidencia en el cuadro es elevado el porcentaje (de 40 a 53%) que los cinco países dan a la programación de entretenimiento; sobre todo, a programas lúdicos y musicales, que son elementos culturales muy promocionados. En la subregión andina, las radios FM difunden música entre doce y veinte horas al día.

En cuanto tiene que ver con las emisiones de la publicidad radial, en todos los países de la muestra vemos que ésta ocupa considerables porcentajes, pues en la mayoría de países de la región las radioemisoras se financian con este tipo de programación, ha excepción de Cuba en donde la radio es de carácter estatal y está financiada con aportes del fisco.

Finalmente, la programación religiosa es también considerada en las radioemisoras latinoamericanas. En estos países existen muchas emisoras que están en manos de comunidades religiosas, y es la Iglesia Católica o la Evangélica la que controla importantes cadenas de Radio. En los casos de Bolivia y Ecuador esto es muy evidente. En el cuadro No. 4 constatamos que sólo en Cuba no existe programación religiosa, y esto por obvias razones, pues, la radio oficial pública es de naturaleza laica.

CIESPAL (1993) realizó una investigación sobre las tendencias de la programación radial en América Latina. El estudio se basó en una muestra representativa de 88 estaciones

radiales, de un universo de estudio conformado por 5.876 emisoras, en 19 países. Los resultados fueron los siguientes.

### **3.2.3.1. PROGRAMACION MUSICAL**

El 94% de las radios utilizaban música en su programación; la mayoría mediante la modalidad de *disc jockey*. La música se difundía en el 94% de las radios privadas y un 6 % en las radios públicas. Estos porcentajes se explican por el interés de las radios comerciales de ofrecer al oyente una programación de entretenimiento, de tal manera que constituyera una alternativa de elección, ganar audiencia y mayor pautaje en la publicidad.

### **3.2.3.2. PROGRAMACION INFORMATIVA**

Los noticieros se difundían ampliamente en un 87.50%. Estos programas eran producidos por las propias radios en un 88.16%; mientras que, el 11.84% correspondía a producción externa.

El 60% de los noticieros se transmitía en períodos que oscilaban entre 15 y 30 minutos y tenían entre una o dos horas de duración; el 40% restante, correspondía a programas que duraban más de dos horas.

El 93.51% de las radios privadas incluía programas noticiosos dentro de su programación regular, y apenas el 6.49% en las radios públicas. Por su parte, los noticieros tenían mayor presencia en las radios comerciales, con el 91 %.

### **3.2.3.3. PROGRAMACIÓN DEPORTIVA**

El 52.27% de las radios difundía programas deportivos; el 93% de ellos era producido en las propias emisoras comerciales, mientras que sólo el 7% era de producción foránea.

El 54% de las radios tenía transmisiones deportivas hasta una hora de duración, pero también había programas deportivos que duran más de una hora. Este tipo de programas se encuentra con preferencia en las radios comerciales, en un 91.30%.

#### **3.2.3.4. PROGRAMACIÓN EDUCATIVA Y CULTURAL**

El 45.45% de las radios difundía programas educativo-culturales. Las temáticas de mayor preferencia eran: ciencia y tecnología, alfabetización, historia, leyendas, información artística y cultural, salud, literatura, ecología y asuntos sociales o comunitarios.

El 87.50% de las radios que los difundían eran de carácter comercial. Esta ironía es evidente si se considera que las radios públicas y las emisoras de carácter educativo y cultural debieron haber sido las abanderadas de estos temas.

El 54% de los programas educativos y culturales era de producción propia; el 24% de procedencia nacional y el 26% de producción extranjera. El 67% de estos programas tenía hasta una hora de duración.

#### **3.2.3.5. PROGRAMAS DE OPINIÓN**

Los programas de opinión, por lo general eran dirigidos por un moderador y actuaban en ellos diferentes profesionales para abordar distintos temas. Se difundían en el 31.68% de las radios. Eran producciones propias, con el 92.59%.

Un alto porcentaje, el 96.30% de las radios que difundía este tipo de programas, era de carácter comercial, y sólo el 3.70% era del tipo de radios públicas o educativas-culturales.

#### **3.2.3.6. PROGRAMAS RELIGIOSOS**

La programación religiosa era difundida por el 27.27% de las radios; los temas más frecuentes eran, la transmisión de la Misa, prédicas, noticias de la Santa Sede, citas bíblicas, orientación cristiana, evangélica, luterana y presbiteriana.

Eran programas de producción propia en un 72.72%; de producción nacional y del extranjero el 13.64%. Los programas religiosos eran difundidos preferentemente por las radios comerciales en un 87.50%, y sólo el 8.33% correspondía a las radios públicas y de carácter educativo-culturales.

### **3.2.3.7. PROGRAMAS PARA LA MUJER**

Los programas para la mujer se transmitían en un 22.73% y abordaban temas, tales como: moda, belleza, recetas de cocina, planificación familiar y educación sexual.

El 78.95% de esta programación era originada en la propia emisora; mientras que, el 15.79% era de producción nacional; y el 5.26% era de producción exógena. Estos programas estaban presentes en las radios comerciales en un 85% y en un 15% en las radios públicas.

### **3.2.3.8. PROGRAMAS DE ENTRETENIMIENTO**

El 17.05% de las radios difundía programas de entretenimiento, que comprenden diversos temas como: humor, horóscopos, farándula, anécdotas, complacencia musical, información de espectáculos, show de variedades, entre otros.

El 80% era de producción endógena, el 20% restante era producido en el ámbito nacional. Este tipo de programación había únicamente en las radios comerciales en un 100%.

### **3.2.3.9. PROGRAMAS PARA NIÑOS**

Los programas para niños se difundían en un 15.91% de las radios. El 92.31% tenía origen en las radios locales, en tanto el 7.69% era de producción nacional.

El tiempo de duración variaba entre los 15 y 30 minutos y eran difundidos en el 57.1% de las radios. Este tipo de programas era transmitido mayoritariamente en las radios privadas, en un 85.71%.

### **3.2.3.10. LAS RADIONOVELAS**

Las radionovelas eran difundidas por 6 de las 88 radios de la muestra, lo que equivalía al 6.82%. Por su parte, el 50% de las radionovelas duraba entre los 15 y los 30 minutos; mientras que, el 33% entre los 30 y los 60 minutos.

El 67% de las radionovelas era producida en el propio país, aunque no en las propias emisoras, en tanto que el 33% provenía del exterior. El estudio no registró radionovelas producidas directamente por las propias radios. Las radionovelas se transmitían en un 83% por las radios comerciales (CIESPAL, 1993: 61).

Las principales conclusiones a las que arribó esta investigación fueron las siguientes:

- 1) Los programas de mayor difusión en las radios de América Latina y el Caribe correspondían a la música, noticieros, programas deportivos y educativos-culturales.
- 2) La producción de los programas era realizada primordialmente en los mismos países de la región. Los programas eran realizados directamente por las propias radios o por productores del mismo país, en un 96%.
- 3) La programación de las radios comerciales era más variada, el oyente tenía mayor posibilidad de selección; mientras que, en las radios públicas o de carácter educativo-cultural la programación era limitada.
- 4) Los programas de mayor difusión en las radios comerciales fueron: música, noticieros, deportes y programas educativo-culturales, lo cual marcaba la tendencia de la radio latinoamericana y caribeña en cuanto a la programación regular.
- 5) En la programación de fin de semana las radios comerciales difundían: música, noticiarios, deportes y programas culturales-educativos; no obstante, la música fue la que mayor espacio ocupaba en la programación (CIESPAL, 1993: 71)<sup>2</sup>.

---

<sup>2</sup> Hasta la fecha este es el estudio más reciente, completo e importante realizado sobre la programación radiofónica en Latinoamérica.

### **3.2.4. POTENCIAL TECNOLÓGICO**

En América Latina, en los ochenta iniciaron los servicios nacionales de comunicaciones por satélite del servicio fijo, que permiten las transmisiones de señales telefónicas, télex, transmisión de datos, radio y televisión.

En 1985, Brasil lanzó su primer satélite del sistema BRASILSAT. El costo total del proyecto fue de 217,4 millones de dólares, que incluía el financiación de dos satélites, las estaciones de tele-comando y control, las pruebas de funcionamiento y seguros. Los objetivos eran para motivar el desarrollo económico y la educación de las poblaciones dispersas. Sin embargo, se ha hecho un uso deficitario del sistema, debido a la falta de una política de comunicación y de programas específicos en educación, salud, telefonía rural (BECEIRO, 1999: 316).

En 1980 México lanzó el proyecto de satélite MORELOS, sistema compuesto de dos satélites de 24 canales cada uno. El costo del programa ascendió a 220 millones de dólares. La tecnología de las estaciones terrenas se dejó a cargo de las compañías de los países industrializados. La falta del liderazgo mexicano en esta materia ha sido duramente cuestionada.

MORELOS ha sido acusado de no tener su origen en un proyecto estatal definido ni diseñado para reafirmar el dominio del estado sobre los medios, ni en fortalecer la independencia nacional ni tecnológica. En la creación intervinieron factores de carácter transnacional ubicados dentro y fuera de México; el proyecto ha respondido más bien a intereses privados y de los fabricantes de los satélites (BECEIRO, 1999: 317).

El sistema de MORELOS I terminó de operar su vida útil, y a partir de 2000 México cuenta con el complejo de satélites MORELOS II, Solidaridad I y Solidaridad II que cubren México y otros sectores del continente americano (ESTEINOU, 2000: 10).

Otro programa importante es el proyecto satelital andino “*Simón Bolívar*”. Nació en 1982 con la ASETA y recoge la aspiración integracionista de los países andinos de

poseer un sistema de satélite bajo su control. Durante quince años se han realizado múltiples estudios técnicos y se reservaron las posiciones orbitales necesarias; además se firmó un tratado internacional para implementarlo. Las políticas relativas a la desregulación y liberalización generaron su aplazamiento. Una vez en funcionamiento, el sistema tendría una alta radiación en los países andinos (BECEIRO, 1999: 315).

Además con la implementación del “Sistema Andino Internet”, un programa del satélite "Simón Bolívar", se logrará el objetivo de conformar una plataforma tecnológica para interconectar a los diversos proveedores del servicio Internet e Intranet de cada país, a través de puntos de acceso a la Red NAP's. Esto permitirá el mejoramiento del servicio de Internet para optimizar el uso de medios de transmisión y el intercambio de información (<http://www.aseta.org.ec>).

Las telecomunicaciones y la radiodifusión, combinadas con la informática, facilitan la interactividad y la accesibilidad de múltiples usuarios simultáneamente.

En América Latina existen experiencias con la radio y la televisión interactivas. En el programa denominado Actualización de Maestros en Educación –AME-, en 1997, han participado 1.725 maestros de 120 escuelas de Argentina, Chile, Costa Rica, México, Panamá, Venezuela y Ecuador. El objetivo del proyecto busca mejorar las destrezas docentes y explorar nuevas herramientas metodológicas. El programa usa los servicios satelitales, recursos audiovisuales y el Internet para favorecer la capacitación de los profesores. El programa está apoyado técnica y financieramente por Microsoft Corporation, la Universidad Autónoma de Barcelona, UAB, y el Banco Interamericano de Desarrollo, BID. *"Se anticipa que durante el período 2002-2005 se entrenará a más de 80.000 maestros en 6.000 escuelas"* (<http://www.redespecialweb.org/ponencias/coelho.htm>, 2000).

En México, Brasil, Argentina, Centroamérica, Venezuela, Colombia y Ecuador, prolifera el uso de antenas parabólicas, receptoras de señales satelitales para radio y televisión.

La teleconferencia y la videoconferencia son dos modos de utilización de los canales de telecomunicaciones que han resultado útiles, puesto que añaden valor a los enlaces de las comunicaciones a un coste relativamente bajo. Las principales aplicaciones son las clases tutoriales y el apoyo para redes de educación. Los proyectos de educación a distancia por radio, desarrollados en América Latina, muestran que estas tecnologías combinadas son viables en los países en desarrollo (UNESCO, 1996: 7).

La capacidad para integrar varios soportes, su interactividad, flexibilidad y conectividad, permite que las tecnologías digitales de información y comunicación generen grandes cambios en la educación. Estos cambios afectan tanto aspectos pedagógicos como institucionales. En lo que concierne a la educación, la interactividad de las TIC crean un entorno en el cual los estudiantes tienen un papel muy activo y múltiples recursos para las actividades formativas.

Las TIC dan lugar a un nuevo panorama de la enseñanza que puede caracterizarse por la flexibilidad, por cuanto desaparecen las limitaciones de tiempo y espacio; y por la apertura, que significa que se pueden establecer contactos y colaboración virtuales. Sin embargo, las TIC deberán cumplir ciertas condiciones mínimas: mecanismos de financiación para eliminar las desigualdades en el acceso; acuerdos sobre normas técnicas y consolidación de estudios; estrategias de implantación; planes y contenidos pedagógicos; infraestructuras y equipo de formación. Cumplir estas condiciones tendrá un coste alto, pero no hacerlo será más costoso, ya que tendrá como consecuencia la pérdida de oportunidades educativas y el aumento de las desigualdades (UNESCO, 2000: 66).

En la radio de América Latina, la aplicación más inmediata y visible de la computadora y el satélite se encuentra en el área de la automatización de las operaciones. La automatización total quiere decir que la computadora maneja la consola con una mínima presencia humana. La automatización parcial se refiere al uso de un computador como herramienta de apoyo por parte de la persona que maneja la consola.

No obstante, las emisoras descubrieron que la automatización resultaba en la pérdida de su audiencia. Los oyentes querían contenido local y programación en vivo. Muchas radios regresaron al formato de operadores en vivo; algunos para toda la

programación y otros durante el día; pero éstos seguían utilizando material pregrabado durante la noche (ALER, 1995: 8).

Sin duda la automatización en la radio abre un debate que es necesario asumir antes de lanzarse hacia cualquier iniciativa de este tipo, pues, implica cambios profundos o esenciales en el modo de hacer radio, en la concepción de la participación y hasta implicaciones humanas, como por ejemplo, la estabilidad laboral de sus operadores.

En América Latina existen cadenas de emisoras vía satélite completamente automatizadas, con programación común, y que inclusive tienen la posibilidad de desconectarse por unos segundos y transmitir publicidad local o la identificación particular de la radio, para que el oyente no note que se trata de una misma programación para muchas otras radios.

### **3.2.5. TECNOLOGÍA E IMPACTO**

Las radios latinoamericanas tienen varias posibilidades de recibir las señales del satélite: en unos casos basta con la instalación de una antena orientada hacia canales de TV o radio que no estén codificados, es decir, abiertos. Si la antena cuenta con un rotor, se puede cambiar de posición y captar señales desde distinto sitio. Hay empresas que venden estos servicios.

La ventaja del satélite es que permite una comunicación más eficiente, porque no tiene los problemas propios de las conexiones terrestres, en ese sentido tiene más confiabilidad y mayor calidad. Y en segundo lugar, por su capacidad de enviar y recibir millones de informaciones a la vez (ALER, 1995: 9).

En otros casos, las señales vienen codificadas y hay que pagar para recibir el servicio. Algunas emisoras internacionales, tales como la BBC de Londres, Radio Nederland, Radio Exterior de España y otras, suben su señal al satélite, lo hacen sin codificación para facilitar que emisoras locales bajen la señal y la retransmitan. Inclusive dan facilidades de financiación y la instalación de los equipos.

*“Estos servicios, casi gratuitos, si no se usan adecuadamente, corren el riesgo de convertir la emisora local en repetidora y sustituir la programación local y nacional por programación extranjera”* (ALER, 1995: 14). Las radios de la región seleccionan los contenidos que merecen ser retransmitidos y buscan el justo equilibrio entre lo local, lo nacional y lo internacional.

Actualmente desde Estados Unidos o América Latina se pueden captar varios satélites distintos, destinados a la transmisión de la radiodifusión, y situados en distintas posiciones orbitales. Son decenas de satélites a los que podemos tener acceso con cientos de canales (libres y pagos) que se pueden recibir. Cada uno tiene un menú de canales, unos libres y otros codificados, y su recepción dependerá del equipo de vía satélite que se elija, de la banda C que usa la antena parabólica grande de 10 y 12 pies, o puede ser de la banda KU que usa antenas de 18 pulgadas hasta 2.8 metros en diámetro, pero siendo las más populares las de 3 pies o 1 metro en diámetro. Antes de ver las compañías operadoras de satélite debemos hacer la diferencia entre canal y programa: **Programa** significa una única señal de radio o televisión por portadora, característico de las señales analógicas. Por su parte, un **canal digital** puede contener varios programas, mediante el uso de las técnicas de compresión y multiplexado.

Para la recepción de los programas analógicos y digitales de satélite se emplearán antenas parabólicas de foco primario o el llamado *"offset"*, si es en banda KU. Para la recepción de los programas terrestres se utilizarán antenas UHF y VHF ajustadas a la frecuencia del canal. Las compañías operadoras de satélites de las cuales Estados Unidos y América Latina reciben los programas analógicos y digitales son varios, pero los siguientes son los más importantes que copan el mayor sector del mercado:

- **INTELSAT**: fue el primer operador en el mundo. Dispone de una amplia flota de satélites.
- **PANAMSAT**: la mayor hoy día que superó a Intelsat en satélites y capacidad satelital. Otros de menor categoría pero que sirven ciertas áreas de interés son Satélites Mexicanos (SATMEX), *Nahuel* de Argentina, Telecom de Francia, Telesat Canadá que opera los ANIK, etc.

- La empresa HISPASAT de España opera el sistema del satélite español **HISPASAT**, desde donde transmite la segunda plataforma digital, VIA DIGITAL y TVE América (<http://www.lionelremigio.com/satelites.htm>, 10/02/2002).

El proceso preparatorio de la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información, CMSI, 2003-2005, ha permitido exponer diversas posiciones no sólo en torno a la noción de "sociedad de información", sino también sobre los diversos temas relacionados con las TIC.

Estados Unidos defiende la posición hegemónica mundial que mantiene en la industria cultural, las telecomunicaciones satelitales, los medios mundiales de difusión, la Internet y la circulación de información. Por eso insiste en la "libertad para los medios", la participación del sector privado, la liberalización de los mercados, los derechos de propiedad intelectual y el establecimiento de un marco para el desarrollo empresarial.

Otro actor del mismo sector privado, pero con una visión menos global -y más bien gremial- la Asociación Internacional de Radiodifusión, AIR, aspira a no quedarse fuera la "sociedad de la información" y de los avances tecnológicos, especialmente de la digitalización de las emisiones radiales. La AIR, que agrupa a 17.000 emisoras privadas de Europa y América Latina, está preocupada por las críticas que se hacen a los medios de información privados "como si no estuvieran cumpliendo su papel" y defiende la "libertad de expresión", entendida como "libertad de empresa", y la privatización del espectro radio-eléctrico. Así mismo, rechaza la incursión de los medios electrónicos con fines no lucrativos y le molesta cualquier tipo de control público.

El acceso y la importancia que tienen las TIC para el desarrollo aparecen en las inquietudes de América Latina. Durante un Foro Internacional realizado en Río de Janeiro, a fines de 2002, a iniciativa de la UNESCO, se hizo hincapié en que los objetivos de las TIC no sólo deben apuntar al crecimiento económico y al empleo sino también a lograr la equidad social. Se enfatizó en que la "sociedad de la información" debe garantizar los derechos de acceso a la información, a la comunicación y a la libertad de expresión.

Por su parte CRIS, una entidad mundial de la iglesia, ha cuestionado el uso del término "sociedad de la información" la cual "no es ideológicamente neutral" sino un invento de la globalización. Impugna la privatización del espacio radioeléctrico que es un patrimonio de la humanidad; la monopolización y la uniformización de los medios; y se ha pronunciado por la defensa de la radio y televisión comunitarias (TAMAYO, 2002: 2-4; <http://lac.derechos.apc.org/cdocs.shtml?x=7856>, 10/28/2002).

El futuro tecnológico que se dibuja presenta, por un lado, todos los alicientes necesarios para ser optimistas: la digitalización hará posible una mayor presencia de canales tanto en radio como en televisión. Pero, por otro lado, la concentración del mercado difusor se mantendrá, favoreciendo a los mismos operadores (CHAPARRO, 2001: 2; <http://www.saladeprensa.org/art196.htm>).

Como alternativa, GIRARD piensa que: "*Si bien los beneficios que ofrece Internet son muchos, el hecho de que dependa de una infraestructura de telecomunicaciones la hace accesible sólo a unos pocos. La radio es mucho más penetrante, accesible y económica. Una mezcla de las dos podría ser una manera ideal de asegurar que los beneficios que otorga Internet tengan un mayor alcance*" (GIRARD, B., 2000: 1; <http://www.comunica.org/tampa/es/mixedmedia.htm>).

Otro elemento del entorno tecnológico que merece ser analizado es el relacionado con la radiodifusión digital (DAB).

### **3.2.5.1. DIGITALIZACIÓN DE LA RADIO**

La sigla DAB proviene de *Digital Audio Broadcasting*; es un sistema de radiodifusión de sonido digital que presenta la ventaja de que elimina los problemas de las interferencias en la transmisión. A diferencia de la radio analógica, en la que cada programa corresponde a una frecuencia única, el sistema DAB tiene la capacidad de agrupar a varios programas o servicios en una banda. Esto posibilita la creación de un flujo llamado multiplexión en los que se transmiten los servicios. La mejora en la capacidad de transmisión ha sido posible gracias a dos grandes innovaciones: la

compresión *Musicam* y la transmisión *Coded Orthogonal Frecuenced Data Multiplexed* (COFDM). La primera reduce ocho veces el espacio ocupado por una señal sonora digital. En términos sonoros, el resultado equivale a la calidad del sonido de un disco compacto. La segunda es una técnica de radiodifusión que consiste en organizar la señal digital en varios paquetes con datos redundantes. El sistema fue objeto de normalización en 1994 (UNESCO, 1999: 143-147).

Según CEBRIÁN HERREROS (2001) los primeros pasos de la radio digital se han dado dentro del sistema de difusión por satélite, pero los desarrollos inmediatos se van a producir en la difusión terrestre. En Europa se ha llegado a una homogeneización en torno al DAB. En Estados Unidos han surgido varios sistemas digitales, aunque el más aceptado es el *IBOC* (*In Band On Channel*). El Sistema DAB es válido para las emisiones terrestres y del satélite. El sistema estadounidense IBOC, no requiere otorgar nuevas frecuencias y permite la transición gradual a lo digital (CEBRIÁN HERREROS, 2001: 49). Y precisamente este último es el sistema que ha comenzado a implantarse en América Latina.

El sistema DAB incrementa el número de canales y ello conduce a un mayor desarrollo de la especialización por temas según los segmentos de públicos. Entre los servicios que aporta sobresalen los servicios simultáneos a la programación con datos, información gráfica o planos de ciudades con indicaciones sobre carreteras, tráfico, meteorología; incluso competirá con la telefonía móvil y el cable. Tiende la radio digital a erigirse en un multimedia que integre sonido, escritura e imagen (CEBRIÁN HERREROS, 2001: 50).

*“La convivencia de diferentes sistemas –analógico y digital- y soportes de difusión –cable, terrestre, satélite- requiere un esfuerzo de imaginación, creatividad y producción de contenidos de alta calidad, variados y atractivos para reclamar la atención de los oyentes (...) Nada debe darse por cerrado. Se abre un mundo lleno de posibilidades cuyo desarrollo depende del ingenio para conseguir resultados eficaces y que respondan a necesidades humanas y sociales”* (CEBRIÁN HERREROS, 2001: 95).

Un asunto también válido para América Latina, nos presenta FRANQUET. Para la autora, la implantación del sistema DAB es un proceso que toma su tiempo. No obstante, la digitalización de la radio en vinculación con el uso de Internet implica otros aspectos importantes, como la codificación en la matriz digital, afectan al sistema de producción radiofónica, en aspectos tales como la captación, el registro, la manipulación y el empaquetado, lo cual hace pensar en una realidad compleja (FRANQUET, 2001, 314-315). Así que el reto de la radio está en encontrar esos nuevos modelos para difundir los contenidos a través de las plataformas multimedia de la sociedad de la información, y ganar espacios en el nuevo ecosistema comunicativo (FRANQUET, 2001: 318).

El sector radiofónico debe tomar como excusa estas tecnologías para que la radio dé un salto hacia delante, profundice en sus posibilidades, minimice los riesgos, y mejore la calidad de su programación con creatividad (ARMARIO, D., 2000: 37-38).

### **3.3. SITUACIÓN DE LA RADIO COMERCIAL**

ZETTERSTRÖN (1993) define la radio comercial de América Latina como una radio financiada por cuñas comerciales, con el objetivo de obtener lucro. Pero, también puede ser una radio emisora pagada por una institución estatal, religiosa o particular que "vende" sus programas en una forma populista. Esto significa que, un gran número de radios comerciales vende los espacios a diversos grupos de la sociedad, quienes producen y difunden programas para una audiencia cautiva; por ejemplo, una escuela alquila un espacio radial para emitir programas para sus alumnos; una agrupación juvenil adquiere una hora semanal para difundir un programa para jóvenes. Además, la venta de espacios de publicidad.

Según el autor colombiano, Jimmy GARCÍA (1998), las emisoras comerciales son aquellas que transmiten publicidad de cualquier tipo de producto o idea, con el objeto de informar sobre sus características, sus virtudes y motivar a la audiencia, para que conozca y consuma un determinado producto, comparta una filosofía, unos planteamientos o siga unas ideas en particular.

Las emisoras comerciales de América Latina tienen como fuente de financiación los anuncios publicitarios, los cuales son pagados por los anunciadores, con tarifas que se establecen según la duración del mensaje y el número de veces que se difunda. Esta publicidad radial puede ser de carácter nacional, regional o local; para lo cual se tiene en cuenta la cobertura de las radios, o los sistemas de enlace que forman las cadenas, y así se determinan los lugares de influencia de la publicidad.

La mayor fortaleza de la radio de América Latina, es ser un medio eminentemente popular, pues llega a todos los estratos socio-económicos de la población. Llega a la persona culta como a la analfabeta; lo que no ocurre con los otros medios: la prensa es para los alfabetos urbanos, y la televisión llega sólo a ciertas ciudades.

Otra estrategia de la radio comercial es el patrocinio de los programas o de eventos deportivos, sociales, políticos y culturales. Consiste en presentar y despedir el programa a nombre de un producto o una firma que paga su realización. Durante el segmento se incluyen las cuñas del patrocinador intercalándolas como adornos, de tal forma que no saturen el programa ni perturben a la audiencia.

Las radios comerciales con programas deportivos han adoptado diferentes modalidades publicitarias, tales como, buscar patrocinadores para diferentes momentos del deporte. Por ejemplo: en el fútbol, el momento de “fuera de lugar” a nombre de un producto o firma, el “tiro de esquina”, a nombre de otro, “el saque lateral”, lo patrocina otra empresa, etc. Este tipo de pautaje es uno entre varios tipos que existen en el mercado de la radiodifusión de América Latina.

Las cuñas o mensajes radiales de la radio comercial, generalmente están a cargo de profesionales que manejar el lenguaje radiofónico, los elementos y técnicas para la realización de los mensajes radiales con los mejores aciertos auditivos.

Estos mensajes pueden llevar una o varias voces de locutores profesionales, efectos sonoros, música de entrada y salida, fondos y cortinas musicales, silencios cortos o largos, y segmentos cuyo texto es cantado a manera de estribillo o canción corta.

El texto cantado se denomina “*jingle*”, el cual es elaborado por compositores, músicos o arreglistas especializados que montan la canción comercial con orquestas, conjuntos, vocalistas, coros o ecualizadores computarizados. La tecnología digital en esta materia ya es utilizada en la región.

En síntesis, podríamos decir que la radio comercial latinoamericana “vende” diversión, cultura, información, deportes y compañía.

Como es lógico, los gobiernos en América Latina vigilan la forma y el contenido de los mensajes, como una medida de defensa de los consumidores y audiencias que reciben el influjo de la publicidad.

Todos los mensajes que tienen relación con la salud de la población deben responder a lo que el Ministerio del ramo haya aprobado en el momento de darle la licencia para salir al mercado. El control oficial es pertinente para que no se difundan mensajes que no correspondan con la realidad, que se manipule la verdad con ideas distorsionadas, o que no se den atributos a un producto cuando no lo posee, por el único afán de lucro desmedido. Sin embargo, esto es más en la teoría que en la práctica.

En algunos países de la región, la publicidad relacionada con la política, tales como, discursos o manifestaciones públicas, requieren previamente el permiso oficial para ser difundidos.

Unas más que otras, las radios comerciales se preocupan de cuidar la calidad, la responsabilidad social y la ética en sus mensajes publicitarios y programas, para no verse sorprendidos y comprometidos por los anunciantes que en algún momento podrían deshonrar la buena fe de la gerencia de la radio.

Para no hallarse en situaciones como las descritas anteriormente, las radios, al igual que otros medios de comunicación, agregan antes y después del mensajes publicitario, la frase: “*publicidad política pagada*”, o también: “*espacio político contratado*”. De esta manera, le comunican a la audiencia que la emisora es un medio imparcial y que presta el servicio de información, a quienes estando dentro de la ley, así lo soliciten.

En América Latina, la mayoría de las radios públicas y culturales sin fines de lucro, no está autorizada para difundir publicidad. En caso de las educativas y culturales, se les permiten emitir mensajes de carácter institucional, pero sin que se le agreguen características del producto o motivaciones con fines promocionales. La razón es que estas emisoras están exentas del pago de impuestos fiscales, y tienen su fuente de financiación en las ayudas estatales o internacionales (GARCÍA, J., 1998: 352).

Por otra parte, la capacidad instalada de la radio, no guarda relación con la calidad de la programación, porque existe una marcada tendencia hacia lo musical, las noticias, los deportes y la publicidad, que es la característica fundamental de la radio comercial, mayoritaria de la región; es más, la radio comercial promociona el criterio de masificación de la audiencia, es decir de amoldar al oyente para la fruición de programas de entretenimiento, pero con la pegajosa publicidad comercial.

Las investigaciones sobre el potencial del medio radio y las características de la recepción en la región son esporádicas. Se conoce que existe un desvío de la publicidad hacia la TV en desmedro del medio radio que no puede atender la gestión en lo que respecta a la producción, la renovación de sus equipos y atender los salarios. No obstante, se evidencia que la gran radio comercial posee poder suficiente para monopolizar el espacio radioeléctrico; además, cierran el paso a las radios comerciales pequeñas y sobre todo, a la radio comunitaria (VV. AA., 1998: 62-63).

Ilustraremos la tendencia de la radio comercial en Latinoamérica, tomando como referencia el caso argentino. En Argentina, en el 2002, la audiencia creció un 30% más que en el 2001. Esto movilizó a las emisoras para acompañar el fenómeno con nuevas estrategias de publicidad y así revertir la caída inversionista por la crisis. Este incremento del *rating* en AM y FM no tendría precedentes en la historia del país (R & TV, <http://www.rt-a.com/75/12-75.htm>, 2002).

La gente elige más a la radio porque esta suplanta al diario, al cable y es gratis. La TV abierta es gratis también, pero bajó la calidad; no tiene las estrellas ni hay buenas producciones. La radio es el único medio que no disminuyó su propuesta y mantuvo a

sus principales referentes en el 2002. Las revistas tienen menor calidad y los diarios ya no investigan como antes. Entonces la radio está en una situación de privilegio.

Según los gerentes del mercadeo de la radio comercial. Éste es el medio más barato en costo por mil. Comparado con la TV, la radio es 8 veces más barata con la misma capacidad de llegada a la gente. La radio hasta podría llegar a tener más audiencia que la tele. Un receptor vale 20 dólares y un televisor \$ 200. Aparte, como prueba de su insuperable penetración, está en los autos y en los walkman.

También es cierto que hay muchas radios por ciudad, eso frustra los planes comerciales y no posibilita que la radio sea más exitosa. Los principales anunciantes de las radios siempre fueron las *pymes*. Salvo en los últimos 10 años que se insertaron las grandes empresas privatizadas. La radio tiene que volver a redescubrir a los anunciantes *pymes*, a los tradicionales, a esos clientes que eran pequeños y fueron creciendo.

Las radios tienen que aprovechar que son en gran medida uno de los pocos medios independientes. Tiene que ganarse esa bandera de pensamiento para empezar a crecer de manera sólida (R & TV, <http://www.rt-a.com/75/12-75.htm>, 2002).

### **3.4. MARCO LEGAL**

La estructura sistemática de las legislaciones latinoamericanas sigue una lógica deductiva y analítica de progresión piramidal. Parten de la base constitucional, a continuación están los códigos de Derecho Público y de Derecho Privado, y en lo administrativo las leyes orgánicas o de organización estatal. A partir de lo cual siguen leyes más específicas, y en los estratos subsiguientes de jerarquía encontramos los reglamentos generales, decretos, decisiones ministeriales, resoluciones, ordenanzas provinciales y municipales (ULCRA, 1989:33).

El principio tradicional de las regulaciones sobre radiodifusión aparecido en la mayoría de los países de América Latina desde los años 30 y 40 es el de la propiedad, disposición absoluta o derecho excluyente del Estado sobre las frecuencias. En el caso de México, la ley Federal de Radio y Televisión de 1960, establece que corresponde a la

nación la propiedad del espacio territorial y por consecuencia, el medio por el cual se propagan las ondas electromagnéticas. Este dominio es inalienable e imprescriptible para el Estado. Igual principio se halla en la antigua Ley de telecomunicaciones de Venezuela de 1940:

*"Salvo lo dispuesto en esta ley o en leyes especiales el establecimiento y explotación de todo sistema de comunicación telegráfica por medio de escritos, signos, señales, imágenes y sonidos de toda naturaleza, por hilos o sin ellos u otros sistemas de transmisión de señales eléctricas o visuales, inventados o por inventarse, corresponde exclusivamente al Estado (...)"* (ULCRA, 1989: 35).

En efecto, la mayoría de países latinoamericanos han legislado la Ley de Telecomunicaciones y de Radio y Televisión con estos mismos conceptos jurídicos básicos; es decir, el Estado es el ente público que controla las frecuencias radioeléctricas en el continente. La regulación estatal de la radiodifusión es importante, por cuanto en el 98% las frecuencias de radio están en manos privadas, entonces la distribución de frecuencias es su caballo de batalla. Éstas deben ser distribuidas con equidad y responsabilidad entre los sectores público y privado, pero esto no siempre ha sucedido así. En algunos casos, los mismos representantes de los medios son quienes administran las entidades públicas del sector y las decisiones administrativas han favorecido los intereses de esos sectores.

A partir de este marco legal nacional es dado encontrar normas y convenciones universales, que constituyen la plataforma jurídica internacional de todos los servicios de radiocomunicaciones. El Convenio Internacional de Telecomunicaciones y el Reglamento de Radiocomunicaciones de la UIT establecen que es responsabilidad de los estados la explotación del respectivo espectro electromagnético. Las estaciones sin licencia son consideradas clandestinas, sujetas a decomiso y a otras sanciones que establecen las legislaciones nacionales.

Uno de los problemas mayores de estas legislaciones latinoamericanas es la falta de un desarrollo conceptual de la noción de servicio público, nunca definidos en términos de contenidos, necesidades o intereses prioritarios de la población, el país o el Estado. Así

predominan las imposiciones meramente formales del Estado, para justificar su derecho inalienable e imprescriptible sobre el espectro radioeléctrico.

Un estudio de ULCRA sobre concesiones de frecuencias acota: "*Una vez generalizada la proliferación de concesiones y el derecho bastante anárquico de una radiodifusión eminentemente privado-/comercial, se hizo muy difícil establecer y sostener exigencias de un servicio público no definido conceptualmente en ninguna parte*" (ULCRA, 1989: 36).

Por otra parte, la aparición de la televisión entre los años 50 y 60 movilizó a algunos países a usar un nuevo marco legal, el régimen mixto, que evitara lo acaecido con la radio, es decir el predominio de la radiodifusión privada-comercial, que trajo como consecuencia la proliferación y atomización de operadores, con la pérdida de toda posibilidad de definición del servicio público por la contradicción entre el principio jurídico y la realidad.

En el caso de Perú, la radiodifusión de servicio público entra legalmente en el ámbito de una empresa pública de telecomunicaciones (ENTEL PERÚ), a través de la Empresa Nacional de Radiodifusión (ENRAD PERÚ), que desde 1972 opera este servicio; pero también subsiste el principio de la concesión de servicios a particulares, e incluso se ha restituido a sus antiguos propietarios el 51% de las acciones expropiadas por la reforma del régimen militar instaurado en 1968.

Según GARGUREVICH, la radio siguió siendo, después de la dictadura, un instrumento de sostenimiento y reproducción del sistema; una zona intocada pese a su importancia. La democratización que perseguían las leyes de la Revolución quedó en letra muerta (GARGUREVICH, 1988: 82).

En la actualidad la ciudadanía exige mayor transparencia en la administración de las frecuencias de radio. En México los liderazgos cívicos manifiestan: "*es necesaria una autoridad autónoma en materia de comunicación, que pueda darle a los concesionarios seguridad jurídica, al Ejecutivo independencia efectiva y a los ciudadanos certeza,*

*transparencia e imparcialidad en el cumplimiento de la Ley y en el otorgamiento de las concesiones y permisos*" (<http://www.apc.org/espanol/rights/lac/cdocs.shtml?x=8612>).

Otros fenómenos interesantes de racionalización o sectorización, con asidero en la reglamentación de la radiodifusión en América Latina, son los casos de Colombia, Ecuador y Bolivia en donde existen radios culturales educativas oficiales y privadas, y la coexistencia de las radios indígenas privadas y semipúblicas que difunden programas en lenguas vernáculas.

Por esto importante hacer algunas propuestas para el desarrollo de este tipo de medios. En primer lugar, se debe exigir que los gobiernos y los organismos intergubernamentales, incluyendo la Unión Internacional de Telecomunicaciones, aseguren que la planificación del espectro radial esté basada en el principio de que el espectro radial es parte del dominio común global que nos pertenece a todos y garanticen el acceso para el uso social y el beneficio público. En segundo lugar, se debe exigir que la reforma legislativa nacional tome en cuenta las características específicas de los medios comunitarios y provean para ello en el marco de políticas y regulaciones (BUCKLEY, 2002; <http://alainet.org/images/alai-25c-w.pdf>).

En resumen, hemos tratado de ubicar la radiodifusión latinoamericana en el contexto mundial y la presentación de algunas razones que han conducido al predominio de una radiodifusión jurídicamente apoyada en las legislaciones de inspiración europea, pero operativamente anidada en el patrón privado-comercial norteamericano. En otras palabras, en Latinoamérica disfrutamos de una diversidad de modelos y combinaciones de tipologías de radios. A continuación analizaremos el papel que cumple la radio pública estatal, en un espacio donde este modelo es precario. Sin embargo, cada país tiene al menos una cadena estatal y otras radios locales ya sean municipales o de entidades oficiales

### **3.5. RADIO PÚBLICA EN AMÉRICA LATINA**

#### **3.5.1. SERVICIO PÚBLICO DE RADIODIFUSIÓN**

A diferencia de Europa, África y Asia, América Latina no está familiarizada con el concepto de radiodifusión de servicio público. En los países latinoamericanos y caribeños no se implantó la radio hasta un siglo después de la independencia de la dominación colonial, motivo por el cual no imitaron los modelos europeos, sino que se inspiraron en el sistema de la radiodifusión comercial de los Estados Unidos de América.

A pesar de la falta de tradición de la radio pública estatal, varias radioemisoras comunitarias han producido un tipo diferente pero genuino de servicio público, lo cual constituye una característica singular de la comunicación en la región y su contribución a un replanteamiento de la radiodifusión de servicio público.

En Europa ha existido la distinción muy clara entre la rentabilidad económica que rige a las empresas comerciales y los intereses socioculturales que sustentan a los organismos del servicio público. Esta dicotomía nunca ha existido en América Latina, en donde las radios estatales, han sido sobre todo instrumentos de propaganda gubernamental y botín político, y no un medio orientado hacia el servicio público, por lo que no han logrado tener ninguna repercusión sociocultural efectiva.

En este contexto, las radios de naturaleza no lucrativas o sin fines de lucro, como por ejemplo las radios comunitarias, han asumido una motivación sociocultural, que corresponde al concepto de servicio público, por sus objetivos de consolidación de la democracia y logro de un desarrollo autosuficiente. Las estaciones de radio comunitaria no se definen por su naturaleza jurídica sino por la finalidad de su actuación. Y pueden estar registradas como empresas públicas o privadas (universitarias, regionales y municipales); lo que importa es que sean radios sin fines de lucro y sin objetivos partidistas (RONCAGLIOLO, 1998: 151-152).

He aquí el concepto de servicio público como se lo maneja en la legislación radiofónica de América Latina:

*"Se entiende por servicio público de radiodifusión (SPR) aquel constituido, organizado y financiado aún parcialmente por la administración pública de un país, o que tenga estatuto especial declarado de servicio público, o que esté bajo tutela de*

*asociaciones privadas sin fines de lucro pero con declarada vocación de utilidad pública"* (ULCRA, 1986:39).

El servicio público de radiodifusión busca asegurar el carácter participativo de la radiodifusión, la objetividad y la alta calidad de la información, el tratamiento equilibrado de los temas controvertidos, la prestación de servicios diferenciados a los diversos estratos socio-culturales de la población, la cobertura territorial completa, la presencia de un porcentaje congruente de programación nacional, la no-ingerencia de anunciantes y otros poderes en los contenidos, la calidad paradigmática de su programación, el uso de las más adecuadas infraestructuras y la descentralización o regionalización de sus servicios (ULCRA, 1986:39).

Estos principios que ningún país practica completamente, pero que inspiran a las instituciones públicas de países europeos y otros, constituyen todavía una utopía para los responsables de la radiodifusión pública latinoamericana. Desde hace décadas, el esfuerzo cotidiano de estos entes por asegurar la supervivencia del principio de servicio público de radiodifusión tropieza con la desatención de la propia administración estatal, la crónica escasez de recursos técnicos, humanos y presupuestos, y con un entorno a menudo condicionado por el efecto homogeneizador y competitivo de la radiodifusión comercial.

La radio pública debería salir de su histórico subdesarrollo crónico para asegurar su necesaria supervivencia. La solución es compleja frente a causas diversas, pero al menos se debe: *"garantizar más democracia, más pluralismo y más participación en el ámbito de la comunicación audiovisual de alta calidad, mediante el advenimiento de regímenes mixtos auténticos, en que los SPR tengan una función precisa, reconocida e irrenunciable que cumplir, al lado de los servicios privados"* (ULCRA, 1986:40).

En Colombia, que podría ser el caso de otros países, la radio pública estatal no cumple con la misión de difundir una programación competitiva con la radio comercial. Los programas informativos no son ampliamente difundidos, su programación musical es para una élite, los programas de entretenimiento no tienen el dinamismo. Así, la radio pública como voz oficial cumple limitadamente su función y los costos invertidos en su

producción se diluyen (VV. AA., 1990: 84). En algunos casos estas radios se han convertido en un botín político para los gobiernos de turno.

Ernesto VILLANUEVA plantea algunas pautas que replantean el perfil de la radio pública en el caso mexicano, pero extrapolable a la región. El proceso creciente de desreglamentación de la radio comercial tiene como contrapartida la eliminación de funciones de servicio público, tarea que debe ser confiada a los medios de servicio público. *"Es aquí donde reside precisamente uno de los puntos fuertes en favor de la existencia de medios de buen hacer periodístico, educativo y cultural"* (VILLANUEVA, 2000: 21). Las radios públicas deben tener valores sociales y su funcionamiento debe estar a cargo del presupuesto estatal porque en efecto cumplen una utilidad social. Estos medios deben ser fiscalizados por la sociedad por medio de códigos deontológicos y *ombudsman* para garantizar la independencia, calidad y transparencia de su gestión.

### **3.5.2. EVOLUCIÓN DE LA RADIO PÚBLICA**

En América Latina existen pocos estudios históricos sobre el nacimiento y desarrollo de la radio, menos aún sobre la radio pública. Sin embargo, las pocas fuentes revelan la presencia de un mismo patrón evolutivo en la región.

A partir del exitoso modelo de *"Radio Pittsburg"* de Estados Unidos (la radio *KDKA* de 1920), surge una radio impulsada por los importadores de radio-receptores que actuaban como agentes del temprano expansionismo industrial norteamericano. La región tardó aproximadamente una década para la adopción de legislaciones nacionales para el desarrollo de la radio. Esto a pesar del temprano nacimiento de radioemisoras nacionales con servicios de radiodifusión pública, paralelamente al surgimiento de las radios comerciales (ULCRA, 1989: 42).

A sus 80 años, la radiodifusión latinoamericana muestra un paisaje complejo. Los servicios no-comerciales no pueden considerarse *ipso facto* como estatales o de interés público. Varias emisoras de radio operan bajo el manto del sector público o por particulares, pero inspirados en los ideales de servicio social, tales como fundaciones, centros culturales, universidades, iglesias, etc.

Otra forma de administración no-lucrativa de las radioemisoras, aunque menos difundida, es la del régimen de monopolio a través de organismos subordinados al estado. Y un tercer tipo, es aquel que renta espacios a particulares para que éstos produzcan y difundan a través de las estaciones programas informativos, deportivos, culturales, educativos, etc. Es el caso de radios municipales debido a la falta de recursos de las administraciones locales.

La industria radiofónica en el caso de Bolivia ha convivido con una situación de crisis y recesión. En este contexto, la radiodifusión ha luchado por sobrevivir y sólo algunas emisoras públicas y culturales-educativas, dependientes de instituciones, tales como la Iglesia Católica, las Fuerzas Armadas y el Estado, han podido enfrentar la crisis con cierta solvencia.

Los servicios de radiodifusión no sólo requieren de una infraestructura técnica, sino también de una adecuada legislación y producción, capaz de contribuir al desarrollo; sin embargo, existe una confusión de funciones de los entes públicos que impide dar el apoyo adecuado a estas radios. Los servicios de radiodifusión están adscritos a entidades que no les compete, al ministerio de educación, o a universidades, que administran radios de servicio público (Chile, Costa Rica, Bolivia, México y Panamá). Esto evidencia que la radiodifusión pública para el Estado no goza de prioridad en los planes de desarrollo nacional (ULCRA,1989: 27).

Como la radio pública oficial no se autofinancia, sino que requiere de fondos para su infraestructura, operaciones y programas, esto hace que los recursos sean limitados. En consecuencia, se ha establecido un círculo vicioso, en el sentido que la radiodifusión de servicio público no cumple su rol por falta de recursos y viceversa.

### **3.5.3. CLASIFICACIÓN DE LAS RADIOS DE SERVICIO PÚBLICO**

Como hemos visto, la radio pública se define por sus objetivos socioculturales, que corresponde a la idea de servicio público, es decir, por sus objetivos de consolidación de la democracia y el logro de un desarrollo humano y sostenible.

Con esta idea, los servicios públicos de radiodifusión no se definen por una condición meramente jurídica sino por la finalidad de su actuación. Pueden estar registradas como empresas públicas o privadas (no comerciales). Lo que imprime es su carácter *público*, es decir que sean medios radiofónicos sin finalidad de lucro.

A propósito de establecer una mínima comprensión de este tema, es conveniente hacer una clasificación inicial de los servicios públicos de radiodifusión. Estos pueden estar agrupados al menos en dos categorías:

GRUPO A: Radios nacionales de control estatal directo.

GRUPO B: Radios educativas y de servicio social subsidiadas por la administración pública.

La existencia de radios de la categoría B es un tanto aleatoria, aunque con notables excepciones como en el caso mexicano desprovisto de radio nacional (RN), pero dotado de emisoras de cobertura nacional del tipo B (ULCRA, 1989: 28).

Un autor latinoamericano con respecto al complejo entramado de la radiodifusión de la región, manifiesta: "*Latin America, unlike Europe, Africa, and Asia, is unfamiliar with the idea of public service broadcasting. The countries in this region adopted radio and television only a century after independence and release from colonial domination. For that reason, they did not imitate European models but looked to the commercial system of broadcasting in the United States. In spite of this lack of a public tradition, a series of community radio and television stations have generated a different but genuine public broadcasting. Therein lies the region's unique communication feature and its contribution to rethinking of public broadcasting*" (RONCAGLIOLO, 1995: 297).

En América Latina, la red de medios de comunicación, que comprende la radio comercial y la radiodifusión semipública, ha favorecido la aparición de emisoras locales. La mayor parte de ellas tienen licencias comerciales, pero también disfrutan de un estatus especial como emisoras culturales y educativas (UNESCO, 1999: 155).

### **3.6. FINANCIACIÓN DE LA RADIO PÚBLICA**

La talla económica de la radio pública no ha sido estudiada, y resulta difícil obtener datos fidedignos y concluyentes en esta materia. Sin embargo, con los pocos elementos que hemos encontrado trataremos de construir algunas ideas al respecto.

Las partidas asignadas a los medios públicos en los presupuestos nacionales son poco significativas, al punto de que existen estaciones estatales pero sin presupuesto del erario nacional. Es difícil obtener la cuota de fondos de origen publicitario. Tampoco se tiene datos sobre ingresos por venta de programas u otros servicios, y las administraciones son a menudo inaccesibles. Un sondeo realizado en 1987 no da una primera aproximación incompleta al tema. Además con estadísticas de la UNESCO hemos construido el cuadro siguiente.

**CUADRO No. 5**  
**Financiación por tipo de institución y fuente**  
**de la radio de América Latina**

PAÍS	TIPO RADIO	AÑO	FONDOS EN %		
			PÚBLICOS	PUBLICIDAD	OTROS
Cuba	Pública	1991*	100.0		
Panamá	Pública	1989	100.0		
	Comercial			100.0	
México	Pública	1987	100.0		
	Comercial			100.0	
Bolivia	Pública	1989	70.0	15.0	15.0
	Comercial			80.0	20.0
Chile	Pública	1985	15.4	74.1	10.5
	Comercial		0.1	91.6	8.3
Colombia	Pública	1989	100.0		
	Comercial			100.0	
Guyana	Pública	1991	13.0	82.9	3.3

FUENTE: UNESCO (1993) Anuario estadístico 1993, pp. 9.41 y 9.42.

ELABORACIÓN: Autor de la investigación

\*) A partir de este año el Anuario de la UNESCO no registra datos sobre las fuentes de financiación de la radio en América Latina y el Caribe.

El cuadro No. 5 sobre las fuentes de financiación de una muestra de radios de América Latina nos permite tener una primera impresión. Así podemos afirmar que las

radios públicas o gubernamentales se financiaban con recursos del Estado y las radios comerciales con fondos provenientes de la publicidad. Esto para los casos de Panamá, México y Colombia. Lo curioso se da en los casos de Bolivia y Chile; la radio pública de Bolivia se financiaba con fondos provenientes del Estado en un 75%, pero además con aportes de la publicidad (15%) y de otras fuentes (15%). En el caso de Chile es lo contrario, la radio pública se financiaba apenas en el 15.4% con fondos estatales, pero con el 74.1% de la publicidad y el 10.5% restante de otras fuentes. La radio comercial chilena recibía una financiación estatal de 0.1%, el 91.6% de la publicidad y el 8.3% de otras fuentes. Otro hallazgo es que la radio pública de Guyana se financiaba, apenas con el 13.0% de fondos estatales, pero con el 82.9% de la publicidad y el 3.3% de otras fuentes. La columna de "otros" fondos se refiere a los aportes que recibían de la cooperación internacional, de ONG o de entidades para estatales para difundir programas sociales, informativos y de educación. Todos estos datos estadísticos también nos muestran la heterogeneidad y la complejidad del mundo en que vive la radio latinoamericana.

Ya nos decía DÍAZ MANCISIDOR, la radio pública está adoptando el modelo comercial como fuente de financiación, aunque esta manera de financiación es histórica al desarrollo de la propiedad privada del medio. La configuración de la radio como empresa mercantil, con fines de lucro, basa su estrategia de financiación en la venta de publicidad (DÍAZ MANCISIDOR, 1995: 76). Este parece ser el camino que le toca optar a la radio pública de la región frente a la escasez de fondos para sus operaciones.

La publicidad como fuente de financiación garantiza a la radio un nivel de ingresos suficientes para su desarrollo empresarial, lo que ofrece una relativa independencia con relación al poder político y económico. Pero en su contra, la dependencia del mercado publicitario incide directamente en la política de programación, lo cual limita la teórica libertad de gestión a los intereses de los anunciantes o de las audiencias, que en último término son los que concitan el interés de las inversiones publicitarias. “*Los límites de la publicidad como fuente de financiación provienen del propio mercado publicitario o de las restricciones de su empleo en la radio, provenientes de la vía normativa*” (DIAZ MANCISIDOR, 1995: 76).

En América Latina está sucediendo algo similar al caso de España. Cada vez se dan más oportunidades a la iniciativa privada, se regula para garantizar la competencia, se potencia a los sectores económicos sustentadores del Estado, se evita que el Estado influya en el mercado. Es evidente el predominio del denominado neoliberalismo, que propugna la concepción abstencionista del Estado, como prestador de servicios, en la distribución y en la justicia social (MARTÍN-CARO, 1993: 163). Esto también es válido para la radio pública.

Como justificación del proceso de privatización se argumenta la ineficiencia de la entidad pública, en este caso de la radio pública, la ausencia de objetivos concretos, de controles externos y la inoperatividad; además, como una fuente de rentas para grupos clientelares y de corrupción (MARTÍN-CARO, 1993: 164).

Para el caso de la radio comunitaria que suple generalmente la misión de las radios públicas oficiales, se debería buscar mecanismos efectivos para asegurar que éstos medios tengan una base económica viable y no sean marginados por los medios comerciales establecidos. Se necesita apoyo y asistencia para que los medios comunitarios existentes se adapten a las nuevas tecnologías de producción digital. Al hacerlo, se debe crear conciencia del potencial educativo, transformador y de desarrollo de los medios comunitarios entre las organizaciones de la sociedad civil y los movimientos sociales, y entre los que toman decisiones sobre políticas, los reguladores y las instituciones internacionales. El derecho a la comunicación es fundamental para una sociedad basada en los derechos humanos y la justicia social. Los medios comunitarios son medios vitales para alcanzar ese derecho (BUCKLEY, 2002; <http://alainet.org/images/alai-25c-w.pdf>).

### **3.7. CONCLUSIONES**

Como hemos analizado, en América Latina, el desarrollo de la radiodifusión es un asunto heterogéneo. En cada país se han vivido procesos distintos que marcan desigualdades en el desarrollo del medio radio. En Brasil y Chile resurge la radio comercial, mientras en Colombia se mantiene una hegemonía y liderazgo político de la radio privada, pero en el caso de Perú la radio comercial ha atravesado una situación de

crisis y estancamiento. La radio comercial tiene un indiscutible liderazgo en los campos sociales, culturales y políticos. En definitiva, el modelo comercial es el que subsume e impone sus lógicas a las radios públicas estatales, a las radios populares, educativas y comunitarias, sobre todo desde el punto de vista del financiación, de las lógicas programáticas y de la tecnología.

Sin embargo, en cuanto al desequilibrio en el uso de las tecnologías en la región, JONES nos advierte: *"cuanto más moderna, sofisticada y cara es la tecnología que se quiere implantar, más alejada queda de las grandes capas marginales de la población. Por ello, ahora más que nunca se hace necesaria la adopción de políticas latinoamericanas de comunicación que si no corrijan, por lo menos disminuyan los desequilibrios"* (JONES, 2000).

Por otra parte, la penetración de los medios de comunicación, en particular de la radio, es importante por cuanto ayuda a que los ciudadanos puedan tomar sus propias decisiones políticas a partir de la información que reciben. Los gobiernos se muestran sensibles cuando perciben que la sociedad civil les obliga a rendir cuentas ante unos ciudadanos bien informados (BANCO MUNDIAL, 2002: 193).

## **CAPÍTULO IV.**

### **EDUCACIÓN A DISTANCIA EN AMÉRICA LATINA**

## **IV. EDUCACIÓN A DISTANCIA EN AMÉRICA LATINA**

El presente capítulo está destinado a abordar la educación en América Latina, con el propósito de ubicar el tema de la radio educativa. Primero, analizaremos la problemática de la educación y sus diversos subtemas; es decir, la crisis de la educación, las críticas a la escolarización y, finalmente, hablaremos de la educación a distancia y la educación radiofónica. En otras palabras, preparamos el contexto para estudiar la radio comunitaria educativa en América Latina, desde la visión de la educación y sus manifestaciones.

### **4.1. CRISIS DE LA EDUCACIÓN**

Históricamente los problemas educacionales de los países de América Latina se han mantenido sin solución, pese a la cooperación de organismos internacionales, tales como la UNESCO, OEA, BID y BM. Sin embargo, en las dos últimas décadas esta situación se ha agudizado debido a los problemas estructurales de carácter socio-económico y político de estas sociedades.

El panorama actual de la educación latinoamericana es, por lo menos, alarmante, porque no ha sido sustituido un modelo educativo por otro, mejor o peor sino por políticas educativas degradadas, para grandes masas empobrecidas que quedan ahora excluidas y carentes de representación. Los pobres de América Latina, que han perdido sus sindicatos y se vinculan inorgánicamente, que tienen cada vez menos acceso a escuelas y hospitales, constituyen también un problema para la estabilidad de la región (PUIGRÓS, 2001: 99).

Además, se trata de una crisis, no coyuntural, sino estructural, que niega capacidad a los países para generar dinámicas productivas y distributivas que hagan posible un desarrollo humano con dignidad (OSORIO, 1989: VII).

Los gobiernos con deudas externas pesadas no han podido resistir la puesta en marcha de las políticas extremas de ajuste. Estas políticas obligan a recortar presupuestos públicos de los sectores de la educación, salud y vivienda. La austeridad ha incorporado también la eliminación de subsidios en la alimentación, vivienda y energía. Los paquetes

económicos han promovido la sobre-explotación de los recursos naturales para aumentar la rentabilidad de las empresas. La migración aumentó críticamente el crecimiento de los sectores urbano-marginales, caracterizadas por la pobreza absoluta, la miseria, la falta de educación y el deterioro acelerado del medio ambiente (EDWARDS, 1995: 32-33).

Por otra parte, la globalización ha minado las bases de los sistemas escolares que hace treinta años eran objeto de confianza de los sectores progresistas liberales, cuyos técnicos pronosticaban la eliminación del alfabetismo y el alcance de altos índices de escolaridad para finales del siglo pasado. Ha esto ha contribuido también al debilitamiento y la dispersión del movimiento de educación popular no formal. Pero la naturaleza del problema no puede definirse sin tener en cuenta las carencias sistémicas. Es decir, sin subrayar la falta de alternativas capaces de transformar los sistemas educativos, con carácter democrático (PUIGGRÓS, 2001: 99).

#### **4.2. ACCESO A LA EDUCACIÓN**

En América Latina las autoridades educacionales insisten que se ha invertido grandes sumas de dinero en la educación y que ya es imposible gastar más. Esto se da porque los estados no conciben como una inversión los recursos destinados a la educación.

Por ejemplo, en México, el gasto federal desde mediados de los años ochenta ha sufrido un fuerte descenso, a pesar que desde la revolución de 1910 se consideró como tarea prioritaria la atención a la educación. Además se confirma la tendencia de la región, de responder a la crisis, reduciendo el peso político de la educación en las estrategias de desarrollo global de la nación (CHIODI, 1990: 53-54).

Los estados han proclamado la gratuitad, universalidad y obligatoriedad de la educación en sus respectivas cartas constitucionales; no obstante, la administración sólo da cuenta de estadísticas (cuando las hay) sobre partidas presupuestarias, construcción de aulas, matrícula, deserción, etc. Pero no existen publicaciones con resultados cualitativos de la educación, con ciertas excepciones.

Los sistemas educativos latinoamericanos reflejan supuestamente altos niveles de participación en cuanto al acceso a la escolaridad. Las tasas de matrícula superan a las tasas de Asia y África en los tres niveles educativos: primaria, secundaria y superior (STROMQUIST, 1995: 183). Sin embargo, esto no nos dice nada sobre la problemática de la educación en relación con las metodologías, la calidad de los contenidos o los resultados para la inserción laboral en esas sociedades.

Según datos del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo, PNUD, en el año 2001, el promedio de analfabetos en América Latina, alcanzó la cifra de 12.2 % en la población mayor de 15 años, y es relativamente bajo en comparación con el 44.9 % de Asia y el 39.5 % de África (PNUD, 2001: 181). En términos globales en América Latina existen alrededor de 39 millones de analfabetos absolutos (GENTILI, 2001: 27).

El problema del analfabetismo está relacionado con la presencia de poblaciones indígenas y otros sectores sociales desatendidos en sus múltiples necesidades. Además esta situación refleja la poca atención a los problemas lingüísticos, culturales y económicos de la población. En este contexto, el acceso a la educación es restringido y elitista.

Los pedagogos consideran que en los últimos tiempos ha disminuido la intensidad del mecanismo histórico más eficaz de discriminación educativa, es decir, la negación del derecho a la educación de los sectores populares, pero la exclusión ha desaparecido. “*Aún hoy, 39 millones de analfabetos absolutos son, en América Latina, la marca inocultable de este apartheid educativo. La posibilidad de disminuir estos índices no necesariamente significará el fin de las políticas de segregación, sino el refuerzo de dinámicas diferenciadoras que intensifican procesos de exclusión incluyente*” (GENTILI, 2001: 27).

En los últimos años el acceso a la educación no significa que todos tengan posibilidad de acceder al mismo tipo de escolarización. Esto es así en América Latina, pero es mucho más ahora, después de más de 20 años de ajuste (GENTILI, 2001: 27).

#### **4.3. CRÍTICAS AL SISTEMA EDUCATIVO**

Las políticas de alfabetización y educación en general, históricamente se han orientado a propósitos compensatorios, funcionalistas, de carácter desarrollista y modernizador, e integracionistas en los modelos de desarrollo nacional, pero todos han fracasado rotundamente (CEAAL, 1989: 191).

Para explicar esta aseveración recurriremos a Mario KAPLÚN quien, basándose en aportes de Juan DÍAZ BORDENABE, nos permite hacer un recorrido por tres opciones educativas que han primado en Latinoamérica en los últimos cincuenta años.

- **Primera opción: educación que pone énfasis en los contenidos**

En este tipo de educación, el educador deposita los conocimientos en el educando, inculca conocimientos en el alumno, quien es visto como receptáculo y depositario de informaciones. Se ha reprochado a la escuela tradicional por confundir la verdadera educación con una mera instrucción e información con formación.

Esta educación ha sido prevaleciente en el sistema escolar convencional, e inclusive ha predominado en la llamada “educación radiofónica”, en la cual por propia limitación del medio, el alumno se halla ausente y recluido al silencio y a la pasividad.

No obstante, algunas “escuelas radiofónicas” de América Latina, destinadas a la educación de adultos, han reaccionado saludablemente contra estos métodos pasivos y lo han rechazado. Han realzado los principios de la educación “liberadora” y “personalizante”, aunque sus emisiones han continuado sujetas al esquema mecanicista: maestro que enseña, alumno que aprende.

- **Segunda opción: educación que pone énfasis en los resultados**

Habría surgido como respuesta al problema del subdesarrollo. La respuesta a los problemas de la pobreza de nuestros países era la modernización, que consistía en la adopción irracional de los métodos de producción de los países desarrollados.

Sin embargo, este tipo de educación fue cuestionado porque los resultados fueron contraproducentes con relación a los objetivos deseados. Los estadistas se dieron cuenta que ningún desarrollo es posible sin la participación activa de la gente, sin decisiones autónomas, pero con creatividad y la solidaridad nacional e internacional.

- **Tercera opción: educación que pone énfasis en el proceso**

El cambio fundamental que se propende con la educación en este modelo consiste en el paso de una persona acrítica a un ser crítico; de una persona a quien los condicionamientos de su medio le han hecho pasivo, conformista, fatalista y desconfiado, a un ser que asuma su propio destino, pero sin descuidar los valores solidarios y comunitarios.

KAPLÚN explica su modelo: “*si se pudo caracterizar esquemáticamente el primer tipo de educación como el que se propone que el sujeto aprenda y el segundo como el que busca que el sujeto haga, podría decirse que lo que procura este tercer tipo, es que el hombre piense*” (KAPLÚN, 1978: 29-32).

No es nuevo el problema del abandono escolar. Según BORSOTTI el sistema educativo formal muestra una baja calidad de retención escolar. A lo largo del ciclo de la instrucción primaria, abandonan la escuela el 85% de los que ingresaron a ella (BORSOTTI, 1984: 15).

El fenómeno de la deserción escolar tiene profundas raíces sociales, económicas, políticas y culturales. En los primeros cuatro años de la escuela formal es impresionante el abandono de las aulas. Este grupo de neoalfabetos después de pocos años serán adultos prematuros, por su vinculación temprana a labores productivas, y analfabetos por regresión.

Frente a esta realidad surge una pregunta central: ¿cuáles son los factores y las causas que inciden en la incapacidad de la escuela para satisfacer la demanda educativa en América Latina?

La respuesta a esta pregunta no es fácil, debido a la complejidad de la problemática. No obstante, la concepción que predomina en la educación se basa en la subordinación de la educación pública y privada a un determinante estructural, de afianzamiento del *status quo*, promovido por los sectores privilegiados.

BORSOTTI planteó algunas críticas centradas en la propia operatividad del sistema educativo formal, y que aún persisten. Aquí sintetizamos algunas de ellas:

- Cobertura insuficiente: o elitismo. La educación es incipiente, por lo que una parte permanecerá en el analfabetismo.
- Bajo rendimiento: altas tasas de repetición, abandono y baja retención, alfabetización insuficiente. Los egresados carecen de las habilidades para potenciar el desarrollo.
- Estructura y costos: es un sistema pensado desde lo urbano y centralizado. Aunque los costos de operación sean bajos, los presupuestos para educación no son aumentados.
- Inadecuación técnica: rigidez de métodos, currículum universal sin adaptación al medio, inadecuada formación, textos alienantes, formación generalista e imitativa.
- Aspectos ideológicos: el sistema educativo formal pone énfasis en lo urbano y sus valores, y desvaloriza la cultura campesina. El público no controla la educación ni fiscaliza.
- Escasa utilidad social: no tiene mayor incidencia el empleo; en la obtención de bienes para el ascenso y la igualdad social; ni para aumentar la productividad y el desarrollo (BORSOTTI, 1984: 50-63).

En resumen, en las últimas décadas se ha planteado la urgente necesidad de reformar las políticas educativas y ajustarlas a las exigencias actuales y culturales. Pese a todo, el producto educativo no responde cuantitativa ni cualitativamente a los requerimientos del desarrollo. El sistema educativo deberá readaptarse y buscar cambios sustanciales para mejorar la calidad de vida de la población.

#### **4.4. CRÍTICAS A LA ESCOLARIDAD**

##### **4.4.1. DESESCOLARIZACIÓN: IVÁN ILLICH**

Para ILLICH el sistema escolar es el estrecho puente por el que atravesar ese sistema social que se ensancha día a día como único pasaje legítimo para pasar de la masa a la élite (ILLICH, 1974: 15). El sistema escolar coarta cualquier otro medio de promoción del individuo; mediante el engaño de la gratuitud crea en el marginado la convicción de ser el único culpable de su situación. Sus cuestionamientos fundamentales al sistema escolarizado son los siguientes:

- *La escuela institución anticuada*.- Se presume que la escuela de los siglos pasados dará los mismos resultados hoy. Según ILLICH, América Latina no puede darse el lujo de mantener instituciones sociales obsoletas en medio del progreso tecnológico contemporáneo y debe dejar que se desmorone el sistema educativo imperante.
- *El monopolio de la escuela sobre la educación*.- Para ILLICH escuela y escolarización es una forma sistemática de recluir a niños y jóvenes. Cuando una sociedad se escolariza acepta mentalmente el dogma escolar. Tal sujeción se ejerce sobre personas saludables, productivas y potencialmente independientes con una eficiencia comparable a la de los conventos y campos de concentración. La escuela se ha transformado en una "vaca sagrada", quien se revele contra este dogma será tachado de loco o subversivo (ILLICH, 1974: 18). En consecuencia, nuestro autor se pregunta si la escuela conviene hoy a América Latina
- *La escuela como manía obsesiva*.- Según ILLICH, es difícil desafiar la ideología escolar en un ambiente en que todos sus miembros tienen una mentalidad escolarizada. Con esta mentalidad, toda educación que se produzca fuera de esta "fábrica educativa" dará la impresión de ser algo espirú, ilegítimo y no acreditado.
- *La escuela tabú intocable*.- Hoy la escuela es vital para el mantenimiento del *status quo* y sirve para mitigar el potencial subversivo de una sociedad alienada (ILLICH, 1974: 20). En las sociedades infracapitalistas, donde la mayoría no puede estudiar, pasará esta mayoría a ser subordinada del escolarizado prestigio de una minoría. En ésta se encuentran los líderes políticos y los técnicos de planificación de los estados.
- *La escuela en el mundo de la electrónica*.- ILLICH vaticinó que el proceso de la educación formal cambiaría. La edad escolar durará toda la vida. A medida que un individuo se haga más maduro y capaz se intensificará su educación. Lo que se entiende hoy por escuela será obsoleto mañana. Él estaba hablando de formación continua, como una educación abierta y para toda etapa del ser humano.

- *La escuela: creadora de déspotas*.- Asevera ILLICH que la escuela que ayudó a superar el feudalismo se ha convertido en un ídolo protector sólo de los escolarizados. Ella gradúa y degrada. La prioridad social se otorga de acuerdo al nivel escolar alcanzado. En América Latina más dinero para escuelas significa más privilegios para pocos a costa de muchos. Cada nueva escuela deshonra al no escolarizado y lo hace más consciente de su "inferioridad". El ritmo con el cual crece la expectativa de escolarización es mucho mayor al ritmo con el cual aumentan las escuelas en Latinoamérica.

Finalmente, ILLICH nos invita a esforzar nuestra imaginación para construir escenarios que permitan una reestructuración de las funciones educativas, ya sea en la industria, como en el hogar. La desescolarización de la sociedad es una mutación por medio de la cual un pueblo recupera el uso efectivo de sus libertades. La mayoría de las gentes aprenden la mayor parte del tiempo cuando ellas hacen lo que les agrada; además son curiosas y buscan dar significado a lo que encuentran en la vida (ILLICH, 1974: 59).

En definitiva, el aporte de este pensador es haber planteado una sociedad desescolarizada, en donde los ciudadanos puedan también encontrar su formación y entrenamiento en la educación abierta y no formal.

#### **4.4.2. "CONCIENTIZACIÓN": PAULO FREIRE**

FREIRE señala que no es el autor del vocablo "*concientización*", siendo un concepto central en sus ideas sobre la educación. "*En realidad, fue creado por un equipo de profesores del Instituto Superior de Estudios del Brasil hacia los años 64*" (FREIRE, 1972: 35).

FREIRE admite haber adoptado este concepto, y BORDENAVE sostiene que fueron jóvenes de la Universidad Católica de Brasil quienes crearon este término entre 1961 y 62. Ellos "*lo definieron como el descubrimiento del yo y de la dignidad humana, conjuntamente con el descubrimiento que la persona en asocio cooperativo con otras personas, es capaz de humanizar el mundo*" (BORDENAVE, 1992: 165).

Por su parte, FREIRE (1972) define el concepto de "concientización" dentro del siguiente análisis. La toma de conciencia no es en sí concientización porque ésta consiste en el desarrollo crítico de la toma de conciencia. Concientización implica trascender la espontaneidad de la aprehensión de la realidad para llegar a una esfera crítica de la realidad del mundo y del hombre. Cuanto mayor es la concientización más se "revela" la realidad para analizarla. La concientización así, no puede existir fuera de la praxis, es decir, sin el acto "acción-reflexión". FREIRE dice que *"esta unidad dialéctica constituye, de manera permanente, el modo de ser o de transformar el mundo que caracteriza a los hombres"* (FREIRE, 1972: 36).

FREIRE juntó los conceptos "concientización" con "liberación" dentro del siguiente análisis. La concientización ha sido siempre inseparable de la liberación, al igual que la teoría y la práctica están unidas en la praxis. La liberación se da en la historia a través de una praxis social transformadora, que evita el idealismo y el objetivismo mecanicista. La concientización no se basa sobre la conciencia y el mundo, sino en la relación conciencia-mundo. Así, el proceso educativo puede ser una práctica para la domesticación o una práctica para su liberación. En este segundo caso el proceso es en sí mismo concientizador.

FREIRE descartó una alfabetización mecánica, e intentó, junto con la alfabetización, cambiar la ingenuidad en crítica (FREIRE, 1972: 36). FREIRE argumenta que las personas oprimidas carecen de una comprensión crítica de la realidad. El mundo les parece algo fijo y son ellas las que deben adaptarse a él. Esta idea es plasmada por la estructura social de dominación y hace que todos los aspectos aparezcan a las personas como "naturales" e inalterables (TENNANT, 1991: 156).

Según FREIRE, la educación crítica considera a los hombres como seres en evolución, inacabados, incompletos en una realidad igualmente inacabada. El carácter inacabado de los hombres y el carácter evolutivo de la realidad exigen que la educación sea una actividad continua.

La educación crítica no sirve a los intereses del opresor, dice FREIRE. Ningún sistema opresivo podría permitir a los oprimidos superarse. Sólo una sociedad

revolucionaria puede practicar esta educación de manera sistemática. La educación crítica es futurista y revolucionaria; es profética y portadora de esperanza. Y ésta se basa en el diálogo. El diálogo es el encuentro entre los hombres, mediatizado por el mundo. El verdadero diálogo no puede existir si los hombres que dialogan no se comprometen en un pensamiento crítico, que perciban la realidad como un proceso en transformación (TENNANT, 1991: 110-114).

En América Latina, FREIRE apoyó la alfabetización cultural, es decir, la alfabetización tendente a dominar la realidad cultural, o sea, la eliminación del dominio de la mayoría por parte de una élite. FREIRE argumenta que después de desenmascarar la realidad debe procederse a una intervención crítica para transformarla. Para él, tanto el pensamiento como la acción son dos aspectos indisolubles de un mismo proceso dialéctico (TENNANT, 1991: 162).

Este proceso consistía en lo siguiente: "*El conocimiento de emancipación nos ayuda a liberarnos de los supuestos que guían nuestra conducta cotidiana (...) Este tipo de pensamiento se construye mediante una crítica de las fuerzas históricas y sociales que conforman nuestra conciencia. Es este tipo de crítica el que FREIRE fomentaba en sus círculos de cultura*" (TENNANT, 1991: 165).

A través de sus planteamientos críticos y liberadores, lo que Freire estaba haciendo era una fuerte crítica al sistema formal de la educación, es decir, a lo que él llamaba educación bancaria.

#### **4.4.2.1. EDUCACIÓN BANCARIA**

Según FREIRE, la concepción bancaria de la educación centra sus actividades en la disertación del maestro, que es el que sabe, y lo deposita en las mentes de los que no saben. Este tipo de educación tiene la misión de "*llenar*" de contenidos a los educandos. Estas disertaciones despojan a la palabra de la dimensión concreta y la transforma en ociosa y alienante (FREIRE, 1971: 63).

La concepción bancaria evalúa la educación como un acto de depositar, transferir, transmitir valores y conocimientos. Esta existe en una sociedad estructuralmente opresora como la situación de América Latina.

Para FREIRE, las características de la educación bancaria se pueden resumir con los siguientes criterios:

- *El educador educa, los alumnos son educados*
  - *el educador sabe, los alumnos no saben*
  - *el educador piensa, los alumnos son pensados*
  - *el educador prescribe, los alumnos siguen la prescripción*
  - *el educador actúa, los alumnos tienen ilusión de actuar*
  - *el educador escoge el contenido, los alumnos consumen*
  - *el educador es sujeto del proceso, los alumnos son objetos*
- (FREIRE, 1971: 64-65).

Según nuestro autor, este tipo de educación es una práctica dominadora, que aprovecha la ingenuidad de los educandos para adoctrinarlos y acomodarlos al mundo de la opresión.

#### **4.4.2.2. EDUCACIÓN PROBLEMATIZADORA**

La educación liberadora busca superar la visión anterior, gracias a desvelar las contradicciones educador-educando. La concepción liberadora o problematizadora se fundamenta en el diálogo. En esta concepción de la educación, el educador a la vez que educa también se educa junto con el alumno, mediado por el diálogo. Así ambos son sujetos del proceso educativo con el que crecen juntos: "*nadie educa a nadie, nadie se educa solo, los hombres se educan en comunión, mediatisados por el mundo*" (FREIRE, 1971: 77).

Según FREIRE, este proceso permitirá al educando, al oprimido desarrollar su poder de captación y comprensión del mundo en que vive. La educación que se realice sin "intelectualismos", al unísono entre educadores y educandos, superará el autoritarismo, la

falsa conciencia y la domesticación; transformándose en estimuladora de la creatividad, la reflexión y la acción para cambiarla.

En conclusión, la concepción de la “*pedagogía del oprimido*” de FREIRE es una pedagogía humanista y liberadora. Tiene dos momentos: en el primero, los oprimidos desvelan el mundo opresor y se comprometen en la praxis con la transformación; en el otro, transformada la realidad, esta pedagogía deja de ser del oprimido y se convierte en pedagogía de los hombres en proceso de liberación.

Este método, también denominado *psicosocial*, tuvo su aplicación en el Brasil a inicios de los años sesenta. La educación y la comunicación con analfabetos adultos se basó en los criterios de la liberación y la concientización, cuya actividad se realizó en los círculos de cultura y discusión. El propósito esencial de este ejercicio era permitir al analfabeto discernir entre la naturaleza, que no es susceptible de cambio, y la cultura que sí la es (MUTUVA, 1988: 354).

Según este autor, la discusión de las imágenes motiva a los adultos para aprender a leer y escribir. La selección de las palabras generadoras se hace minuciosamente para que resulten familiares, evoquen imágenes visuales con fuerte contenido afectivo, contengan todos los fonemas y representen objetos concretos y luego nociones abstractas.

En resumen en este apartado se buscó ubicar los aportes de Paulo FREIRE para la comunicación educativa, tomando en cuenta los factores determinantes del momento político en el que vivió. Además, dar cuenta de la influencia de FREIRE en el pensamiento comunicacional latinoamericano. Es evidente la incidencia de sus obras, que han aportado a las rupturas teóricas y a la aparición de múltiples prácticas y experiencias, generadoras de una comunicación liberadora en la región (SAFAR, E., 2001: 152).

#### **4.4.3. ILLICH Y FREIRE: REFORMADORES SOCIOEDUCATIVOS**

Los educadores Iván ILLICH y Paulo FREIRE han planteado conceptos muy influyentes en el campo de la educación no formal en América Latina. Como hemos analizado, los dos autores critican los estilos tradicionales del sistema de educación desde

perspectivas diferentes, aunque el punto de partida de ambos es la preocupación por la dignidad y los valores de la persona, y la emancipación de un sistema opresivo y explotador.

ILLICH alude a la revolución cultural, y piensa que la simple revisión del sistema escolar formal no producirá la anhelada regeneración de la sociedad. A la vez, asegura que la raíz del problema en un medio poco creativo y amorfo (la educación escolarizada) se sitúa la importancia exagerada que se le da al diploma o título, el monopolio que la escuela se arroga, la tendencia a confundir enseñanza con aprendizaje, avance de grado con educación, y fluidez con capacidad de decir algo más (SRINIVASAN, 1982: 2).

ILLICH asigna un valor a la creatividad como atributo de una sociedad que crece libremente y que es totalmente expresiva, en base a lo cual critica el rol tradicional del maestro. En esto se parece a FREIRE, aunque éste critica el sistema escolar desde un punto de vista más bien político.

Ambos reformadores opinan que el sistema de educación cominado por el maestro le quita el autorrespeto al educando. La forma en que el maestro trata al estudiante elimina la libertad individual, asevera ILLICH. Más aún, la escuela refuerza el sentido de inferioridad de los analfabetos al exigirles que la mantengan con impuestos, al mismo tiempo que exageran los beneficios que se pueden esperar de ella y les inducen a sus hijos a confirmar las pretensiones de los demagogos del sistema escolar (SRINIVASAN, 1982: 2).

En definitiva, ILLICH propone como solución lo "contrario de la escuela", lo que le permitiría al estudiante aprender formas nuevas de educación, escoger qué quiere aprender y de quién aprender. Según este autor, así se eliminaría el monopolio de los maestros como los únicos dispensadores legítimos de la verdadera educación.

FREIRE, al respecto, piensa un tanto diferente, aunque llega a la misma conclusión: el que aprende debe ser liberado de la opresión del maestro tradicional. La solución de FREIRE es desarrollar un estilo de enseñanza de carácter liberador. Para FREIRE, la educación en su verdadero sentido debería concebir un proceso revolucionario.

*"Por medio de la educación los analfabetos adultos deben llegar a una conciencia nueva de sí mismos que les permita comenzar a examinar en forma crítica su propia situación social; con ello estarán en condiciones de tomar medidas que cambien a la sociedad que les ha negado la oportunidad de participar"* (FREIRE, 1982: 3).

FREIRE, a diferencia de ILLICH, no culpa del todo a la escuela, pero la ve como un instrumento importante para el mantenimiento de la *"cultura del silencio"* de los desposeídos, debido a que no estimula el análisis crítico de la realidad, ni el diálogo y la humanización entre educadores y educandos.

En resumen, tanto FREIRE como ILLICH han criticado al sistema educacional formal de América Latina, ambos han demandado una educación abierta, liberadora y de corte antioligárquica. En este contexto se puede introducir nuestro análisis de la educación no formal y, posteriormente, de la educación a distancia y radiofónica.

#### **4.5. CONCEPTO DE EDUCACIÓN NO FORMAL**

La necesidad de brindar educación a quienes no fueron a la escuela y la preocupación por ofrecer oportunidades de aprendizaje durante toda su vida se definía tradicionalmente como educación básica, educación fundamental, alfabetización funcional, educación de adultos, educación extraescolar, educación de segunda oportunidad, educación continua, educación recurrente, educación paraescolar y educación permanente.

En el fondo de estas expresiones existe una concepción de la educación que se la define como un continuo existencial que dura toda la vida, una tarea de mayor envergadura que supera el concepto de la educación tradicional.

A inicios de los años setenta hubo un contexto histórico favorable para un movimiento de interés universal para la “educación no formal” definida como: *"toda actividad educativa organizada y sistemática que se realiza por fuera del sistema escolar formal, para brindar determinados tipos de aprendizaje a subgrupos de la población"* (COOMBS, 1983: 19).

Durante los últimos treinta años se ha combinado una crisis y un desafío para considerar la educación no formal como una estrategia viable en el contexto de los planes nacionales de desarrollo de América Latina. Los adultos debían aprender a crear y hacer funcionar nuevas instituciones de producción, cooperación, de bienestar, ejercicio del poder, justicia, educación y cultura.

Estaba claro que este nuevo público conformado por millones de adultos en América Latina, con ninguna o escasa educación, no podían ir a la escuela porque simplemente no había escuelas para escoger. Entonces, cada país debía convertirse en, algo así como, un *gran salón de clases* para su pueblo (BHOLA, 1983: 31).

Los líderes de la educación y el desarrollo consideraban a la educación no formal como el único mecanismo para brindar pronta y oportuna educación a quienes la necesitaban, y allí donde vivían y trabajaban. Sin embargo, los programas de educación no formal no se diseñaron ni se aplicaron en gran escala, ni llegaron a formar parte de las políticas educativas de todos los países. La educación no formal no ha contado con el respaldo total, ni con la asignación suficiente de recursos, ni en forma convincente.

La educación no formal no tiene una forma institucionalizada completa y formal; es sistemática pero no se lo hace en forma rutinaria. El contexto en la que se la imparte es básicamente extraescolar. Existen algunas instituciones cuyo objetivo es impartir educación no formal, pero sin tanta formalidad en cuanto al contenido, métodos y técnicas de instrucción. Por otra parte, la educación no formal no constituye un monopolio de las instituciones "educacionales", pues la imparten también instituciones políticas, económicas, sociales: el ejército, las iglesias, las organizaciones no gubernamentales, los medios de comunicación, gremios, clubes de voluntarios, las organizaciones campesinas y de indígenas, etc. Los métodos suelen ser variados, innovadores y los objetivos son utilitaristas e inmediatos. A veces, los objetivos nacen de procesos dialécticos entre las necesidades individuales de aprendizaje y los programas nacionales de desarrollo (BHOLA, 1983: 39-40).

Los fundamentos del proceso que presenta el problema de la educación no formal, según BHOLA, estarían definidos así: "*Las actividades de aprendizaje, organizadas y*

*sistemáticas, que se realizan fuera del sistema formal, no es ni un sistema alternativo de educación, ni un expediente para alcanzar la rápida educación de la población, sino que constituye una segunda oportunidad de aprendizaje para quienes no tuvieron educación escolar; hace posible que la población pobre, rural o urbana, adquiera dentro de programas de "desarrollo integrado", conocimientos, actitudes y habilidades útiles, y suministra una amplia variedad de actividades de aprendizaje directamente asociadas con el trabajo" (BHOLA, 1983: 47).*

#### **4.5.1. RESULTADOS DE LA EDUCACIÓN NO FORMAL**

COOMBS considera que es más difícil planear e impartir la educación no formal que la formal. La primera no es una preparación para la vida futura, al contrario tiene que responder a las necesidades específicas de los estudiantes adultos. El desafío es planificar la educación para cubrir necesidades concretas. Se trata de una educación centrada en la comunidad (adultos) y en sus problemas y necesidades. Por su parte, el educador no formal no es simplemente un instructor, sino también un programador de planes de estudio, de programas de extensión, un animador social y un agente de cambio (COOMBS, 1985: 21).

Según COOMBS, existen algunas contradicciones en la aplicación de la educación no formal. Varios programas de educación no formal han tratado de imitar las rigideces del sistema formal, lo que ha causado deformaciones en su aplicabilidad.

Algunos programas de la educación no formal tienden a imitar los métodos y las técnicas de la educación escolarizada. Por ejemplo: agrupar a los adultos en una aula escolar para que sigan un curso tradicional, en vez de emplear métodos y recursos imaginativos, flexibles, adecuados, que estimulen su interés y participación.

Los adultos suelen sentirse incómodos en una aula de escuela, se inhiben y toman a mal el ser tratados como niños por un profesor primario que no les comprende su psicología y que no está capacitado en la andragogía.

La costumbre de entregar diplomas que caracteriza a los sistemas de educación escolarizados, ha influido negativamente en la educación no formal de adultos, donde el

objetivo más bien es la capacitación. "*El prestigio y credibilidad de la enseñanza clásica obliga con demasiada frecuencia a la educación de adultos a asemejársela lo más posible*" (COOMBS, 1985: 32) contradiciéndose con su finalidad.

BORSOTTI puntuiza las siguientes limitaciones de la educación no formal en América Latina:

.- Carencia de evaluaciones, lo cual impide conocer lo que sucede en los diferentes programas. Esto limita la posibilidad de emitir juicios o plantear hipótesis y proyectar nuevas acciones (BORSOTTI, 1984: 179-180).

.- Los objetivos de la educación no formal no se limitan únicamente a lo educativo, sino que se refieren a todo un proceso de desarrollo integral de la persona. Y muchas veces, los objetivos específicamente educativos pueden ser descuidados.

.- La educación no formal busca diagnosticar las necesidades reales de la población-meta. Pero no siempre se explicita las metas para conocer el grado de cumplimiento.

.- La participación comunitaria en las acciones de educación no formal se da de diferente manera. En algunos programas la presencia de la comunidad es activa, pero en otros la participación es mínima o no existe.

Sin embargo, pese a las limitaciones, también se pueden encontrar algunas potencialidades de los programas de educación no formal aplicados en América Latina.

.- Existe una efervescencia de instituciones que planifican, organizan y ejecutan actividades de educación no formal. La mayoría de estos programas no persiguen fines de lucro. Y se ubican en los sectores populares.

.- Sobre los métodos y técnicas, se registra una enorme variedad con características novedosas, flexibles y horizontales, de apoyo a la integración grupal y de rescate del medio ambiente como fuente pedagógica. Utilizan el método *concientizador* de FREIRE.

.- El personal puede ser remunerado o voluntario. En caso de ser remunerado, es igual o inferior a los docentes del sistema formal, lo que incide negativamente en el prestigio o *status* de la educación no formal; y en el reclutamiento, capacitación y logro de los objetivos del programa (BORSOTTI, 1984: 180).

En resumen, en la década de los sesenta, se plantearon serios cuestionamientos al sistema escolarizado de América Latina, por parte de FREIRE, ILLICH. Las alternativas no se hicieron esperar, y aparecieron múltiples procesos de educación no formal durante las décadas del sesenta y setenta. En estos procesos, surge la educación a distancia como un método innovador, que busca atacar las limitaciones del sistema escolarizado.

## **4.6. CONCEPTO DE EDUCACIÓN A DISTANCIA**

### **4.6.1. EDUCACIÓN ABIERTA**

La aparición del término "*educación abierta*" y la difusión del mismo, se lo puede ubicar a partir de la década de los años sesenta. Ya Paulo FREIRE por esa época señaló que toda denuncia es siempre un anuncio, donde el diálogo es la llave por medio del cual se fomenta la relación interhumana (DORVLO, 1992: 167; YALLI y ROMISZOWSKI, 1985: 137).

El concepto "*educación a distancia*" tiene para FREIRE un significado bastante amplio, al asignar a esta terminología tres componentes básicos: la comunicación en base al diálogo, la toma de conciencia y la esperanza (CIRIGLIANO, 1995: 1). Ya Pierre FURTER (1970) escribía que las utopías siempre implican denuncias presentes, y que se manifiestan mediante un proceso de educación abierta.

La educación a distancia es un nuevo modo de aprendizaje que rompe con el monopolio de la presencialidad de la escuela. No obstante, la educación abierta o a distancia ha sido percibida como un método inferior al aprendizaje presencial.

Los múltiples esfuerzos realizados en los proyectos de educación no formal demuestran la factibilidad de una nueva modalidad llamada educación abierta o educación

a distancia. Las relaciones entre estos dos términos se pueden caracterizar de la siguiente manera:

- Abierta en el ingreso: todos tienen esta posibilidad. La educación a distancia es una forma de concretar esta posibilidad.
- Abierta en cuanto al lugar: no se reduce a un sector. La educación a distancia es un modo de superar las limitaciones geográficas.
- Abierta en cuanto a los métodos: es innovadora en el uso combinado de los medios: radio, material escrito, láminas, sonovisos, video, etc.
- Abierta en las ideas: la educación a distancia no limita la pluralidad de las ideas a difundir y aprender (LAMPE; CIRIGLIANO, 1980: 55).

Según estos autores, la educación abierta ha devuelto a la sociedad su poder educador, usurpado por el sistema escolarizado. La “*educación abierta -a distancia-*“ acepta el axioma de que todos somos educadores y no sólo los que están en el aula enseñando. También acepta la posibilidad de aprender uno mismo, de auto-educarse sin la limitación del tiempo y del espacio. Y la educación abierta está en mejor condición de moverse en un marco geográfico amplio (LAMPE; CIRIGLIANO, 1980: 62).

#### **4.6.2. EDUCACIÓN A DISTANCIA**

Ante todo conviene establecer las diferencias entre educación a distancia del aprendizaje abierto ya que, si bien son conceptos asociados, suelen confundirse:

- La *educación a distancia* se refiere a una organización educativa que busca autonomía del estudiante. Dispone de sus propios objetivos de aprendizaje, de adaptación curricular, de procedimientos, sus propios ritmos y la evaluación.
- El concepto de *enseñanza abierta* está directamente relacionado con la falta de requisitos para el acceso a los programas de formación, la ausencia de un *campus* real y la creación de uno virtual, el uso generalizado de los medios de comunicación y su acceso (JABONERO; LÓPEZ y NIEVES, 1999: 113).

Establecida esta diferencia, aportamos dos conceptos de educación a distancia. Según VERDUIN y CLARK (1991) “*La educación a distancia puede ser definida como una educación formal en la que la mayoría de las funciones de la enseñanza-aprendizaje suceden mientras el profesor y el alumno se encuentran separados uno de otro*”.

La segunda definición es la de GARCÍA ARETIO (1992), para quien “*Educación a distancia es un sistema tecnológico de comunicación bidireccional, que puede ser de masas y que sustituye a la interacción personal en el aula, entre docente y alumno como privilegiado de enseñanza, con la acción combinada de diversos medios didácticos y con una organización de apoyo, con el fin de promover el aprendizaje autónomo de los alumnos*”.

De acuerdo con los anterior, los medios definitorios de la educación a distancia son:

- Separación entre el alumno y el profesor durante la mayor parte del proceso educativo.
- La organización educativa de apoyo, seguimiento y evaluación, es determinante para la calidad del producto.
- El soporte del contenido del programa y de la relación entre alumno y profesor, no es el aula, sino los medios.
- La organización, metodología y tecnología se orientan a mejorar la comunicación bidireccional entre alumno y sistema.
- Un objetivo fundamental es conseguir el estudio y aprendizaje (auto-aprendizaje) autónomo del alumno.
- Se procura evitar modelos reducidos y elitistas; y se recurre a medios de comunicación masivos.
- Los contenidos de tipo profesional o relacionados con la promoción para el empleo, son prioritarios.
- La tecnología ocupa una posición estratégica e instrumental básica en este tipo de programas (JABONERO; LÓPEZ y NIEVES, 1999: 114).

A continuación enumeramos las características fundamentales de la educación a distancia de adultos:

- *Abierta*: porque elimina el mayor número posible de barreras o requisitos de acceso y además da cabida a contenidos de libre elección.
- *Modular*: un sistema organizado en unidades con objetivos, contenidos y evaluación, insertables en diversos itinerarios formativos, y que permiten entradas y salidas.
- *Flexible*: evitan los condicionamientos rígidos de ritmo, lugar, tiempo, y consiguen su adaptación a circunstancias personales.
- *Adaptada*: tanto a las características como a las necesidades, intereses y motivaciones de los usuarios. Se logra así procesos de aprendizaje significativos y socialmente válidos (JABONERO; LÓPEZ y NIEVES, 1999: 114).

Ahora pasamos a sintetizar los requerimientos básicos de como opera una oferta de educación a distancia.

- 1) *Medios didácticos*: para facilitar el aprendizaje de manera eficaz deben ser elaborados conforme una metodología activa e innovadora que asegure la participación y la autonomía. Para esto es necesario combinar diversos soportes y medios aprovechando sus ventajas (papel, audio, vídeo, telemática, informática, etc.).
- 2) *Tutoría y orientación*: favorecen el autoaprendizaje, ayudan a trazar el itinerario formativo, aclarar dudas, etc. Es indispensable un sistema de tutoría, tanto presencial como mediante sistemas telemáticos, telefónicos, etc. Se evitará la tendencia docente de considerar a la relación presencial, formal y clásica como la única.
- 3) *Aprendizajes significativos*: la selección de contenidos, de estrategias formativas, la contextualización del aprendizaje y la capacidad de respuestas a los intereses de los usuarios es básico para aprendizajes significativos.
- 4) *Formación específica del profesorado*: esta modalidad recomienda la formación del profesorado en áreas básicas: las características psicolopedagógicas de los adultos, los objetivos, la metodología de la educación a distancia y en los recursos técnicos a ser utilizados.

- 5) *Infraestructura y organización*: se refiere al uso de medios de comunicación, tanto impresos como audiovisuales; a los centros docentes con horarios compartidos y apropiados para adultos; uso de centros cívicos o los de actividades socioculturales; o en las empresas (JABONERO; LÓPEZ y NIEVES, 1999: 115-116).

La educación a distancia ha influido en la configuración de una nueva pedagogía: la *educación a distancia por radio*, que constituye un aporte original de América Latina. Hoy en día, como señala ÁVILA MUÑOZ (2001), los sistemas satelitales, televisivos, informáticos y multimedia permiten no sólo incrementar la cobertura o disminuir el rezago educativo, sino que, mediante el uso de diversas estrategias y metodologías, es posible buscar mecanismos tendientes a mejorar la calidad en la educación. En América Latina, aunque existe preocupación por modernizar y reformar los sistemas educativos, aún se mantienen los problemas básicos, como la alfabetización, entre otros, sin encontrar todavía soluciones satisfactorias (<http://www.comunica.org/chasqui/>).

Al respecto, GENTILI explica lo que acontece en Latinoamérica: “*El derecho a la educación de calidad, lejos de fundamentarse en un principio de igualdad, se ha constituido en un caro privilegio de aquellos que están en condiciones de poder pagarla. Los procesos de segregación incluyentes (...) permiten reconocer cómo, al no haberse modificado en las últimas dos décadas esta estructura de discriminación educativa, la universalización en el acceso y permanencia a los sistemas escolares, parcial o total, se ha yuxtapuesto una dinámica de diferenciación institucional injusta y antidemocrática. Lo de siempre: escuelas pobres para los pobres y ricas para los ricos*” (GENTILI, 2001: 27).

En resumen, el éxito de los métodos de la educación a distancia dependerá fundamentalmente del grado de comunicación que pueda lograrse en la interacción profesor-alumno, y el control, para dirigir y orientar el trabajo pedagógico, estimulando el esfuerzo del auto-aprendizaje. Las estrategias interactivas utilizadas en los procesos de comunicación permiten una mayor percepción, aprendizaje y participación de los beneficiarios en los programas. Estos criterios son válidos para los programas de la radio educativa, que a continuación analizamos.

#### **4.7. EDUCACIÓN RADIODIFUSIÓN**

JAMISON; McANANY (1983) manifiestan que casi desde el mismo momento de la aparición de la radio ya se tuvo el interés por adjudicarle alguna función educativa. Inclusive, a fines de los años veinte ya se realizaron algunas experiencias en tal sentido y que se irían multiplicando en el transcurso del tiempo. Con la llegada de la televisión, se produciría un cierto bajón por el interés pedagógico que el medio radio había despertado. La televisión, se decía, podría suplir con gran ventaja los cometidos educativos demostrados por la radio en algunos países del planeta, sobre todo en el Tercer Mundo. Sin embargo, este descenso en el interés pedagógico hacia la radio fue superado a medida que se iba comprendiendo que más adecuado era considerar a la radio y a la televisión como dos medios distintos, con sus propias características y lenguajes, antes que establecer falsas competencias entre ambos.

Según TRILLA (1993), el argumento básico que suele ser utilizado para demostrar la superioridad de la televisión sobre la radio para tareas educativas es la *iconicidad*, que ausente en la segunda, es lo central en la primera. Por esto la radio ha centrado sus funciones educativas en torno a objetivos de comprensión oral. No obstante, algunos radialistas han convertido la limitación del medio radiofónico en una cierta virtud pedagógica. El radioescucha transforma una información acústica en una imagen óptica. La señal auditiva se convierte a través de un proceso de transformación en la mente del oyente en imagen, con lo cual el radioescucha participa activamente en este proceso, y “*la ciencia afirma que el mensaje adquiere así mayor potencia emocional, es más insistente, más persistente y por tanto de mayor eficacia pedagógica*” (TRILLA, 1993: 146).

En América Latina, el medio radio ha sido vinculado a la educación sobre la base de dos criterios básicos: I) un medio con mayor audiencia en el continente, y II) por su ventajosa relación costo beneficio. En verdad el medio radio prolifera en los países latinoamericanos, y en los últimos tiempos, sobre todo las radios comunitarias de baja potencia, que operan con equipos de bajo costo.

O'SULLIVAN RYAN (1974), WHITE (1978) y JAMISON y MCANAMY (1983), han destacado cuatro metas para la radio y su incidencia en los procesos de cambio socio-educativo: motivar, informar, enseñar y cambiar comportamientos.

GASCÓN (1991: 7) alaba el rol de la radio en la educación no formal, pues dice que “*la radio es protagonista por su especial capacidad para alumbrar ideas entre sus oyentes, para estimular la imaginación, característica vital del nuestro y de su desarrollo*”. En la radio cada mensaje sonoro puede transformarse en una imagen pensada o inconsciente, imagen de símbolos, colores, dimensiones, imagen sensible y entusiasta. La radio es procuradora de oportunidades para todos, incitadora a la participación, colaboradora de utópicos y luchadores.

La radio como sistema y medio de comunicación es capaz de superar las funciones de simple transmisor de hechos e influir sobre los acontecimientos. Su operatividad potencial unido a su instantaneidad difundiendo mensajes, dan hoy a la radio un papel estelar que durante algunos años había perdido el medio, debido al auge de la TV.

Siguiendo a GASCÓN, la radio, dentro de la educación no formal, tiene el poder anticipatorio de convertir la realidad en un derecho: un derecho personal y colectivo, para que cada ser descubra sus posibilidades; y dotado de iniciativas, recursos y confianza, desbloquee sus inhibiciones que reducen sus perspectivas. La radio puede ayudar a las personas a decidir por sí mismas, a aprender por cuenta propia, a comportarse libre, feliz y responsablemente GASCÓN (1991: 7).

Un entusiasmo utópico, creativo, social, ha llevado a muchos profesionales a pensar en la radio como el medio más idóneo para favorecer el desarrollo creativo del niño, joven y adulto, entendiendo como creativo todo lo que favorece a la persona a avanzar en una dirección de mayor salud psicológica conducente a una humanización más plena.

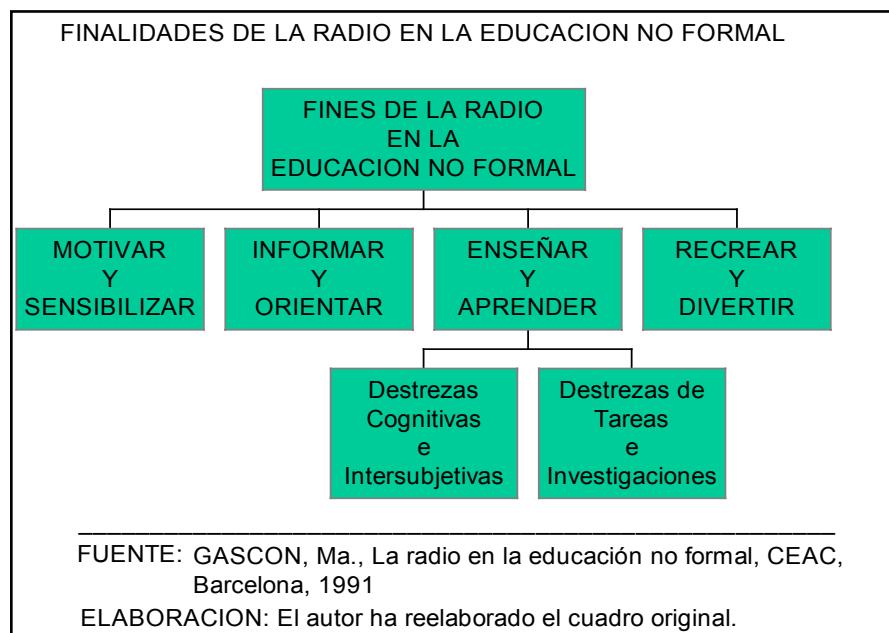
Una radio creativa puede favorecer la capacidad de diálogo entre personas distintas, lo que podría convertirse en una oferta de programas de información, entretenimiento; ser un medio para generar preguntas y respuestas sobre el mundo y la vida desde ópticas amplias y divergentes. Una radio que genere en la persona mayor confianza en sí misma y

disposición a introducir innovaciones, colaborando en la participación del ciudadano, favoreciendo el desarrollo de la tolerancia, la democracia y del juicio crítico de las personas; una radio en que contenidos, datos, nociones, mensajes se unan a actitudes y valores éticos para promover un desarrollo humano sostenible en nuestros pueblos y comunidades.

BRECHT (1932) ya decía que podemos hablar de la radio como tecnología social basada en una pedagogía participativa, que aporte a la transformación social y al proceso de emancipación, llevando a los pueblos a la creación de su propia cultura y realidad.

Estos ideales y estrategias para la comunicación radiofónica, María GASCÓN lo sintetiza en el siguiente organigrama de la radio en la educación no formal.

**GRÁFICO No. 1**



En efecto, estas corrientes del pensamiento de educación radiofónica han cuajado en experiencias importantes para el desarrollo de la radio educativa de América Latina. Como señala ALER, Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica, las radios educativas evolucionaron hacia modelos de educación no formal, en paralelo al

movimiento de educación popular, que apoyado en las propuestas de Paulo Freire, concebían los sistemas educativos oficiales como instrumentos reproductores de sistemas sociales injustos. Las radios se comprometieron con las organizaciones de base y crearon programas educativos vinculados a la realidad de los pueblos. La gente comenzó a expresarse y a participar en las radios (ATIÉNZAR, M. J., 2002: 2; [http://www.lainsignia.org/2002/mayo/soc\\_012.htm](http://www.lainsignia.org/2002/mayo/soc_012.htm)).

#### **4.8. CONCLUSIONES**

Este capítulo ha abordado el tema de la educación en América Latina y planteó algunas ideas para dar un contexto al tema de la radio educativa en la región y que será desarrollado con profundidad en los capítulos siguientes.

En el presente capítulo estudiamos la crisis de la educación en América Latina, que se manifiesta en la recesión económica y el abultado endeudamiento externo, lo cual limita que se pueda atender la creciente demanda educativa.

La situación actual de la educación latinoamericana es muy distinta a la que atrajo a educadores de todo el mundo en las últimas décadas. Un multifacético movimiento de educación popular, originado a fines de los años sesenta e inspirado en las ideas de Paulo FREIRE, relucía en un escenario en donde se ensayaban distintas alternativas de cambio social (PUIGGRÓS, 2001: 98).

También en este capítulo revisamos los aportes de destacados pensadores latinoamericanos que han contribuido a la educación en la región. Nos referimos a los aportes del educador brasileño Paulo FREIRE, en los años sesenta y al filósofo mexicano Iván ILLICH, en los años setenta. Sus visiones sobre la educación latinoamericana y las alternativas planteadas a los modelos tradicionales de la educación en la región, han marcado los hitos, para que los sectores involucrados en la educación, generen nuevas teorías, estrategias y metodologías para ampliar y mejorar la calidad de la educación en la región.

Hoy los vaticinios de ILLICH parecen tener mayor asidero con el desarrollo vertiginoso de las tecnologías de la comunicación y la información. La educación a distancia o “*tele-enseñanza*” ya son factibles dentro y fuera de los sistemas escolarizados y no escolarizados. La convergencia y uso de la tecnología, de las computadoras y de los satélites, están permitiendo la ampliación de la educación en tiempo real en diversas partes del mundo. La radio educativa como expresión de la educación abierta, no formal y masiva, es fruto impregnado de la visión desescolarizante de ILLICH.

Los modelos propugnados por FREIRE e ILLICH han sido criticados por su carácter inductivo e idealista, el primero, y tecnocrático y desarrollista, el segundo. No obstante, ambos enfoques han aportado ideas innovadoras para la educación abierta, la educación a distancia y la comunicación alternativa, en donde se inscribe el enfoque de la radio educativa.

En el próximo capítulo abordaremos la temática de la Radio Comunitaria Educativa en América Latina, la misma que plasma las visiones, estrategias y metodologías alternativas de la educación y la comunicación radiofónica. Por lo que, a más de analizar los éxitos y logros de la Radio Comunitaria, también revisaremos las limitaciones o fracasos, y su permanente lucha por participar en los cambios sociales de la región.

## **CAPÍTULO V.**

### **LA RADIO COMUNITARIA EN AMÉRICA LATINA**

## V. LA RADIO COMUNITARIA EN AMÉRICA LATINA

El presente capítulo contiene una historia breve de la radio comunitaria, además se conceptualiza la radio comunitaria para el desarrollo, y se analizan tres estudios de caso a la luz de los conceptos precedentes, el sistema ALER (Asociación Latinoamericana Educación Radiofónica), el caso de las mujeres latinoamericanas en la radio comunitaria, y el florecimiento de las radios comunitarias en Argentina, Brasil, Venezuela, Colombia, Perú y Bolivia. En estos casos, se estudia el marco legal, la programación y el trabajo en redes. El capítulo finaliza con el papel que cumple la radio comunitaria y sus retos en la actualidad.

### 5.1. BREVE HISTORIA DE LA RADIO COMUNITARIA

Para comprender el surgimiento de la radio comunitaria en América Latina, es necesario remontarse a los orígenes de la radio en Europa y en América. Esto nos ayudará a ubicarnos en una real dimensión de lo que significa la radio comunitaria en América Latina, en donde se ha adoptado algunos elementos de estos modelos, pero con predominancia de la radio comercial sobre la radio pública. Sin embargo, esta mixtura a dado lugar a una variedad de tipos de radio, entre ellas, la radio comunitaria.

En el caso de Europa, la mayoría de las legislaciones a partir de los años 40, impulsaron la creación de grandes organizaciones radiofónicas de servicio público, de funcionamiento centralizado, de dirección centro-periferia, en las que la radio local no existía. La desregulación adoptada por algunos países a partir de los años 80 transformó este panorama y desde entonces comenzó a surgir la radio local. De esta manera, el modelo radiofónico se ha diversificado: “*continúan existiendo grandes organizaciones públicas y privadas de base estatal, pero se permite el desarrollo de redes regionales y de radios locales específicas*” (MARTÍ, 1995: 48). No obstante, debemos aclarar que la radio local no necesariamente es una radio comunitaria, considerando el concepto de ésta como se analiza más adelante.

El caso francés es el más propositivo. No sólo se legaliza la radio local, sino que debido a su fragilidad frente a las grandes entidades de comunicación, el Estado la protege con recursos y previene que por motivos financieros tienda a desaparecer o tenga que integrarse a cadenas nacionales.

Por su parte, el modelo radiofónico de Estados Unidos, al contrario del modelo europeo, está centrado en el desarrollo de la radio local; y posee normativas antimonopolísticas en cuanto a propiedad de los medios. Su funcionamiento es inverso al europeo, es decir, de abajo hacia arriba, o sea: periferia-centro. Las cadenas radiales surgen a partir de las radios locales, la afiliación es libre y se mantiene la identidad de cada estación.

En ese contexto, en los Estados Unidos, la primera radio comunitaria comenzó a emitir en 1949, por iniciativa de un pacifista californiano, que adquirió una licencia para una estación en frecuencia modulada, en un momento cuando la mayoría de la gente no tenía receptores en FM. Esa emisora, conocida como la *KPFA* es hoy en día escuchada por cientos de miles de radioyentes en el área de San Francisco (GIRART, 1992: 30-31).

La *KPFA* no es un ejemplo típico de la experiencia de radio comunitaria en América del Norte, no obstante, pueden hacerse ciertas generalizaciones. Por ejemplo, la radio comunitaria urbana tiende a ser más comprometida cultural y políticamente y a servir a comunidades marginadas por su lengua, raza, cultura o interés político. Las radios comunitarias locales, en 1975, empezaron a organizarse y a integrarse a una cadena nacional (GIRART, 1992: 31).

Según FRANQUET ( 2001), las radios libres en Europa aparecen durante la etapa de la transición democrática, cuyo momento originó el nacimiento de pequeñas radios en FM, ligadas a diferentes colectivos que buscan reivindicar el derecho a dejar escuchar su voz. La estrategia es aprovechar la tecnología radiofónica disponible para comunicarse con la población. La ausencia de una regulación que incluya a estas emisoras de tipo cultural y de baja potencia ha generado la explosión del fenómeno al margen de la legislación vigente (FRANQUET, 2001: 265).

El monopolio de Estado duró hasta los años 70 cuando el movimiento de radios libres se esparció por Europa Occidental. Durante su apogeo había miles de radios piratas, en rebeldía contra la dominación del sistema de radiodifusión estatal. A mediados de los años 80, sólo quedaba un puñado de estas estaciones, pues, fueron víctimas de su propio éxito. La radio comunitaria casi desapareció cuando se hundieron los monopolios gubernamentales y las potentes redes de radio comercial vieron de lado a las radios libres (GIRART, 1992: 42).

A mediados de los años cuarenta, tres décadas antes de que se generalizara en Europa la diversidad en los medios de comunicación, en América Latina pequeñas comunidades de campesinos o mineros ya estaban en condiciones de operar sus propias radios, no solamente como un desafío al monopolio estatal de los medios, sino también para expresar, por vez primera, sus propias voces. “*Las luchas sociales de los años sesenta y setenta y la resistencia a las dictaduras militares que llegaron al poder por cortesía de la CIA, no hicieron sino contribuir a multiplicar por miles las radios comunitarias e independientes*” (GUMUCIO, 2000: 5; <http://www.communit.com/la/lahaciendoolas/sld-931.html>). América Latina cuenta con varios centenares de emisoras, en su mayoría FM. Individualmente, tienen un alcance limitado, pero sumadas tienen la fuerza de un maremoto. Han logrado derrumbar gobiernos o lanzar nuevos líderes populistas. Pero sobre todo, sirven a sus comunidades, abriendo a las ideas y a las voces del pueblo (GUMUCIO, 2000: 5; <http://www.communit.com/la/lahaciendoolas/sld-931.html>).

Según RONCAGLIOLO (1999) en América Latina hay dos modelos iniciales de radios comunitarias, y que tienen una realidad distinta a la europea. El primer modelo fue el de Radio Sutatenza inaugurada en Colombia en 1947, y el otro modelo que inspira a las radios comunitarias es el de las radios de los sindicatos mineros de Bolivia, generadas a partir de la revolución boliviana de 1952. Un pensamiento principal para las radios educativas es el de Paulo FREIRE, quien inspiró una revolución del concepto tradicional de educación. A estas ideas se juntaron también las de la Teología de la Liberación y de la teoría de la dependencia (RONCAGLIOLO, 1999: 260-261).

Pero también la radio comunitaria surge del seno del NOMIC (Nuevo Orden Mundial de las Comunicaciones). Era necesario preocuparse no sólo por la soberanía de la información en el plano internacional, sino que se debía incluir la democratización interna de los medios que proveyeran al público acceso al control de los mismos. Así las experiencias se iniciaron con las formas más incipientes de hacer radio (altavoces, transmisores de baja potencia) pretendían darle voz a las poblaciones marginadas para que reconocieran el valor de lo local y lo autóctono, y tuvieran las herramientas para luchar por un sistema justo. Convencidos de que el desarrollo se gestaba desde abajo y por fuera de los medios masivos, su tarea consistió en devolver la voz al pueblo (GONZÁLEZ PAZ, 2000: 2; <http://www.geocities.com/CapitolHill/Congress/2850/index.html>).

Este es el trasfondo histórico del movimiento de las radios comunitarias en América Latina. Luego a partir de la expansión de la FM aparecen más tipos de radios comunitarias pero todas vinculadas a la sociedad civil. Aparecen las radios barriales en Argentina y muchas otras en la región. Esto enriquece el panorama, y sólo en los últimos años aparecen algunas radios municipales. Pero "*las radios municipales (o locales) no necesariamente forman parte o se consideran a sí mismas, radios comunitarias*" (RONCAGLIOLO, 1999: 262).

El desarrollo de las radios comunitarias las ha llevado a la escena de lo masivo, a buscar y captar audiencias, a insertarse en la dinámica política y económica del sistema social y hasta a competir por la torta publicitaria. El proceso no ha estado exento de problemas. Cuando la radio comunitaria estaba circunscrita a lo local, a lo micro, no representaba mayor importancia ni para el Estado ni para la empresa privada de radiodifusión. Estos temas son debatidos por el movimiento de las radios comunitarias.

A las radios comunitarias le toca pensar y actuar local y globalmente, sin dejar de reconocer y garantizar la vigencia de las microculturas. Buscan ampliar sus fronteras geográficas pero sin perderse en la globalización. Son susceptibles de convertirse en empresas de comunicación sin perder la noción de servicio público y de profundizar la democracia. "*Pueden contribuir a que el Estado y los grandes medios comerciales reconozcan los medios comunitarios y comprendan que existe una lógica de rentabilidad*

*socio-cultural, acerca del funcionamiento y propiedad, que debe primar sobre las lógicas de rentabilidad económica y política" ( VILLEGAS, 1997: 182).*

BREGAGLIO manifiesta: "*frente a la falsa contradicción entre los medios de propiedad del gobierno y de los medios privados motivados por la lógica pura del beneficio, es necesario legislar una tercera clase de medios, que es propiedad social y donde puedan escucharse las voces de los sindicatos, las minorías étnicas y religiosas y las demás organizaciones*" (BREGAGLIO, 1997: 58).

Las radios comunitarias también han entrado al debate de las tecnologías, y su aplicación para el fortalecimiento de las capacidades de la sociedad civil. Cada vez más radios comunitarias utilizan las tecnologías para acceder a la información e interrelacionarse entre sí, logrando mayor presencia en la comunidad y en el *ciberespacio*.

En muchos países la radio comunitaria es hoy una parte establecida y reconocida del panorama de medios, funcionando bajo condiciones reguladas, de propiedad y rendición de cuentas locales, brindando acceso a los medios a ciudadanos y comunidades, y apoyado a través de una mezcla de financiación público y privado. Es común a lo largo de Europa y Norte América, pero es América Latina la que cuenta con el movimiento de radio comunitaria más diverso y difundido (BUCKLEY, 2002; <http://alainet.org/images/alai-25c-w.pdf>).

### **5.1.1. PRECURSORES DE LA RADIO COMUNITARIA**

Según LEWIS, la BBC empezó a fines de los años 20 a organizar grupos de radioyentes adultos para fomentar la participación de la audiencia en la radio local, pero esta experiencia se suspendió porque “*esos grupos amenazaron con tomarse demasiado en serio la democracia*” LEWIS (1993: 20). Empero en los años 40, los grupos organizados de radioyentes fueron el modelo ideal para el proyecto denominado “*Farm Forum*” de la Canadian Broadcasting Corporation, CBC. Este modelo habría sido imitado por el Padre SALCEDO fundador de *Radio Sutatenza* de Colombia, en 1947.

Nos propusimos indagar en qué consistían los foros radiofónicos agrícolas por ser considerados precursores de la radio comunitaria. He aquí la descripción de éstos:

- El *Foro Radial Agrícola* consistía en un debate dramatizado; personajes imaginarios se reunían semanalmente para discutir el tema del foro. Eran discusiones entre tres o cuatro personas, con participantes distintos cada semana. Años más tarde se hicieron programas con discusiones, charlas y drama. La meta de cada foro era deliberar sobre cada pregunta hasta llegar a una conclusión, cuyo informe era enviado a la administración del programa, para cerrar el círculo de la comunicación, entre quienes desarrollaban el programa y los pobladores que participaban en él (ESCHENBACH, 1978: 80-84).

Si este modelo fue imitado por Radio Sutatenza de Colombia es importante conocer cómo se realizaban los programas y cuáles eran sus características.

- *Radio Sutatenza* inició su trabajo en 1947, en un pueblo andino aislado, con una estación amateur. Esta radio, no sólo hizo difusión agrícola sino también difusión rural integral. En su metodología se combinaba la comunicación radiofónica con otros medios: cartillas, biblioteca, periódico, además discos y cintas magnetofónicas. Todo lo cual apoyaba una variedad de programas de comunicación para la promoción del desarrollo rural. La programación educativa y de socioeconomía rural se complementaba con la promoción de la fe católica (ESCHENBACH, 1978: 89-92). A pesar de que Radio Sutatenza no pudo cambiar las estructuras sociales y económicas existentes, sí contribuyó a desarrollar las iniciativas personales y a mejorar las condiciones de vida de la población.

Regina FESTA (1986) nos dibuja el contexto político en el momento que comenzaron a surgir los medios alternativos en América Latina. Los sectores populares y sus organizaciones, limitadas de todo acceso a los *media* comerciales o controlados por las dictaduras, empezaron a utilizar otros medios de comunicación, como radios y periódicos comunitarios, producciones locales de video y teatros de barrio.

Asimismo, FOX al respecto manifiesta: "*Los media alternativos eran nuevos en América Latina. Históricamente, la región había albergado millares de formas diversas y variadas de expresión cultural. Eran muchos los que utilizaban la radio, los cassettes, las cámaras de video y los aparatos de grabación. Esos media eran obra de individuos o grupos que económica, étnica, política, geográfica y culturalmente estaban excluidos del poder*" (FOX, 1989: 44).

Los medios alternativos sustituían o suplantaban las funciones de información, opinión y entretenimiento de los *mass-media* tradicionales. Además, eran una forma de expresión y de protesta en una sociedad que sospechaba que una nueva idea constituía algo peligroso. No obstante, lo alternativo no constituye por sí mismo una respuesta providencial frente a los problemas comunicativos ni pretende reemplazar a los medios tradicionales. Sin caer en extremismos, es preciso reconocer su capacidad de acción, sus posibilidades como actor de cambios y sus límites al enfrentar la compleja realidad de las sociedades latinoamericanas. La radio comunitaria con su persistencia está dando una respuesta a las necesidades comunicacionales en la región.

Hoy la radio comunitaria existe en todo el mundo. La importancia y el impacto de estas experiencias difieren considerablemente según las regiones y países. La duración de estos proyectos puede ser de dos meses o de toda una generación. Algunas se manifiestan como experiencias totalmente aisladas, mientras que, otras están ligadas a grupos étnicos, movimientos sociales y a redes nacionales, regionales y mundiales.

La mayor parte de las radios comunitarias de América Latina se agrupan en dos organizaciones, AMARC y ALER. La Asociación Mundial de Radios Comunitarias, AMARC, es un organismo no gubernamental sin ánimo de lucro, destinada al servicio de las radios comunitarias en el mundo. La AMARC, como red internacional de solidaridad, contribuye al progreso de las radios comunitarias fomentando la cooperación y el intercambio entre sus asociados, democratizando y promoviendo el movimiento, defendiendo y representando sus intereses. AMARC presta servicios al movimiento de radios comunitarias, que agrupa cerca de 3.000 miembros asociados en 106 países ([http://www.choike.org/links\\_esp/2/104/links.html](http://www.choike.org/links_esp/2/104/links.html); <http://www.amarc.org>). Sobre el movimiento ALER nos referimos más adelante.

## **5.2. CONCEPTO DE RADIO COMUNITARIA**

La historia de las radios comunitarias nos lleva a afirmar que su práctica apunta siempre hacia la democratización de la comunicación radiofónica, en modo alguno se pone al servicio de intereses privados o particulares y hace de la participación ciudadana un elemento primordial. Su práctica apunta a la desmitificación de la comunicación, donde el ciudadano es percibido como sujeto deseoso y capaz de transmitir información a sus semejantes y no simplemente como un objeto o consumidor (IBARRA, 1991: 62).

Además "*su práctica está centralizada en la comunidad, en sus necesidades y en sus problemas, pero también en sus fuerzas y realizaciones; una comunidad que no es considerada por la radio comunitaria como mercado segmentado o a segmentar, sino como la base real y lugar de inspiración de su esfuerzo por la democratización de la comunicación radiofónica*" (IBARRA, 1991: 63).

Por su parte, la UNESCO define la radio comunitaria de acuerdo a la palabra "*comunidad*", que designa la unidad básica de una organización social y horizontal. Las radios comunitarias se crean para estimular la participación de una amplia muestra representativa de los diversos niveles socio-económicos, organizacionales y de grupos minoritarios que existen dentro de la comunidad (UNESCO, 1999: 152).

La Asociación Mundial de Radios Comunitarias, AMARC, define a la radio comunitaria en base a tres características prioritarias, a saber:

*"En primer lugar, la radio comunitaria está caracterizada por la activa participación de la comunidad en los procesos de creación de noticias, información, entretenimiento, con un énfasis en temas y preocupaciones locales. Con capacitación los productores pueden crear programas usando sus propias voces. En segundo lugar, es esencial que sea una empresa sin fines de lucro. En estos días de alta comercialización de la radiodifusión, el carácter de la radio comunitaria lo constituye su independencia y responsabilidad en el servicio a la comunidad, no al anunciante. Como la estación es de propiedad de la comunidad, se mantiene la responsabilidad en el manejo de la estación.*

*"En tercer lugar, la programación es designada por la comunidad para mejorar las condiciones sociales y la calidad de vida. La comunidad misma decide cuáles son sus prioridades y necesidades en términos de la provisión de información"* (<http://www.amarc.org/amarc/esp/>).

FLEMING (2002) sintetiza las principales características de la amplia conceptualización de la radio comunitaria de la siguiente manera:

*"The chief characteristics of community radio are that it is participatory - being run by those who also make up its audience - and that it is nonprofit-making. This does not mean that it eschews advertising, but that all profits are put back into the running of the station which is owned and run by the community it broadcasts to. (...) It should be made clear that community radio is not about doing something for the community but about the community doing something for itself, i.e. owning and controlling its means of communication"* (FLEMING, 2002: 33).

Como podemos apreciar, en la radio comunitaria el acceso y la participación en la toma de decisiones por parte de la audiencia son estrategias fundamentales. En el caso de América Latina, la participación y el acceso aún van más lejos, podemos encontrar un alto porcentaje de radios comunitarias en donde no sólo los oyentes participan de la programación, sino que también son co-propietarios de los medios comunitarios, y desde esa posición orientan la tarea radial con la comunidad.

HOCHIMER desde el caso norteamericano manifiesta al respecto:

*"Thus, in terms of access, a three-system of radio broadcasting can be seen to exist in the United States. The commercial stations provide no listener access to program decision-making, and only limited participation in program content (such as in 'talk radio'). 'Public' radio stations provide means for direct public contributions of money to keep the stations on the air, and limited public access to decision-making. Community stations allow for direct public participation in programming and decision-making, although this participation varies between the stations"* (HOCHIMER, 1987: 6).

MANZANARES nos habla de dos tipos de radio para definir a la radio comunitaria: la radio ventana y la radio espejo; la *radio ventana* se refiere cuando nos muestra la realidad desde lejos, por ejemplo, emisoras que nos hablan de sindicalismo, de sincretismo religioso, de homosexualidad, de minorías étnicas, pero desde fuera de su realidad; mientras que la *radio espejo* es aquella que refleja su misma realidad. En este contexto *la radio comunitaria "es la expresión social y cultural que expresada a través de una comunidad organizada constituye el sustento de una verdadera democracia que tiene su propia realidad, fortaleciendo los valores que se erigen en ella, como son el derecho a la información y el derecho a estar informado"* (MANZANARES, 1997: 58).

Desde 1989, las radios comunitarias han logrado un fuerte crecimiento gracias a los avances tecnológicos de su equipamiento, a la reducción de los costes de los transmisores de FM, la relajación de los monopolios públicos, el progreso de los movimientos democráticos y la aparición de grupos emergentes y asociativos en el mercado (UNESCO, 1999: 152).

La radio comunitaria de la región es más versátil, desarrolla una programación variopinta, con mucho dinamismo y vehemencia. Los oyentes están pendientes y participan en la serie de programas difundidos diariamente por radialistas con fuerte vinculación con la comunidad.

En nuestra opinión, una *radio comunitaria* es aquella que pertenece a una organización de la comunidad en la que actúa y no busca fines lucrativos particulares sino la promoción de los valores socioculturales de sus audiencias. Su misión central está en establecer un puente de comunicación con la comunidad, mediante una diversificación de programas de educación, información, opinión y entretenimiento, producidos o, al menos, planteados, por sus audiencias. Además, tiene la visión de refundar una sociedad democrática, una política transparente, con unas instituciones respetuosas con los derechos ciudadanos. La radio comunitaria fomenta la estrategia de depositar en una organización de la sociedad civil la administración de la emisora y generar la participación ciudadana en la producción y consumo de sus programas. La tecnología que está en sus manos es utilizada para generar una interacción que estimulan las prácticas socioculturales locales ante la globalización.

### **5.3. LA RADIO COMUNITARIA PARA EL DESARROLLO**

Para fines de nuestro análisis y siguiendo la línea del concepto de radio comunitaria, que esbozamos arriba, planteamos el concepto de *radio comunitaria para el desarrollo*, como aquella emisora comunitaria que, mediante estrategias y técnicas interactivas de comunicación, promueve el acceso y la participación de la comunidad, con el fin de lograr el desarrollo de una ciudadanía activa y una calidad de vida plena para todos. Además, la radio comunitaria deberá desarrollar las capacidades y actitudes de las personas y formar una opinión pública activa que ejercite el derecho al control social de la gestión pública y de los derechos colectivos.

En América Latina las radios comunitarias promueven el desarrollo, la participación y el ejercicio ciudadano de la democratización de la comunicación y de los medios. Ha sido un trabajo realizado con limitaciones de diverso orden, pero estas radios exploran un uso diferente del medio radial, y ponen en práctica la responsabilidad social. La mayoría de estas radios suplen las necesidades de información, educación y entretenimiento de movimientos y comunidades. La razón es porque en América Latina se descuidó la tarea principal de los medios masivos: el servicio público para todos los sectores. Lo que en Europa fue asumido por las radios estatales, en América Latina quedó a cargo de las radios comunitarias (VILLEGAS, 1997: 178-179).

En este continente se requiere la creación de las condiciones que permitan gozar del ejercicio de ciudadanía, del estado de derecho, la plena libertad, la equidad y la justicia. La violación sistemática de estos derechos y la anulación de las garantías constitucionales impiden ejercer una vida digna (CAMACHO, C., 2001: 79). Hoy es imposible pensar en la formación de esa cultura política ciudadana al margen de los medios de comunicación, más aún cuando se constata que ni las instituciones gubernamentales ni los partidos políticos han asumido esa obligación. “*En esta tarea de formación se encuentran, al igual que otras instituciones y medios, las radios populares porque desde su razón de ser asumen -junto, desde y a partir de los sectores populares - un compromiso por la democratización de la comunicación y de la sociedad*” (CAMACHO, C., 2001: 79).

La participación es un mecanismo facilitador del ejercicio de la ciudadanía, toda vez que le permite a la persona volverse sujeto de las actividades cotidianas en los medios comunitarios; es un proceso educativo que no requiere asistir a un salón de clase. La persona involucrada en este proceso tiende a cambiar su modo de ver el mundo y a de relacionarse con él; y así agregará nuevos elementos a su cultura (KROHLING, 2001: 89).

El uso alternativo de los *media*, lo constituyen las *radio escuelas* alentadas por la Iglesia Católica, destinadas a la educación popular, formal y no formal. La creación de emisoras y la producción de programas educativos que requieren personal docente y de gestión suelen estar financiados por organismos patrocinadores, por programas gubernamentales, o por agencias internacionales, sobre todo, de carácter religioso (MISEREOR, ADVENIAT, entre otras, son agencias europeas de la Iglesia Católica).

Algunas radios locales tienen cabinas de grabación instaladas en el campo, imprentas, grupos de actores y publican documentos como apoyo a los programas radiofónicos. Muchas radios populares educativas distribuyen cassettes de audio, diapositivas y folletos escritos. Otras trabajan con pobladores voluntarios denominados “*reporteros populares*”, que son capacitados en técnicas para la recolección de informaciones escritas y en audio. Además, se les apoya en la logística para que puedan cumplir con un trabajo periodístico. Así se establece un vínculo directo entre la comunidad y la radio local, y se genera un círculo de comunicación interactiva.

En Bolivia, los “*reporteros comunitarios*” de radios indígenas como las de *Yungas*, *Tarija* o *Don Bosco*, cubren las fuentes de información de las comunidades alejadas de los medios masivos de las grandes ciudades. Se centran en las noticias locales, y así se estimula la comunicación democrática y participativa de la comunidad. Por ejemplo, en *Radio San Gabriel* y en *Radio Pío XII* intervienen los campesinos y mineros en la concepción y producción de los programas, que consisten en radio revistas con contenidos variados: música indígena grabada en directo, reportajes realizados en la comunidad, noticias y comentarios de sus autoridades o de los líderes de las localidades.

En Perú, el *Centro de Comunicación Popular de Villa El Salvador*, cerca de Lima, ha llevado a cabo experiencias en el campo de las comunicaciones utilizando la prensa, el vídeo y los dibujos animados en el ámbito comunitario. Un foro de animación basado en cassettes o discos grabados es otra forma genuina del sistema de comunicación comunitaria de América Latina.

Desde 1996, la AMARC y el *Centro de Educación Popular (CEDEP)* pusieron a disposición de las radios locales un servicio informativo radiofónico denominado *PULSAR*, que permite a las radios comunitarias latinoamericanas y caribeñas bajar informativos en señales de audio y a la pantalla del computador de cada radio asociada, vía Internet.

En los países caribeños, las experiencias de proyectos de radio comunitaria son menos frecuentes pero igualmente tiene un futuro promisorio. La primera radio comunitaria inició su labor en 1995 en San Vicente y las Granadinas. El proyecto está coordinado por el National Youth Council de San Vicente y las Granadinas (*NYC-SVG*). La radio emite dos veces al día programas de música y entrevistas con jóvenes y con habitantes, en general, de las comunidades. También, en 1995, se crearon radios comunitarias en Barbados, Haití y Jamaica, con ayuda de la UNESCO.

En República Dominicana, la *Radio Enriquillo* es una experiencia valiosa de radio educativa, muy activa entre las poblaciones pobres del sur del país. Desde su funcionamiento inicial, en 1977, se ha convertido en un instrumento valioso para la educación y la comunicación comunitaria.

Según JARAMILLO (1990), la radio educativa ha desempeñado tres funciones: I) una función auxiliar como ayuda a los aspectos didácticos que permiten a la escuela ampliar y robustecer el contenido explicado; II) una función complementaria de la labor formativa del profesor difundiendo cursos preelaborados y siguiendo un plan de estudios, y III) una función supletoria del sistema educativo que no alcanza a satisfacer las necesidades y exigencias de educación de la población. En este sentido, las radio escuelas han jugado un rol muy importante en cada país.

Muchas radios alternativas fueron inspiradas y dirigidas por la Iglesia Católica. El Concilio Vaticano II proclamó la libertad de creencias sin interferencias del Estado, mayor preocupación social de la Iglesia e implicación de los seglares en los cultos y en la misma Iglesia. En 1968 la Conferencia Latinoamericana de Obispos de Medellín declaró *la "opción preferencial en favor de los pobres"* por parte de la Iglesia Católica, y destacó algunos elementos de la *"teología de la liberación"*, por ejemplo: desarrollar los valores de la solidaridad y la liberación como signos del Reino de Dios en la tierra. Por supuesto, a esta nueva visión de la Iglesia Católica también se integraron los pensamientos del educador brasileño Paulo FREIRE (FOX, 1989: 44-45). Y este es sin duda, un empuje moral y espiritual que da un sonido característico a las *radio escuelas* latinoamericanas.

Los procesos comunicacionales alternativos se nutrían complementariamente con los insumos de un núcleo ideológico duro, en el que se combinaban de modo ecléctico, el marxismo latinoamericano, la teología de la liberación, la educación liberadora de FREIRE, la teoría de la dependencia y la comunicación para el desarrollo promovida por la UNESCO, entre los sistemas de ideas más consolidados en este continente (BORJA, 1998: 91).

*"Parafraseando a Paulo FREIRE: 'la comunicación es un acto pedagógico y la educación es un hecho comunicativo' se sintetiza la complejidad y al mismo tiempo las interrelaciones existentes entre comunicación y educación. Esa complicidad entre los dos campos va más allá de las instituciones educativas para penetrar en el campo de los grandes medios de comunicación masiva y de la comunicación engendrada en el contexto de las prácticas asociativas y comunitarias"* (KROHLING, 2001: 90).

Las radios comunitarias, como canales cargados de contenidos informativos y culturales, posibilitan la participación activa en los mecanismos de planeación, producción y gestión del medio. Así, contribuyen a la construcción de la ciudadanía: ofrecen un potencial educativo por el contenido de los mensajes que transmiten, dando lugar a la socialización de un legado histórico, facilitan la comprensión de las relaciones sociales, de los mecanismos del poder, de los asuntos públicos del país; y ayudan a esclarecer los derechos de la persona y discutir los problemas locales (KROHLING, 2001: 89).

Por ejemplo, en la selección de noticias, le hacen perder la ingenuidad al radialista con respecto a las estrategias y posibilidades de manipulación de los grandes medios. La persona pasa a conocer el proceso de selección de los mensajes, los conflictos de intereses, la estrategia de la programación, la dinámica del mercado publicitario, y de la fuerza que tiene un medio de comunicación como la radio.

Por lo tanto los medios pueden impulsar la valoración de la identidad y las raíces culturales; pueden, por ejemplo, abrir un espacio para la manifestación de los saberes y de la cultura popular: desde la historia, las leyendas hasta la medicina natural; pueden servir de canal de expresión de artistas locales que difícilmente logran llegar a los grandes medios nacionales; pueden enseñar a prevenir enfermedades, pueden informar sobre los derechos del consumidor, el acceso a los servicios públicos y otros temas de interés social.

En América Latina conseguir una frecuencia para hacer radio, no es tarea fácil, el dial está casi saturado, sin embargo, el abaratamiento de las nuevas tecnologías hizo posible el acceso a una radio de poca potencia en FM, de ahí que en países como Argentina y Colombia, surgieron en poco tiempo alrededor de 5.000 y 2.000 emisoras comunitarias, respectivamente (BARREZUETA, 1994: 29).

En Argentina las experiencias de las radios comunitarias se dieron junto con el renacimiento de las instituciones democráticas, a partir de 1980. Esta situación política, produjo la proliferación de un sin número de radios alternativas, proceso que aún no ha cesado. La primera nace en la ciudad de Rosario con el nombre de "*Canal 19 - Modulación de Frecuencia Estereofónica*", cuando un locutor hacía emisiones experimentales desde su casa. Pero por ser ilegal pronto fue clausurada.

Sin embargo, en 1983, surge en el pueblo de Frías, provincia de Santiago del Estero, la radio *FM Morón* conducida por un pequeño grupo de jóvenes. Ésta logró erigirse como el único medio de comunicación local y contó con el apoyo publicitario del comercio de la zona. Ese aporte fue clave para el mantenimiento de la radio que no tiene fines de lucro.

En Colombia, a partir de los años ochenta, las radios comunitarias se popularizaron; múltiples señales de nuevas emisoras no autorizadas por el Estado comenzaron a difundir precedidas de un lema recurrente: *"Este es un programa hecho por la comunidad, para la comunidad y con la comunidad"* (MÁRQUEZ, 1992: 91).

En Colombia, apenas el 10% de la población lee periódicos, y el medio por excelencia de las manifestaciones culturales populares ha sido la tradición oral. Si bien la televisión tiene la mayor audiencia, la concentración de la propiedad privada de los medios la vuelve inaccesible. Este es el contexto en el cual surgen con nuevos bríos las radios comunitarias y se espera que se conviertan en un medio idóneo para la democratización de las comunicaciones sociales.

La radio comunitaria en Colombia ha convivido con la represión. En la década del cincuenta, el control y la censura del gobierno sobre la radio fue la respuesta al clima de violencia política. Se buscaba alejar a las masas de los temas de discusión y evitar su voz o representación en el medio. Así la radio fue alejada de los problemas del país y sumergida en el ensueño del entretenimiento (CASTELLANOS, 2001: 17).

Por su parte en Brasil, a inicios de los años ochenta, las primeras radios libres comenzaron a difundir sus ondas en las principales ciudades. A pesar de la represión y la presión política del monopolio de la comunicación comercial, las radios libres surgen por todos los rincones. Por otra parte, grupos evangélicos pusieron en el aire el proyecto *"Aire de Dios"* con 2.000 nuevas emisoras de radio comunitaria (DE CASTRO, 1993: 10).

En el caso de Perú, existen varias propuestas de radios comunitarias: radios culturales, muchas veces independientes de grupos u organizaciones barriales, que tienen como origen y destino esos contextos; radios campesinas, nacidas en y para este sector, algunas de ellas pertenecientes a la organización sindical; radios juveniles que tratan de responder a una necesidad de comunicación no satisfecha por la radio tradicional. También existen radios intermedias a todas estas propuestas, pero que por su corto alcance, *"no pueden o no quieren legalizar su situación por lo engoroso de los trámites"* (BHOLDER, 1993: 1).

La Coordinadora Nacional de Radio (CNR) del Perú, es una asociación civil sin fines de lucro que agrupa a más de 80 radios comunitarias y educativas. Al potencial comunicativo de la radio, le ha añadido la tecnología de Internet, permitiendo que las noticias de las provincias sean conocidas en las ciudades y en el mundo. Las noticias que presenta en su web están redactadas para medio impreso, pero además ofrece los archivos de audio para ser descargados por sus radios socias, o escuchados en línea (<http://www.yachay.com.pe/especiales/periodismo/3c.htm>).

Uno de los factores principales para la explosión de las radios comunitarias se debe a la concentración del poder de los *media* en pocas manos y a la homogeneización del contenido cultural. Las radios comunitarias se convierten en un contrapeso frente a esa apropiación de los medios de comunicación. Éstas ofrecen una alternativa para el desarrollo endógeno. Dejar de ser piratas y ser legales es su aspiración. Al respecto el presidente de AMARC Michel DELORME, dice: “*hablar en voz alta es sinónimo de ejercer control, y a esto contribuyen, con pasión, los amantes de la radio (...)*” (GIRART, 1992: 12).

Para explicar la aparición de las radios comunitarias en América Latina es necesario tener en cuenta los factores políticos, económicos y sociales, históricos y culturales, y la particular configuración del modelo nacional de radiodifusión y la situación legal vigente en cada uno de los países de la región.

La estructura de la radiodifusión en Argentina, al igual que las demás actividades industriales y culturales, se concentra en Buenos Aires y otras ciudades importantes. En esas ciudades existe una gran variedad de medios de comunicación, pero en las poblaciones del interior sólo existe una que otra emisora radial o televisiva. La Radio Nacional (la emisora estatal) cuenta con una programación que se origina en la capital, pero rara vez contempla los intereses de las comunidades locales. Igual podríamos decir de los medios comerciales.

Estos desequilibrios dan origen a la existencia de bolsones de incomunicación masiva, dependencia informativa de la metrópoli y necesidades comunicacionales insatisfechas.

El centralismo también se da en el Perú, las audiencias no tienen duda que más difícil es saber lo que pasa en el distrito vecino que en su propio distrito, o lo que sucede en otras partes del mundo. La centralización de la información, a través de las empresas multimedia, hace más fácil saber lo que pasa en los Estados Unidos o Europa, mirando la televisión o el Internet, que saber lo que pasa en su propio barrio o país.

En resumen, el desborde de un antiguo problema de desnivel informativo entre las grandes urbes y el resto del país, la desatención de los medios comerciales, el renacer democrático y la lentitud del Estado para dar un marco jurídico a los nuevos fenómenos comunicacionales, son el caldo de cultivo del creciente y desordenado desarrollo de las radios comunitarias en América Latina.

#### **5.4. MARCO LEGAL CAÓTICO**

En América Latina la mayoría de las radios comunitarias son llamadas “*piratas*” porque aún viven en la ilegalidad, pues no existe una legislación que las ayude a desarrollarse orgánicamente. Sin embargo, seguirán proliferando como una muestra de la necesidad de expresarse y comunicar que tiene la población. “*Los piratas son ellos*”, dicen los brasileños de las radios libres, refiriéndose a las grandes empresas propietarias de importantes grupos de frecuencias de radio y TV en Brasil (SÁNCHEZ, 1989: 61).

El *Festival de Radioapasionados y Televisionarios*, realizado en Quito-Ecuador, del 20 al 24 de noviembre de 1995 (Ver texto completo en Anexos), marcó un hito importante para el movimiento de la radio comunitaria de la región. Los temas más debatidos fueron democracia, desarrollo, comunicación y legislación. Se dio especial tratamiento a las legislaciones para la radiodifusión comunitaria, compartiendo los problemas y las soluciones según los casos. Al final del evento se firmó una declaración conjunta, que entre otros asuntos, hace un llamado a los gobiernos para que provean un espacio para la radio comunitaria, mediante la eliminación de barreras para el acceso a las frecuencias, así como la revisión de las legislaciones (VILLEGAS, 1997: 192). Posteriormente en cada país se ha realizado talleres similares para profundizar en los temas según los casos que más les apremie.

El sistema argentino de radiodifusión vive una virtual anarquía. La falta de legislaciones y la capacidad del gobierno para adjudicar nuevas estaciones de radio no ha permitido otra salida que las emisiones al margen de la ley. Los dirigentes de las radios comunitarias, en su mayor parte estudiantes de comunicación y periodismo o locución, manifiestan que no intentan ostentar una rebeldía, sino que buscan su legalización; aspiran a trabajar dentro de la ley (VIZER; LANDESMAN, 1989: 55-56).

En Brasil el problema es complejo. No se trata sólo de un malestar por el acceso desigual al espacio radioeléctrico, sino porque está cruzado por intereses económicos y políticos de los grupos tradicionales. En este país, la legislación sobre el derecho de expresión e información, reformada por decreto ley, considera crimen de acción pública el funcionamiento de emisoras sin autorización. Así cualquier particular o entidad puede demandar la "*intervención policial para el cumplimiento de la ley*" (DE CASTRO, 1993: 35).

Las autoridades federales de la Comisaría de Telecomunicaciones de Brasil, ya evitan las redadas y los encarcelamientos al personal de las radios libres, debido a la presión que la sociedad ha ejercido en el Congreso y en la Presidencia de la República. Esto ha conformado un importante movimiento cívico en torno a una propuesta de una *Ley de Información Democrática* (DE CASTRO, 1993: 35). Empero, en la actualidad ya no existe la disposición, en las entidades federales, que ordene la represión de las emisoras *irregulares*.

La suerte de las radios comunitarias brasileñas tarda en resolverse debido a la presión que ejercen los monopolios de la radiodifusión sobre los organismos responsables y sobre algunos diputados que reciben como regalo lucrativas concesiones de frecuencias.

Por su parte, en Colombia las radios libres asociadas en Red empezaron a plantear la legalización de las estaciones comunitarias para poder trabajar procesos de comunicación con las comunidades locales. Desde entonces, se dio inicio a un proceso de desclandestinización y el Estado comenzó a mirar de otra manera la presencia de las radios alternativas. Esto favoreció para que se redacte y se apruebe la ley que establece la vida jurídica de las radios comunitarias.

En Argentina, los radiodifusores esperan una nueva ley desde 1984, año en el que se limitó la libertad de expresión y elección, al suspenderse “*in eternum*” la aplicación del Plan Nacional de Radiodifusión, a través del cual se congeló y limitó la cantidad de prestadores de frecuencias. Sin embargo, la radiodifusión de baja potencia se benefició con la sanción del régimen de emergencia de 1989, que permitió una inscripción precaria de radios de este tipo (LORETI, 1998: 34-39).

En Chile, la radiodifusión se encuentra reglada dentro de la Ley de Telecomunicaciones. Como esta ley no trata sobre la libertad de información, la actividad de la radio de baja potencia está marginada. Por una parte, no se trata de otorgar licencias sino de concesiones y, por otra, a las radios de “mínima cobertura” (radios comunitarias) se les prohíbe pasar ningún tipo de publicidad, y tampoco el Estado apoya su funcionamiento.

En Uruguay no existe normativa de autorización legal para las emisoras comunitarias, las mismas que sufren decomisos e intervenciones de la administración y de la justicia. Según AMARC, la situación es aún difícil en Uruguay, donde los radiodifusores comunitarios tienen negado el acceso y están bajo presión legal. No obstante, el presidente de la Comisión de Defensa de la Cámara de Diputados declaró al respecto de las cientos de emisoras comunitarias que transmiten a partir de la medianoche por todo el territorio: “... *primero hay que regularlas y darles un lugar*”, dando muestras de un vuelco importante en el discurso oficial que abrió esperanzas a la legalidad, teniendo en cuenta que son emisoras que ya gozan de la legitimidad de sus audiencias (ALBARRÁN MÉNDEZ, 2001: 2; <http://www.saladeprensa.org>).

Las Radios Comunitarias en Uruguay está cruzada por un desarrollo creciente de estas experiencias comunicativas, por un lado, y por el otro, el intento de los sectores dominantes por frenar ese desarrollo. El poder mediático parece interesado en cercenar medios que no repiten lo que las agencias informativas presentan como única realidad. La democratización sobre la cultura, la música y otras artes, que se promueven en estos medios comunitarios y no en los medios masivos, es también debatido, “*ya que lo vemos relacionado al seleccionamiento interesado que hace el poder sobre lo que ellos pretenden debemos "consumir" de los "productos culturales" que ellos nos ofrecen*” (ECOS, 2002: 1; <http://uruguay.indymedia.org/news/2002/12/8156.php>).

En Venezuela, en un foro internacional realizado a fines de 2002, se debatió sobre el movimiento de la radio comunitaria. Se constató que, las emisoras comunitarias han experimentado un “boom” en ese país. Gustavo Gómez, director del Programa de Legislación y Derecho de AMARC, señaló, que no se trata de un invento del chavismo, sino del despertar de un derecho dormido. Existe desconfianza hacia las radios y televisoras comunitarias apoyadas por el Gobierno. Empero, lo interesante de la legislación venezolana es la posibilidad de autofinanciarse, lo que es imposible en otros países. La legislación permite la transmisión de publicidad como una vía de generar recursos para financiar sus operaciones. Sin embargo, se ve como una debilidad de la normativa, que sea el Estado el controlador de la programación de las emisoras comunitarias (ROJAS, I., 2002: 1-2; <http://www.elmundo.com.ve/ediciones/2002/08/06/p1-9s1.htm>).

No todo está perdido en esta materia. En algunos países, en los últimos años han habido logros importantes en la legislación de la radio comunitaria y ha tomado recientemente pasos significativos hacia el reconocimiento. En Colombia, por ejemplo, el trabajo de los últimos 5 años está nutriendo actualmente el sector. En El Salvador, las radios comunitarias han sido capaces de enfrentar las autoridades en la Corte Suprema, haciendo valer sus derechos constitucionales y ganando el acceso a las ondas radiales. (AMARC LEGISLACIONES; <http://moebius.amarc.org/legislaciones/>).

Asimismo, en Paraguay, en 2002, la Comisión Nacional de Telecomunicaciones, CONATEL, reconoció el derecho de adjudicación de 107 frecuencias para emisoras comunitarias que venían transmitiendo en el país ([www.infodesarrollo.ecuanex.net.ec](http://www.infodesarrollo.ecuanex.net.ec)). Este logro también fue fruto del trabajo de las gremiales que agrupan a las radios comunitarias, COMUNICA y la Red de Radios Populares.

Igualmente, en Ecuador, en 2002, el Congreso nacional aprobó reformas para eliminar las discriminaciones de las radios indígenas y comunitarias. De esta manera, los derechos y obligaciones que deben cumplir las radios comunitarias serán los mismos que la Ley establece para las estaciones privadas y comerciales, en concordancia con lo que establece el artículo 23 de la Constitución ([www.infodesarrollo.ecuanex.net.ec](http://www.infodesarrollo.ecuanex.net.ec)).

En Argentina, en 2002, fracasó el intento de penalizar a las radios comunitarias. La Cámara Alta no dio trámite al proyecto de modificación del Código penal que pretendía establecer penas de hasta dos años para la radiodifusión no autorizada ([www.infodesarrollo.ecuanex.net.ec](http://www.infodesarrollo.ecuanex.net.ec)). Con esa pretendida ley más de 5 mil radios hubieran pasado a ser ilegítimas ya que hasta hoy no se permite a organizaciones sociales ser licenciatarias de una frecuencia (<http://argentina.indymedia.org/news/2002/11/59613.php>; [www.agenciaconosur.com.ar](http://www.agenciaconosur.com.ar)). De esta manera, la opinión del Foro Argentino de Radios Comunitarias, FARCO, fue escuchada, la misma que tuvo respaldo internacional de IFEX, AMARC, ALER, Reporteros sin Fronteras, entre otros.

En América Latina, el estado, a través de la legislación trata de mantener el “*status quo*” del sistema de radiodifusión imperante, es decir, de la radio comercial, en desmedro de la radio pública o semipública y comunitaria. A este tipo de radio, que cumple con los objetivos que debería cumplir el Estado, sin embargo la trata como paria, puesto que se la asigna, frecuencias de baja potencia, un control policiaco, la prohibición de pasar publicidad, y la no asistencia económica para su desarrollo. A la radio comunitaria se la considera como radio “*subversiva*” y se la persigue, contrariando los principios fundamentales de la libertad de expresión y de opinión, suscritos por varios países de la región.

## 5.5. PROGRAMACIÓN INNOVADORA

Las radios comunitarias producen una programación variopinta. Las radios comunitarias procuran hacer una lectura diferente o alternativa en materia de información, evitando el bombardeo de información inútil y no sólo brindando noticias nacionales e internacionales, sino, sobre todo, de su comunidad. Además, las radios comunitarias no descuidan la producción de programaciones musicales, deportivas, de educación y entretenimiento. Así, la gente se mira en un espejo que antes no tenía; los medios comunitarios cubren ese vacío.

A continuación presentamos algunos ejemplos de las programaciones radiofónicas que se producen y emiten en las radios comunitarias de algunos países de América Latina.

En Argentina, *FM Barracas*, que transmite desde una zona marginal de Buenos Aires, organiza programas sanitarios para enseñar a la población como prevenir las enfermedades. En estos segmentos, los médicos responden consultas de los oyentes y recomiendan medidas de higiene y profilaxis. Los programas fueron útiles para controlar el brote de cólera en una zona de alto riesgo.

Asimismo, *FM Morón*, que nació de un programa de las Radios para la Universidad Pública de Argentina, difunde noticias y propuestas del ámbito académico, pero también da espacio a los problemas barriales y a la situación de los jóvenes, en una zona donde viven familias de escasos recursos económicos. Patricia FERNÁNDEZ, periodista de esta emisora, manifiesta que muchas radios comunitarias comienzan con propuestas barriales pero finalmente terminan optando por temas globales. Algunas radios aportan al público material informativo, cultural y de entretenimiento, pero les falta abordar temas de la vida cotidiana de los barrios (LAGO, 1992: 10).

*La Tribu* ha marcado la tendencia de la programación en las radios comunitarias argentinas. La emisora, en FM, ubicada en Buenos Aires, es reconocida tanto por su producción en medios y cultura, como por su posición alternativa sobre derechos humanos y de las mujeres. Sus análisis se orientan a problemas concretos a los que se refirieren especialistas de distintas áreas y contenidos. (<http://www.communit.com/la/lapdsargen/sld-107.html>). La programación de esta radio es muy variada; no falta el humor, y su público es heterogéneo.

*Radio Encuentro*, ubicada en el interior de Argentina, se caracteriza porque su producción radiofónica está realizada con la participación directa de los sectores populares. Se busca legitimar y fortalecer el discurso y la organización de los sectores pobres. Para esto posibilita toda forma de expresión popular (lo reivindicativo, festivo, protestas, propuestas, recreación, religioso, etc.). La radio ha logrado audiencia y el reconocimiento por su acción comunitaria. Varias organizaciones sociales, mujeres, jóvenes, cuentan con sus propios espacios. La radio transmite desde los estudios centrales o desde una "unidad móvil", que recorre la ciudad, y también con un "*equipo*

*de exteriores*" que puede ser instalado en cualquier parte (<http://www.communit.com/la/lapdsargen/sld-320.html>).

En la mayoría de radios comunitarias, los mensajes abordados difieren de acuerdo a las necesidades de cada zona, sin embargo existen lineamientos generales: actividades del consejo vecinal, las quejas y demandas del público, la historia del barrio y los servicios públicos. El modo de producción es fundamental; cada emisora posibilita el trabajo de técnicos, locutores, periodistas y jóvenes, que encuentran un espacio laboral y de expresión accesible y abierto. En efecto son propuestas alternativas a las redes de comunicación nacional.

En Perú, las radios comunitarias o informales brindan básicamente dos tipos de programas: informativo y musical. Para las fiestas o aniversarios, las radios preparan audiciones con programas especiales. Así, *Radio Quillabamba* ha conformado de manera natural una red de correspondentes voluntarios. Recibe cartas desde los más remotos rincones de las provincias, narrando eventos ignorados por los medios nacionales. El formato más apreciado es la radio-revista, que incluye segmentos de información (noticias y entrevistas), de educación (análisis), de comunicación (mensajes), de entretenimiento (participación) y musicales (dedicatorias). La mayor parte de los programas se transmiten en vivo. Uno de los segmentos de mayor éxito es el de los pedidos musicales, ya que los mensajes se leen en quechua (<http://www.communit.com/la/lahaciendoolas/sld-940.html>).

La Coordinadora Nacional de Radio (CNR) de Perú compite con otras agencias de noticias porque su contenido de información nace del pueblo, de las provincias y regiones, pero superando el localismo. Busca captar las particularidades del país, para así hacer un aporte original frente a la globalización de la comunicación y la información.

El idioma quechua, hablado por diez millones de personas en Bolivia, Perú y Ecuador, es utilizado en más de 180 emisoras comunitarias de los países andinos que difunden programas en esas lenguas (CHECA, A., 2002: 3; <http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/antiguos/n27/achecha.html>).

En Bolivia la programación de las emisoras comunitarias locales es diferente a la de las sindicales, porque al estar ubicadas en comunidades alejadas, la información que transmite está referida al acontecer propio de las comunidades, alternando la programación musical folklórica con espacios referidos a actividades deportivas, laborales, agropecuarias, sindicales o de servicio. En cambio, las emisoras comunitarias regionales al tener mayor cobertura su información se ocupa del acontecer nacional, regional e internacional. Estas emisoras en su programación incluyen música nacional y folklórica, así como mensajes, campañas de salud y educativas (GREBE, 2001: 4-5; <http://www.aboic.net/grebe.pdf>).

Los programas dramatizados también tienen diferencias, ya que las emisoras regionales presentan historias y temáticas referidas a nuevas leyes, temas de salud, analfabetismo, violencia intrafamiliar, etc.; en cambio la radio comunitaria local se ocupa de lo específico, con historias referidas a sus habitantes, su comunidad, o cuentos sacados de las experiencias de los ancianos. Estudios de audiencia constataron que las radionovelas son útiles para transmitir contenidos educativos, especialmente, en el campo de la salud (GREBE, 2001: 5-6; <http://www.aboic.net/grebe.pdf>).

En Colombia, las radios comunitarias establecen convenios con las instituciones estatales o con organismos no gubernamentales para la difusión de campañas sociales, educativas y de prevención de la salud. Las instituciones regionales o locales han visto en ellas el mejor medio para potenciar los procesos de comunicación para el desarrollo de la población. Una red de radios comunitarias publica alrededor de 5.000 ejemplares de su revista *Un, dos, tres, probando*.

En Colombia, tres instancias del gobierno están relacionadas con la radio comunitaria: el Ministerio de Comunicación adjudica y controla las frecuencias y ofrece talleres de capacitación; la Unidad de Radio del Ministerio de Cultura ofrece también talleres de capacitación, financia algunos proyectos y produce programas que distribuye en las emisoras; y el Ministerio del Interior también administra recursos destinados a 200 radios de grupos étnicos (<http://www.geocities.com/CapitolHill/Congress/2850/indice/radio/radio.html>).

En plena globalización, la radio comunitaria se plantea construir una identidad local, con toda la riqueza de la vida social y cultural del entorno inmediato, en combinación con la perspectiva global, que exige una visión combinada de las dos dimensiones para llegar a una sociedad abierta. Su reto es poner al aire una programación en la que los dos polos de la cultura no estén divorciados, algo que los medios comerciales no han logrado hacer (GÓMEZ y QUINTERO, 2001: 146).

El desarrollo reciente de la radio comunitaria, unido a su tradicional flexibilidad, está permitiendo que pese a múltiples dificultades el medio se convierta en el mejor aliado de las minorías, favorece el pluralismo y defiende la multiculturalidad. No parece que esa vocación peligre globalmente, pero si es cierto que debe ser defendida, porque en muchos países encuentra obstáculo tras obstáculo (CHECA, A., 2002: 4; <http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/antiguos/n27/achecha.html>).

PUDDEPHATT (2002), en un mundo globalizado, subraya la importancia de las radios comunitarias porque “*pueden ayudar a desafiar la creciente dominación monopólica de gran parte de las noticias y el contenido factual. Pueden brindar una alternativa a la mentalidad de “rebaño” que domina buena parte de la radio y televisión moderna. Los medios comunitarios importan porque nos ayudan a escuchar la gama de voces que existen en el mundo. A medida que los medios se vuelven más globales, y el inglés en el segundo idioma del mundo, los medios comunitarios pueden proporcionar la profundidad y diversidad que los medios predominantes no pueden esperar emular. La creciente globalización de las comunicaciones sólo enfatiza la importancia de lo local*” (PUDDEPHATT, 2002; <http://www.wacc.org.uk/publications/accion/240/article19.html>).

A manera de conclusiones, podemos afirmar que las radios comunitarias de América Latina fundamentalmente emiten una programación generalista, ya que cuentan con programas musicales, culturales, de información local, entretenimiento y diversas campañas de desarrollo de la comunidad (educación, salud, medio ambiente, agricultura, religión, etc.).

Como vemos, un eje vertebral de la radio comunitaria es la contribución al desarrollo de una sociedad democrática, y dentro de este contexto la democratización de las comunicaciones. En esta línea, varias organizaciones coordinadas por AMARC, en 1996, declararon: “*entendemos la libertad de expresión e información y su ejercicio como fundamento esencial de la democracia. Esto implica promover acciones jurídicas y marcos regulatorios que reconozcan y aseguren la democratización del espectro radioeléctrico*” (Ver texto completo en Anexo: “Declaración de Caracas. Seminario sobre Democratización del Espectro Radioeléctrico”, Pozo de Rosas, Venezuela, 11-15 de noviembre de 1996: 1).

## 5.6. UN DEBATE EN AUGE

Existen varias cuestiones que llevan el tema de las radios comunitarias a debate. Sobresalen los referentes a las legislaciones para su funcionamiento frente a las preocupaciones de la empresa privada de radiodifusión y las del Estado. La inserción de las radios comunitarias en la dinámica del sistema social implica repercusiones políticas y conflictos de poder con las instituciones tradicionalmente legitimadas. Las radios comunitarias comprenden la importancia de entrar al escenario de la opinión pública para construir otras ideas, propuestas y lógicas diferentes ( VILLEGRAS, 1997: 182).

Pese a lo alternativo que pueda parecer este proceso, las radios comunitarias plantean algunas paradojas en la evolución de su desarrollo comunicacional. Este problema, ha sido advertido en algunos estudios sobre la radio comunitaria (AMARC, 1991; PRADO, 1983).

En América Latina ya se puede constatar las contradicciones en este tipo de medios. Las radios comunitarias nacen libres, evolucionan y permanecen como medios alternativos, pero cuando existe peligro con su legalidad se integran definitivamente como medios convencionales, muchas veces alejándose del objetivo inicial.

Sin duda, la multiplicación de las radios comunitarias aunque mal llamadas “piratas”, asustan a las radios comerciales. En el caso de Perú, que se reconoce como pluricultural, es sorprendente ver que las radios comunitarias compiten haciendo lo mismo,

la misma música, la misma información, pero no compiten en las diferencias, en la creatividad, asumiendo la diversidad cultural y polifacética del país (BHOLDER, 1993: 1).

Por su parte, las radios comunitarias en Argentina constituyen un punto de inflexión en el que convergen las distintas líneas que hacen la comunicación en este país y en Latinoamérica. Este fenómeno ha abierto una agenda para el debate nacional y regional por parte de expertos y profesores en la materia. Los asuntos relevantes que se plantean son:

- Federalismo y comunicación: ¿Cómo lograr un mejor equilibrio informativo entre las grandes ciudades y el resto del país?
- Lo alternativo: ¿Las radios comunitarias como experiencia alternativa o reproducción a pequeña escala de los grandes medios?
- Códigos y discursos: ¿Creación de nuevos códigos y discursos en la comunicación o la mera repetición?
- Intenciones y resultados: la distancia entre las declaraciones de principios y los resultados obtenidos.
- Lo jurídico: la ley y su impacto en la comunicación del futuro.
- Lo participativo: radios comunitarias como ámbitos de participación de la gente o lo inevitable de las mediaciones.
- Lo estatal y lo privado: ¿competencia, incompatibilidad o complementariedad?
- Lo económico y lo comunicacional

Además, del sentido, las razones, los resultados del surgimiento de cientos de nuevas radios en toda la región (VIZER; LANDESMAN, 1989:55-56).

Como se ha dicho, el surgimiento y desarrollo de la radio comunitaria se ubica en los procesos democratizadores de América Latina, y su importancia radica en el proyecto político democratizador y pluralista que lo sustenta. Busca dar un rol protagónico a la ciudadanía, a través de la visualización de los sectores marginados. En este sentido trata de fortalecer procesos de inclusión de los sujetos excluidos por el Estado y la economía neoliberal.

A pesar de sus contradicciones y limitaciones, la radio comunitaria tiene impacto en las comunidades donde generan espacios de opinión pública y procesos educativos. Son importantes en los procesos de desarrollo local y de descentralización. Su importancia se acrecienta cuando incorporan innovaciones que hacen progresar y cambiar la realidad desde el ámbito radiofónico (CIESPAL, 1997: 64).

Como se ve, la radio comunitaria enfrenta múltiples problemas recurrentes, pero aún más complejos, porque mientras los anteriores no han sido solucionados aún, ahora asomaron nuevos como la globalización y las tecnologías digitales. No obstante, las organizaciones regionales y mundiales que apoyan a la radio comunitaria no desfallece en su lucha por ubicar a ésta en las agendas nacionales y mundiales. El movimiento de Radios Comunitarias del mundo apoya el Derecho a la Comunicación, considerando que "*el respeto por el pluralismo y la diversidad cultural, lingüística y de género deben reflejarse en todos los medios como un factor fundamental de una sociedad democrática*" (Declaración de Milán sobre La Comunicación y los Derechos Humanos, 1998: 2; Ver texto completo en Anexo; <http://moebius.amarc.org/radiocomunitarias/index.html>).

Según CHAPARRO, la Séptima Asamblea Mundial de la Radio Comunitaria, celebrada en 1998, en Milán, también debatió los problemas de la digitalización y la ausencia o exclusión de las emisoras alternativas de los distintos foros constituidos en torno al *Digital Audio Broadcasting*. Tampoco en los países desarrollados se ofrecen garantías que hagan posible la existencia futura de los medios comunitarios en la banda reservada a las emisiones digitales (CHAPARRO, 2001: 3; <http://www.saladeprensa.org/art196.htm>).

Por otra parte, existen dificultades para generar desde la información una cultura política democrática y ciudadana. Los géneros, los contenidos y el lenguaje radiofónico no ayudan a crear y a impulsar una democracia efectiva en la región. Esto debido a la adopción de los mismos modelos de la gran radio comercial.

Otro problema de la radio comunitaria es que comunica con timidez su existencia, su propuesta alternativa y sus modos de producción. Por otra parte, existen dificultades para interpelar crítica y educativamente a la audiencia, por una actitud de respeto mal entendido. La metodología de la educación formal por radio frenó la apertura de las audiencias a una educación abierta, de manera interactiva desde la radio.

Además, CHAPARRO nos sintetiza los problemas relacionados con la globalización tecnológica. Las radios comunitarias son medios reivindicados por la sociedad civil, son auténticos catalizadores sociales donde están presentes las nuevas corrientes de pensamiento relacionadas con la participación y la cogestión de los medios. La configuración de su agenda pública se rige por otros intereses ajenos a los poderes que controlan los grandes multimedia (CHAPARRO, 2001: 3; <http://www.saladeprensa.org/art196.htm>).

El futuro tecnológico que se dibuja presenta, por un lado, todos los alicientes necesarios para ser optimistas: la digitalización de las emisiones terrestres hará posible una mayor presencia de canales de radio. La concentración del mercado difusor se mantendrá, favoreciendo a los mismos operadores. De esta manera, la convivencia entre los medios alternativos sin ánimo de lucro y los comerciales, pretende dar un salto sólo en sus aspectos técnicos, sin prever el impacto regresivo que la exclusividad de los contenidos comerciales y la ausencia de criterios de servicio público puedan tener sobre la sociedad.

Con relación a lo expuesto, ahora pasamos a analizar dos estudios de caso relacionados con la radio comunitaria educativa en América Latina. Primero, nos referimos a la presencia de las mujeres en la radio comunitaria, y a continuación abordaremos el caso de las radios comunitarias educativas en Latinoamérica.

## **5.7. ESTUDIO DE CASO: MUJERES EN LA RADIO COMUNITARIA**

Las mujeres de la región tienen ahora una presencia masiva en la gestión del medio radio. Desde 1990, la Red de Mujeres de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC) se ha dedicado de lleno al trabajo radiofónico.

Según Tachi ARRIOLA, coordinadora ejecutiva de la Red Regional de Mujeres, “*cada vez hay más grupos y emisoras de mujeres que están haciendo radio comunitaria*”. Nos cuenta que la Red tiene contacto con más de 160 mujeres, representantes de grupos femeninos que hacen un trabajo radial en sus propios países. El principal trabajo de la Red es brindar un servicio de intercambio y capacitación. Todos los meses la oficina central envía a los grupos de mujeres radialistas materiales para la programación y su formación.

Desde la Red ya se han dado algunos cursos de capacitación para la producción “*pero pensamos, a causa del crecimiento de las exigencias y solicitudes, planear un curso para capacitadoras, para mujeres que en diferentes países de América Latina estén trabajando en eso: enseñanza y formando productoras (...)*” (ANÓNIMO, 1995: D-9).

El compromiso de AMARC con la participación de las mujeres en las estructuras de toma de decisiones de la radio comunitaria es una piedra angular para fomentar un nuevo orden en el mundo de las comunicaciones, más justo y equitativo. Desde 1990, la Women’s International Network de AMARC, ha trabajado para llevar los principios a la práctica. En el ámbito regional, por ejemplo, los talleres y los cursos para capacitadoras han creado una reserva operativa en 11 países de América Latina ([URL:www.amarc.org/](http://www.amarc.org/)).

“\* *En África, Asia y América Latina el porcentaje de empleos en los medios de comunicación que corresponde a mujeres no llega al 25 %.*

\* *Sólo el 14 % de las mujeres de Europa y América Latina que trabajan en los medios de comunicación y 11 % en África ocupan puestos ejecutivos.*

\* *Únicamente el 3 % de las organizaciones de medios de comunicación estaba dirigido por mujeres*” ([URL:www.amarc.org/](http://www.amarc.org/)).

Frente a esta realidad, en 1994 AMARC y ALAI convocaron a las mujeres radialistas a participar en el *Encuentro Regional de Comunicación de Género*, en Quito. Como resultado de ese encuentro se firmó una declaración para dejar constancia de la necesidad de democratizar las comunicaciones y reafirmar el papel de la comunicación

de género para consolidar las prácticas democráticas en el mundo (Ver texto completo en el Anexo: “Declaración del Encuentro Regional de Comunicación de Género”, Quito, 9-10 de abril de 1994).

En Quito, en 1995 se realizó un curso para capacitadoras de 11 países latinoamericanos. Durante una semana se trabajó sobre género, el “*empoderamiento*” o el rol de la mujer para ejercer sus deberes y responsabilidades ciudadanas; cómo acceder al poder y tener autonomía; la autoestima; relaciones interpersonales y cómo transmitir los conocimientos a los grupos de mujeres productoras.

Durante el curso se dijo que no era suficiente tener claros los conceptos, sino saberlos aplicar y difundir en las bases. La idea es que todo lo aprendido sea aplicado en el trabajo radial. Esta parte del taller estuvo a cargo de Susana Galdós, directora del movimiento feminista *Manuela Ramos*, de Perú. Mientras que, lo relacionado con la técnica de la producción radial, los géneros y formatos radiofónicos, tratamiento y lenguaje radial, estuvo a cargo de José Ignacio LÓPEZ VIGIL, de AMARC.

Según Tachi ARRIOLA, el grupo de participantes que asistió al taller, trabaja en su totalidad en radio y género en sus respectivos países, y que todas están muy motivadas en el trabajo de mujeres. No obstante, la situación es diferente cuando se habla del común de las comunicadoras del continente. “*La ideología patriarcal está todavía tan metida en nosotras mismas que aún no nos liberamos*” (ANÓNIMO, 1995: D-9).

Hasta hace menos de una década las mujeres se limitaban a manejar ciertos programas en emisoras comerciales en los países de la región. Si bien ya usaban ciertos conceptos de radio y género, el tema no era trabajado con profundidad en la programación. Como señala ARRIOLA, la mayoría de comunicadoras que laboran en la radio no tiene aún conciencia de los problemas de las mujeres. Pero las iniciativas aumentan día a día.

Existen varias radios comunitarias dirigidas por mujeres en la región: En Chile las mujeres controlan la radio comunitaria *Tierra de Chile*. En Bolivia se formó la *Red ADA*, que se inició como un grupo de radiodifusoras interesadas en el tema, pero la experiencia se extendió a mujeres que trabajan en otros medios. En México se organizó la red de mujeres

comunicadoras, que realizan programas de capacitación en la producción de géneros y formatos innovadores. En Perú, se inauguró una radio comunitaria llamada *La Chirana*; las dueñas y la directora son mujeres campesinas.

FIRE, *Feminist International Radio Endeavour*, es un programa de radio femenina de onda corta organizado y administrado por mujeres. Se transmite en inglés y español desde Costa Rica. Su estrategia es hacer radio interactiva, “en un programa se pidió a los oyentes que cerraran los ojos y el locutor dijo: “*Le daré un minuto para que remembre...Piense cuál es la primera vez que usted recuerda haber perdido un derecho por ser mujer. Si usted, radioescucha es un hombre, haga el ejercicio con referencia a una mujer que sea importante en su vida*” (UNESCO, 1995: 84).

En una de las 21 experiencias de radio comunitaria descritas en el libro *Radioapasionados* (1992), ARRIOLA nos cuenta la del *Colectivo Radial Feminista de Perú*: “*Resulta que cuando los spots se distribuyeron, las emisoras comerciales tomaban unos y dejaban otros. En unas emisoras de corte sensacionalista, sólo nos aceptaron dos: los que trataban de la violación. –¿No hay más de estos, señorita?; ¡Queremos acción, sangre, impacto!-“* (ARRIOLA, 1992: 161). Además, la radialista afirma:

“*Un día estos patas lanzaron al aire las dos cuñas famosas, las fuertes. La respuesta de los oyentes fue inmediata. Se armó el alboroto en la emisora. Las mujeres apoyando, los hombres llamando irritados, acusando a los locutores de haberse pasado al otro bando. ¡Traidores, sacolargos!. Los locutores felices porque ese día aumentaron el rating. Y nosotras también. Era lo que queríamos: que la gente opine, que participe, que suene el tema*” (ARRIOLA, 1992: 161).

“Así que, cuando llegó el 8 de marzo, el Día Internacional de la Mujer, repetimos el plato.

#### *Música tensa y ambiente de calle*

VIOLADOR- Pss...Psss...Mamacita...

MUJER- ¿Qué le pasa, señor?

VIOLADOR- ¡Qué cuerpo, qué piernas, qué curvas...!

MUJER- Déjeme tranquila, no moleste.

VIOLADOR- ¡Qué ojos, qué boca, qué cara...!

MUJER- ¿Cara?...¡Karateca! (Golpes de kárate de ella y alardos de él)

LOCUTORA- A cada pavo... ¡le llega su navidad!"(ARRIOLA, 1992:162).

En resumen, mediante una serie de estrategias de la comunicación interactiva, las mujeres están difundiendo los mensajes antimachistas y luchando por una democratización de las sociedades y consiguiendo efectivamente su acceso a los medios masivos como la radio. Nuevas radios femeninas, distintas de las radios tradicionales, permiten a la mujer expresarse, estimulándola a hablar de su vida y su problemática.

La UNESCO, desde 1995, en cooperación con el gobierno de Alemania apoya un proyecto que busca crear una red de producción radiofónica gerenciada por mujeres en El Salvador. Desde el inicio de esta acción, miles de mujeres escuchan tres veces por semana un programa titulado "*Buenos tiempos*". Las emisiones tratan temas tales como la situación legal de la mujer, las luchas por los derechos de las mujeres, el acceso al trabajo, la salud familiar y la educación de los hijos. Estos programas intercomunican a las mujeres sobre sus derechos y responsabilidades, y promueven a tomar iniciativas en la comunidad (UNESCO, 1995: 264).

El objetivo del proyecto es, combatir la discriminación contra las mujeres y, suscitar un cambio de comportamientos en la sociedad. La ejecución del proyecto ha merecido la capacitación de 60 reporteras y 2.000 educadoras. Las mujeres reporteras viajan por el país para grabar entrevistas con mujeres, sobre temas de orden económico, social y cultural. Los programas se difunden desde las 5 de la madrugada, para las mujeres de las fábricas y del sector sub-urbano, pero también se transmiten por altavoces en los mercados (UNESCO, 1995: 264).

### **5.7.1. EJEMPLOS DE RADIO COMUNITARIA FEMENINA**

La popularidad de las radios femeninas alternativas da amplias pruebas de que las mujeres están en buena medida excluidas de los medios tradicionales de comunicación. Las radios alternativas han permitido la expresión de la mujer. Un ejemplo que ha tenido éxito es *Feminist International Radio Endeavour*. FIPE es el primer programa de radio feminista de onda corta organizado y administrado por mujeres, con voces de mujeres. En este caso, el feminismo se refiere al desarrollo de la conciencia y al sentido de cada mujer acerca de los problemas y triunfos sociales de las demás.

El programa, difundido por primera vez en 1991, se emite desde Costa Rica en inglés y español. Se lo escucha en 60 países del mundo. FIRE produce sus propios programas; difunde cintas de entre 25 y 50 minutos enviadas por mujeres de todo el mundo; distribuye casetes a grupos femeninos; promueve la capacitación de mujeres en periodismo radiofónico y transmite programas en vivo.

No es una radio tradicional. Por ejemplo, en un programa se pidió a los radioescuchas que cerraran por un momento sus ojos y el locutor dijo: «*Le daré un minuto para que rememore... Piense cuál es la primera vez que usted recuerda haber perdido un derecho por ser mujer. Si usted, radioescucha, es un hombre, haga el ejercicio con referencia a una mujer que sea importante en su vida*» (<http://www.ugr.es/%7Esevimeco/documentos/unesco/bdu18.htm>).

*Radio Tierra*, de propiedad de un equipo de 20 mujeres periodistas, técnicas y especialistas en comercialización. Es operada por ese grupo y 25 «reporteras populares», comenzó sus emisiones en 1992 en Santiago (Chile). Transmite 17 horas por día en AM en la zona metropolitana. La idea fue iniciada por un grupo de mujeres en la Casa de la Mujer La Morada, de una organización no gubernamental femenina fundada en 1983. La radio AM es escuchada por mujeres pobres y de clase media. Las mujeres pobres tienen escaso o ningún acceso a periódicos o revistas, y la radio es su único vínculo con el mundo externo.

*Radio Tierra* ofrece información sobre la sexualidad y el divorcio, programas para los niños y los ancianos, y análisis y comentarios de los radioescuchas. *Radio Tierra* es

apoyada por KULA, organización danesa que ayuda a las mujeres del Tercer Mundo. Mientras que, la financiación de FIRE procede de la *North American Foundation for a ComPassionate Society and Change of Heart*.

*Radio Mujer* comenzó sus emisiones en Nicaragua en 1991. Se define a sí misma como la primera estación en frecuencia modulada para mujeres en América Latina. «La Media Naranja», comenzó emisiones semanales en el Canal 4, un nuevo canal independiente. Según estudios, en 1993 el programa ocupaba el tercer lugar en el rating, hecho sobresaliente dado que los programas más populares del país son musicales.

CEMINA, un grupo de promoción de mujeres brasileñas, produce un programa diario de media hora de duración titulado «Fala Mulher» en Río de Janeiro y «Viva María» en Brasilia (<http://www.ugr.es/%7Esevimeco/documentos/unesco/bdu18.htm>).

Radio Muya es la primera estación de radio caribeña establecida por la UNESCO. *"Mujeres hablando a mujeres"* como proyecto de radio comunitaria comenzó sus transmisiones en 1997. La radio está situada en Surinam y es dirigida por la Fundación de Mujeres Koni Ku Libi -que significa *"vivir sabiamente para sobrevivir"*. La radio fue creada por las mujeres interesadas en la promoción de este lema (INTERADIO, 1998: 331).

*Radio Toco* es otra radio comunitaria ubicada en el Caribe y está apoyada por la UNESCO. Según Jocelyne JOSIAH de esta entidad, Radio Toco se ha vuelto popular debido al contenido de sus programas, éstos cubren temas de entretenimiento, medioambiente, educación, mujeres y género y otros asuntos de interés para la comunidad. Este proyecto ha sido manejado por mujeres de la comunidad, quienes utilizan el mismo equipo de transmisión como en el caso de radio Muya, -transmisores de panel solar de 22 vatios de baja potencia en FM. El rango de cobertura de la radio es de 5 a 6 millas. La radio ha explorado nuevas posibilidades para ampliar su señal.

*"Ambos proyectos son una respuesta directa a la Plataforma de Acción de Toronto para mujeres profesionales de las comunicaciones, adoptaba en Beijing en*

*1995, con motivo de la Conferencia Mundial de las Naciones Unidas sobre la Mujer"* (INTERADIO, 1998: 31).

A continuación estudiaremos la organización de ALER-, la red de radios comunitarias educativas más antigua e importante de América Latina.

## **5.8. ESTUDIO DE CASO: EL SISTEMA ALER**

### **5.8.1. MISIÓN**

La Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica, ALER, nació en 1972 en Sutatenza-Colombia. Su misión inicial fue la de unir esfuerzos y compartir experiencias entre las emisoras cristianas en el campo de la alfabetización y la educación de adultos. Actualmente tiene su sede principal en Quito, Ecuador.

Sin embargo, la misión actual de ALER es más amplia y persigue el fortalecimiento de las radios populares para favorecer la democratización de las comunicaciones en la región. En este sentido sus líneas estratégicas de acción son las siguientes:

- 1) la capacitación,
- 2) la investigación,
- 3) la producción radiofónica y de materiales didácticos,
- 4) la intercomunicación y la financiación para sus afiliadas.

Los servicios que más han sido demandados por parte de las radios de ALER son:

- a) la capacitación,
- b) la comunicación-documentación,
- c) la investigación evaluación, y en estos últimos años,
- d) la intercomunicación vía satélite, proyecto denominado ALRED.

Las actividades de la Asociación están orientadas por un Marco Doctrinario, inspirado en los principios del Concilio Vaticano II.

El Marco Doctrinario marca el horizonte y traza la orientación del movimiento de las radios afiliadas: *"a través de medios de comunicación combinados e integrados a mecanismos presenciales y grupales, ALER ha ido enfrentando las causas de la ignorancia, la pobreza y la injusticia que sufren la mayoría de los hombres de América Latina. (...) Las Instituciones agrupadas en ALER han ido alcanzando claridad en sus principios y madurez en sus líneas de acción, centradas en la educación, la comunicación y la organización de bases"* (ALER, 1982: x).

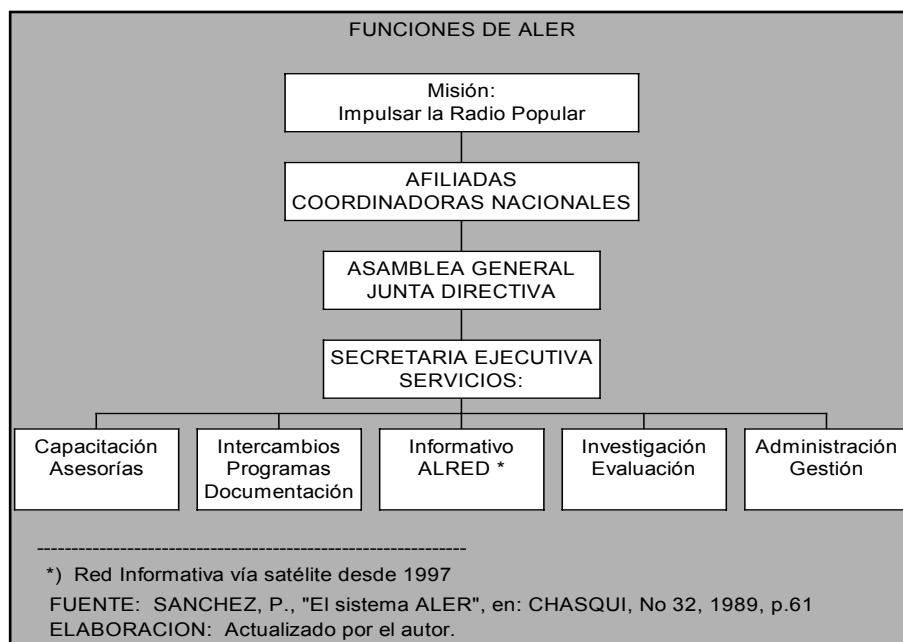
ACLO, una de sus afiliadas fundadoras nos dice: *"a través de la unión, las radios educativas logran solidaridad, intercambios, asesoramiento, capacitación y difusión de sus actividades"* (ACLO, 1980: 4).

En ALER la producción radiofónica sirve para fortalecer y apoyar a las radios comunitarias. Desde Quito se producen algunos programas y se coordina el flujo de programas de unas emisoras a otras. Cinco son las líneas de producción:

- a. Informativa
- b. Educativa
- c. Evangelizadora
- d. De entretenimiento
- e. Apoyo (<http://www.aler.org.ec>).

El gráfico que presentamos a continuación, nos ilustra las líneas estratégicas de servicios que brinda ALER a sus afiliadas en la región.

## GRÁFICO No. 2



Este gráfico nos describe la estructura orgánico-funcional de ALER. Tiene a la cabeza a la asamblea general, en la que participan los representantes de las radios afiliadas y de las Coordinadoras de Radio Popular. Luego está la Junta Directiva, como órgano del que emanan las políticas y las líneas de acción de la Asociación, y luego la Secretaría Ejecutiva, como una instancia administrativa-operativa para la ejecución de los planes, programas y proyectos, a través de cinco departamentos: Departamento de Capacitación y Asesoría; de Intercambios y Documentación; Informativos y cadena ALRED; Investigación y Evaluación; y, Administración y Gestión de la Radio (<http://www.aler.org.ec>).

Más de un centenar de radios afiliadas locales distribuidas en la región se benefician de los diversos servicios que ofrece ALER, desde su sede, ubicada en Quito, Ecuador.

Un programa innovador implementado por ALER es la cadena de ALRED. Algunas radios populares se integran en este servicio informativo latinoamericano, en el cual las radios reciben y participan con envíos noticiosos, generando una verdadera ronda informativa. El enlace entre las emisoras es posible gracias a los servicios satelitales (<http://www.aler.org.ec/informativos.htm>).

ALER concibe la producción radiofónica como un trabajo en red. Para el funcionamiento de la red, ALER cuenta con un servicio de interconexión llamado *ALRED, América Latina en Red*. A través de Internet y del satélite, las emisoras afiliadas reciben y distribuyen programas. ALRED es la red de emisoras, posiblemente la más grande de América Latina, con sus corresponsales en Centroamérica, El Caribe y Sudamérica. La mayoría de programas son producidos en las radios afiliadas en sus propios países (<http://www.aler.org.ec>).

Mediante ayudas internacionales ALER ha logrado financiar sus servicios. Sin embargo, también busca vender sus servicios: libros, cassettes, publicaciones y programas, con el fin de lograr autofinanciarse.

### **5.8.2. DESAFÍOS DE ALER**

Según ALER, el diagnóstico de la situación latinoamericana demuestra barreras que impiden el crecimiento de personas y pueblos debido a las carencias educativas y a los determinantes estructurales. Los pobres en América Latina reclaman su derecho a participar en los procesos de comunicación y educación alternativos, y los sistemas de educación radiofónica (SER) son instrumentos en manos del pueblo para lograr ese crecimiento (ALER, 1981b: 11).

Las instituciones radiofónicas asociadas han realizado inicialmente procesos de alfabetización, como un medio para despertar la conciencia crítica y la creatividad de los beneficiarios. Además, promueven la participación y la organización en la búsqueda de soluciones a los problemas y necesidades locales, nacionales y regionales (ALER, 1981a: 11).

En los últimos años, ALER ha dedicado muchos esfuerzos para cooperar con las radios socias y lograr que éstas se adecuen a los tiempos modernos; época caracterizada por una implantación creciente del neoliberalismo. Este programa de reingeniería del sistema ALER ha contemplado los siguientes objetivos: el replanteamiento profundo del proyecto global de las radios, la reprogramación de las mismas, la gestión de las radios como

empresas dinámicas, y el conocimiento e introducción de las nuevas tecnologías, sobre todo la computarización y el satélite (ALER, 1997).

### **5.8.3. AFILIADAS Y AUDIENCIAS**

Las instituciones de educación radiofónica (IER), o como comúnmente se las denomina "*Escuelas Radiofónicas*", son organizaciones privadas, de inspiración cristiana, sin fines de lucro, que se dedican a la educación integral de adultos y a la promoción de las organizaciones locales de desarrollo en las zonas rurales.

La pionera de la educación radiofónica en América Latina fue Radio Sutatenza de Colombia. Esta radio educativa fue estímulo para que nacieran distintas instituciones de educación radiofónica con igual inquietud y esperanza.

Este antecedente es confirmado por el testimonio del Padre Bonifacio ECHARRI, director de las Escuelas Radiofónicas de Nicaragua (ERN), cuando explica los orígenes de esta radio educativa: *"lo que movió a fundar Escuelas Radiofónicas (en 1966) fue de alguna manera, el ejemplo de Radio Sutatenza de Colombia. Un ejemplo que se estaba acercando a Centroamérica, vía Honduras porque allí ya funcionaban las Escuelas Radiofónicas"* (ALER, 1984: 7).

En el Ecuador, las Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador (ERPE) se fundaron en 1962, por iniciativa de la Diócesis de Riobamba, y también tomaron como referente el proceso de Radio Sutatenza. Las Escuelas Radiofónicas de San Rafael, en Bolivia, se fundaron en 1960. Todas nacían con propósitos similares: alfabetización, promoción del marginado, evangelización y el apoyo a la organización campesina.

En 1983, el Instituto Costarricense de Educación Radiofónica (ICER), lanzó un programa cultural educativo de 24 emisoras comunitarias, de las cuales la mayor parte estaba administrada por organizaciones populares. El personal involucrado era voluntario y la financiación provenía de los abonados locales, de una publicidad selectiva y de subvenciones ocasionales por parte del Estado (UNESCO, 1999: 156).

Los miembros asociados de ALER cuentan con más de un millón de estudiantes matriculados en cursos radiofónicos, y otros quince millones participan en emisiones abiertas sobre temas de agricultura, sanidad, música folklórica y programas de desarrollo (UNESCO, 1999: 156).

En las Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador, ERPE, se produce y difunde programas con mensajes recogidos en las propias comunidades, que forman parte de una radio-revista de larga duración, y tiene una gran audiencia por los propios campesinos e indígenas involucrados. Igualmente, Radio Latacunga produce este género radiofónico en las "cabinas campesinas" y luego el programa es difundido por la radio, como "devolución" a sus protagonistas.

Las actividades de las Escuelas Radiofónicas aglutinadas en ALER, basan su enfoque en la educación a distancia, la comunicación alternativa y el acceso de la organización comunitaria en la radio. Según ALER, estos elementos interrelacionados tienen como finalidad conducir la liberación de la persona (ALER, 1981b: 11).

En conjunto, las afiliadas de ALER trabajan en áreas de comunicación y educación a distancia con más de 1.200 personas de planta, y en terreno, con más de 5.000 voluntarios (la mayoría campesinos). ALER brinda un servicio de educación radiofónica permanente a más de 10 millones de personas en audiencia abierta, y a dos millones en audiencia organizada.

ALER en conjunto cuenta en toda América Latina con 1.000 kilovatios de potencia en antena para intercomunicar a 10 millones de personas en audiencia abierta y a más de medio millón de participantes en grupos de audiencia organizada. Con la consolidación de la *Red Latinoamericana ALRED* vía satélite, y los servicios a través de Internet, las audiencias de ALER serán más amplias, y quizá extra continentales.

#### **5.8.4. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS**

Las Escuelas Radiofónicas utilizan para sus tareas educativas y de desarrollo, la combinación de medios de difusión (radio) con los interpersonales (tutorías). Hay dos

tendencias en la utilización de los medios: la primera, que pone énfasis en la emisión radial; y la otra, en la presencia de los educadores en terreno. Este último es un modelo de promoción comunitaria y de inserción en la comunidad, basado en el trabajo con las organizaciones de base. A través de la autogestión se buscan las soluciones a problemas y situaciones injustas que afectan a la población.

En la acción en terreno, las Escuelas Radiofónicas se vinculan directamente con asociaciones, juntas de vecinos, clubes de madres, de jóvenes, deportivos, comunidades eclesiales de base, sindicatos, comités; comisiones de salud, de derechos humanos, etc. para realizar un trabajo solidario y autosostenido.

Las entidades que utilizan el modelo que enfatiza en las emisiones radiofónicas, procura la participación directa de los beneficiarios en la elaboración de los mensajes educativos mediante radio-foros, cassette-foros, sonovisos, radiodramas, etc. Se realiza una producción de programas con mensajes adecuados a los oyentes. Se desarrolla una comunicación horizontal que favorece la solidaridad, la participación y la autogestión.

Basados en estas estrategias, se producen reportajes en las propias comunidades que abordan los problemas y necesidades de la población. Se graban las expresiones originales y las reflexiones de la audiencia, luego son editadas en los estudios antes de su difusión.

En síntesis, ALER descubrió dos grandes estrategias globales del uso del medio radio en los procesos de educación a distancia y de educación radiofónica:

1) *Estrategia para la educación básica*: alfabetización, postalfabetización, educación primaria y secundaria. La metodología utilizada es de carácter "no-formal" porque la radio reemplaza al aula, sin embargo, algunos mensajes suelen reproducir contenidos y estructuras de la educación formal, un tema que ha sido auto-evaluado y discutido por las afiliadas.

2) *Estrategia para fortalecer la organización*: apoyo a grupos locales y organizaciones mediante diagnósticos, reflexiones, formación de líderes, capacitación técnica, y asesoramiento. Es una estrategia que se enmarca dentro del concepto de la educación no-

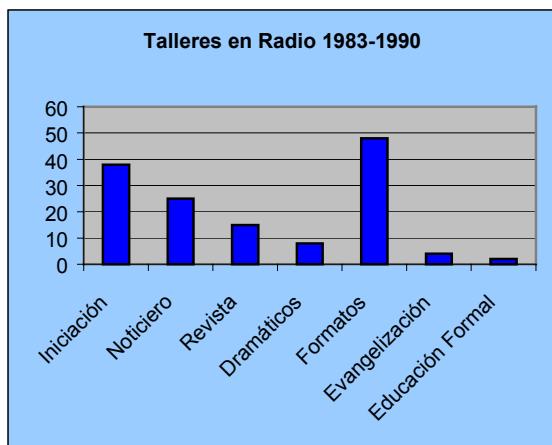
formal por radio (ALER: 1982). Estas son las contribuciones concretas de las experiencias de la radio educativa desde la América Latina.

### 5.8.5. COORDINADORAS NACIONALES

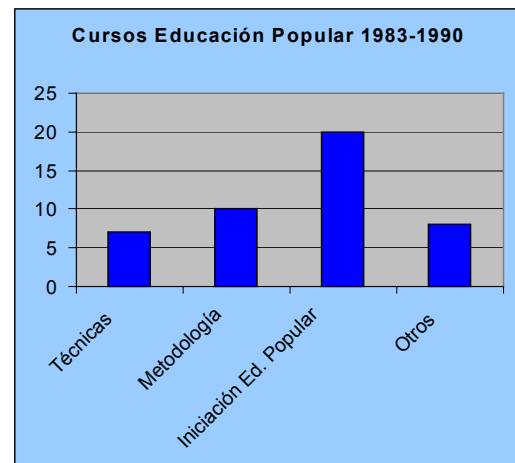
Una de las principales estrategias de ALER ha sido la descentralización del trabajo a través de las Coordinadoras Nacionales o Regionales de Radio Educativa. Según ALER, esta estructura organizativa permite mejorar los servicios de capacitación, asesoría, planificación, evaluación, etc. Esta forma orgánico-funcional no significa que ALER pierda el sentido original de ser una asociación continental. Al contrario, se robustece, al desatar sinérgicamente nuevos procesos simultáneos en cada país.

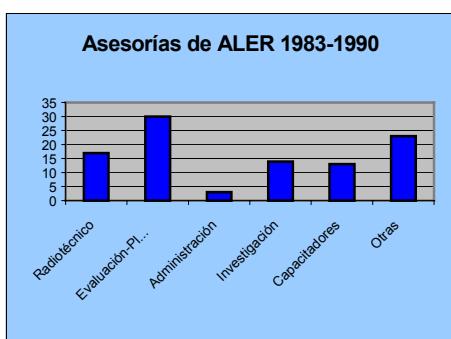
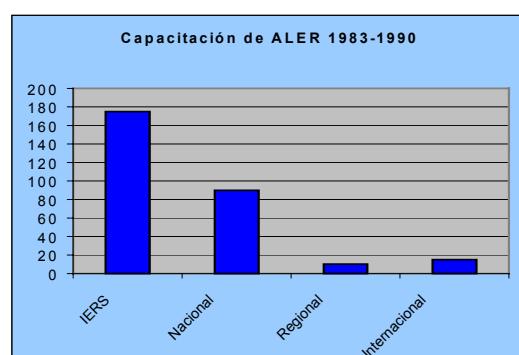
ALER, desde Quito, desplaza a su personal técnico a varias de las coordinadoras ubicadas a lo largo y ancho de Latinoamérica para prestar servicios en planificación de actividades, evaluación, capacitación, asesorías en terreno, investigaciones, diagnósticos, etc. Aquí presentamos cuatro gráficos que demuestran los eventos de capacitación y asesorías realizadas por ALER en terreno entre 1983 y 1990. Hemos buscado datos para los años noventa pero no existen, inclusive en la misma sede de ALER en Quito.

**GRÁFICO No. 3**



**GRÁFICO No. 4**



**GRÁFICO No. 5****GRÁFICO No. 6**

NOTA: Las columnas de números de la izquierda de los cuadros corresponden al número de Talleres, Cursos, Asesorías y capacitaciones realizadas por ALER, respectivamente.

FUENTE: ALER, “*Seminario-Taller sobre capacitación en Radio Popular*”, Cotacachi, Ecuador, octubre 1990.

ELABORACION: Reelaborado por el autor.

El gráfico No. 3 nos presenta el número de talleres de radio brindado por ALER a las radios afiliadas, entre 1983 y 1990. Los talleres que más demanda tuvo fueron los de Formatos radiofónicos y de Iniciación en el mundo de la radio; y los que menos demanda tuvo fueron de Educación Formal y Evangelización. Esto demuestra el poco interés de las radios para trabajar en programas formales de educación, pues, las radios han optado por programas abiertos de educación y evangelización. El gráfico No. 4 nos muestra el interés de las emisoras por la educación popular o no-formal (abierta) como alternativa a la educación formal. El gráfico No. 5, por su parte, nos muestra las asesorías brindadas por ALER a las radios afiliadas en su momento. Las asesorías en evaluación, investigación y en los aspectos técnicos de radio (radiotécnico) han sido los más demandados por las afiliadas. En estos años se puede constatar que todavía no existió interés por la administración de la radio, pero se inicia en los años 90 un interés creciente por este tema. Por último, el gráfico No. 6 nos muestra el gran interés de las radios por la capacitación en terreno (178), luego las capacitaciones en el ámbito nacional (90) y muy poco las regionales.

Al partir de los años 90, ALER cambió de estrategia y dio mayor atención a las capacitaciones regionales, a través de las coordinadoras nacionales. Inclusive esta es una razón por la cual ALER no ha vuelto a realizar un estudio como el presentado en los cuadros precedentes.

La nueva estrategia consiste en impulsar el desarrollo institucional de las Coordinadoras, para que ellas se encarguen de sus propios procesos de capacitación, mediante la formación de equipos de capacitadores nacionales. Esta modalidad se sigue manteniendo en el año 2002. Según su página web: "*En cada país que existe una coordinadora ligada a ALER, se planifica con ella la capacitación de acuerdo a las urgencias nacionales. Donde no existen coordinadoras, el trato es directamente con las afiliadas*" (<http://www.aler.org.ec>).

Las coordinadoras de radio educativa adscritas a ALER son: la Federación Guatemalteca de Escuelas Radiofónicas (FGER), la Unión Dominicana de Emisoras Católicas de la República Dominicana (UDEC), las Escuelas Radiofónicas de Bolivia (ERBOL), la Coordinadora de Radio Educativa Popular de Venezuela (CORAPEV), la Coordinadora de Radio Popular Educativa del Ecuador (CORAPE), y otras en Haití, El Salvador y Brasil.

ALER, desde 1996, usa la tecnología del satélite de comunicaciones para distribuir la programación radiofónica a sus afiliadas. Los programas desde Quito se envían por Internet (señal digital de audio comprimido) hasta Holanda y de allí, convertidos en señal de audio, suben al satélite para ser retransmitidos a las afiliadas. A través de un convenio con Radio Nederland (RNTC), se distribuye la "*Ronda Informativa Latinoamericana*" y otros programas especiales desde y para las radios afiliadas.

*"En ALER la tecnología no es un mito. No es cuestión de cambiar tecnología por cambiar"*, dice ALER (<http://www.aler.org.ec>). La tecnología que se utiliza es la más apropiada para cada una de las realidades particulares de afiliadas y Coordinadoras. Lo importante es que sean apropiadas y apropiables. Es decir, las propias radios conducen el uso de las tecnologías, así tienen capacidad de control sobre ellas y puedan avanzar con mayor eficiencia hacia el logro de sus objetivos.

Por eso, permanentemente ALER, con sus afiliadas:

- Reflexiona sobre el tema

- Experimenta responsablemente para apropiarse de lo nuevo
- Informa a Coordinadoras y afiliadas sobre nuevos instrumentos y resultados de las nuevas experiencias
- Transfiere los conocimientos hacia Coordinadoras y afiliadas con criterios de multiplicación (<http://www.aler.org.ec>).

#### **5.8.6. EVALUACIÓN CUALITATIVA**

Existe una alarmante escasez de investigaciones y evaluaciones relacionadas con la experimentación de la educación a distancia, y en particular sobre la educación radiofónica. Esto nos impide apreciar con objetividad la capacidad de la modalidad para solucionar los déficits de la educación de adultos en el continente. No obstante, hemos hallado algunos datos empíricos que nos ayudan a realizar una evaluación sobre la misión de ALER.

Los contenidos de los programas educativos radiofónicos en América Latina han buscado su vinculación con las necesidades sentidas de la población meta. Una evaluación de los programas de Radio Sutatenza, descubrió que los programas mejor valorados por los beneficiarios, no eran tanto los de la educación básica, sino aquellos de capacitación en salud, higiene, economía familiar y agropecuaria.

Asimismo, el Instituto Radiofónico Fe y Alegría (IRFA), de Venezuela, constató que les resultaba más difícil motivar a la población para los telecursos, antes que lograr una respuesta a las acciones de organización y de mejoramiento de las condiciones de vida de la audiencia. Ello obligó a que se revisaran los contenidos curriculares de los programas para que no se contradigan con los valores detectados en la comunidad.

Por su parte, Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador (ERPE) constató que el área de capacitación técnica era la que le daba sentido al adulto, puesto que respondía a sus necesidades y problemas de empleo, supervivencia y de mejoramiento personal y comunitario. Algunos proyectos de producción agropecuaria, fueron establecidos y administrados grupalmente por los estudiantes del *Sistema de Teleducación*, que encontraron una aplicación práctica de lo que aprendían por la radio y en terreno.

La constatación de esta realidad provocó algunos cambios metodológicos y de contenido en los sistemas curriculares de las afiliadas de ALER. Desde hace 10 años apenas un pequeño grupo de socias sigue funcionando como escuelas radiofónicas. Un 70% de las afiliadas a ALER han dejado de transmitir clases por radio. Aún aquellas, radio educativas que continúan con la instrucción escolar radial, ponen énfasis en acciones de educación no formal, de carácter participativo y vinculadas a la organización local.

Una evaluación de ALER, realizada en 1996, con motivo de sus 25 años de vida, da cuenta de los logros alcanzados. ALER ha podido confirmar que sigue siendo un espacio de aprendizaje y de estímulo, de encuentro y refuerzo de la labor de las radios socias que siguen creyendo en las tecnologías y en los medios radiofónicos como espacios de participación social, pero sobre todo: *“un espacio donde encontrar un profundo sentido latinoamericano al quehacer propio, local, que tantas veces parece perderse en la maraña de las redes que constituyen este fin de siglo”* (ALER, 1996b: 6).

En ALER ha sido una práctica constante la revisión y la transformación de las radios afiliadas, de acuerdo con la cambiante realidad de América latina. Revisiones que han sido visibles en las propias afiliadas, pero no siempre han quedado registradas en la literatura radiofónica de la región, que como hemos dicho, es escasa.

Hoy, las radios afiliadas a ALER son reconocidas como amplios espacios para aprender y comprender el mundo. Los temas desarrollados son incorporados por los oyentes, al saber práctico, tan necesario para desenvolverse en la vida pública y privada (ALER, 1996a).

ALER, en 2001, realizó un estudio importante sobre la incidencia de la radio popular en 12 países de América Latina, y constató la existencia de los siguientes problemas y perspectivas en el trabajo radiofónico:

- Confusión por parte de las afiliadas en el uso de conceptos por la cantidad de términos sobre la radio popular.
- El contexto de las radios populares y comunitarias es adverso para sus proyectos.

- Falta una relación clara y estratégica con los diversos actores en el entorno donde la radio quiere incidir.
- Pocas radios realizan acciones para lograr un conocimiento sistemático de su realidad.
- Las radios y redes han dado un giro en su trabajo, antes su eje era el cambio social y hoy son temas específicos: mujer, medio ambiente, democracia y ciudadanía.
- La radio comunitaria sigue teniendo su fuerza en lo local.
- Los cambios de la realidad les exigen competir por la audiencia con radios comerciales con programas musicales desde la capital.
- Se observa un cambio fundamental en las estrategias de las asociaciones y coordinadoras que impulsan proyectos de comunicación conjuntos (<http://www.fire.or.cr/portalibros/libroaler.htm>).

Un factor incidente es la crisis económica que viven las radios. Un 70% están en situación precaria y cuyas consecuencias van desde: despido de personal, bajos sueldos, fugas de “cerebros”, menos producción propia y de menor calidad, hasta la tendencia a priorizar ejes temáticos y de algún ente financiador. El 63% del personal de las instituciones son hombres y los cargos ocupados por las mujeres son de apoyo. Pocas mujeres ocupan cargos directivos. El personal se hizo radialista en la práctica. Sólo un 40% de la muestra, tiene formación en comunicación. La mayor fuerza de trabajo es el voluntariado, lo que les dificulta desarrollar proyectos sostenibles.

Son pocas las instituciones que cuentan con mecanismos sistemáticos de planificación y evaluación, y no cuentan con un plan estratégico. Los mecanismos de manejo institucional no ayudan mucho a fortalecer los proyectos. La capacitación ha disminuido, por problemas económicos o por priorización de estrategias, como la inversión en nuevas tecnologías.

Finalmente, el estudio constata que las radios ven de manera positiva la introducción de nuevas tecnologías de información. El 75% de las radios cuentan con Internet. Sin embargo, se da una introducción desigual de las tecnologías en las radios, lo que causa un desarrollo en dos velocidades. Una lucha conjunta de las afiliadas de

ALER, ha sido mejorar las condiciones legales con el objetivo de acceder a los medios de manera democrática (<http://www.fire.or.cr/portalibros/libroaler.htm>).

## 5.9. CONCLUSIONES

En América Latina, la participación y acceso en la radio comunitaria va aún más lejos, puesto que podemos encontrar un grupo de radios comunitarias en donde los oyentes no sólo participan en la producción de la programación, sino que también son co-propietarios de algunos medios comunitarios, y desde allí dirigen la tarea radial con la comunidad.

En la actualidad las radios comunitarias de América Latina combinan la tecnología con la creatividad para producir una programación que responda a las necesidades de sus sociedades. Por ejemplo en Argentina las radios *La Tribu* y *Encuentro*, con la ayuda de unidades móviles y equipos de exteriores captan en la calle las vivencias de la vida cotidiana de la gente y su lucha diaria ante la crisis. Asimismo, en Bolivia, Perú y Ecuador, las radios comunitarias con sus emisiones bilingües favorecen el desarrollo multicultural de sus audiencias. Y con el apoyo del satélite y de Internet difunden la riqueza de las culturas locales, sin perder sus objetivos ante el auge la globalización.

El proceso de gestación de la radio comunitaria en América Latina se nutre de un núcleo ideológico duro que combina eclécticamente algunas corrientes del pensamiento latinoamericano, como, el marxismo, la teología de la liberación, la educación liberadora de Paulo FREIRE y el concepto de desescolarización de ILLICH; el enfoque de la dependencia y de la comunicación para el desarrollo, aspectos analizados en los capítulos precedentes.

Por su parte, la presencia de las mujeres en la radio comunitaria, permite constatar la participación de este colectivo por comunicar los mensajes sobre su problemática y promover la democratización. Las mujeres, no sólo buscan su presencia en las radios comunitarias, sino también en las radios comerciales (como en el caso analizado) y en las radios públicas.

En países como Argentina, Colombia, Brasil y Perú, la radio comunitaria ha surgido como respuestas al monopolio de los medios comerciales, a la homogeneización de la cultura y al desinterés o frente a la inexistencia de la radio pública. Las radios comunitarias se convierten así en un medio idóneo para la democratización de la comunicación y la cultura en la región.

En América Latina la mayoría de las radios comunitarias son llamadas “piratas” porque aún viven en la ilegalidad, puesto que no existe una legislación que las ayude a desarrollarse orgánicamente. Sin embargo, en los últimos años las radios comunitarias han dado pasos concretos para mejorar los códigos normativos en algunos países. De esta manera se han obtenido algunas medidas favorables relacionadas al otorgamiento de frecuencias y a la posibilidad de la autofinanciación por medio de la publicidad.

Por su parte, las radios comunitarias emiten programaciones generalistas, básicamente. A través de sus programaciones procuran hacer una lectura alternativa de los hechos en materia de información; evitan la información inútil y difunden noticias locales, regionales, a más de las nacionales e internacionales. La programación intenta cubrir las necesidades barriales y de servicios comunitarios mediante diversas campañas difundidas en las audiencias. Los horarios de emisión son variados durante las 24 horas del día y durante los días de la semana. Las radios comunitarias logran su financiación con la emisión de avisos publicitarios de comerciantes locales, pero también con apoyos de entidades públicas o particulares para la difusión de campañas. Además, con aportes de algunas agencias de cooperación internacional.

En América Latina las radios comunitarias trabajan en redes, puesto que así logran intercambiar experiencias y aprender nuevas metodologías para democratizar la palabra y el acceso a la producción y gestión de la radio. Además, las redes dinamizan el movimiento de las radios comunitarias, manifiestan su solidaridad y reivindican la libertad de expresión. Luchan permanentemente por obtener una legislación que fomente su desarrollo, o al menos, que haga respetar su presencia. Las diversas declaraciones conjuntas de los movimientos de radios comunitarias que hemos mencionado y anexado a esta tesis, dan cuenta de la organicidad y el fomento de ideales para promover el desarrollo de las radios comunitarias en América Latina y en el mundo.

## **CAPÍTULO VI.**

### **LA RADIO EN ECUADOR**

## **VI. LA RADIO EN ECUADOR**

Este capítulo está destinado a la Radio en Ecuador, cuya temática se tratará en una secuencia de seis apartados.

- 1) El contexto socio-cultural de Ecuador. Este apartado estudia la realidad del país en lo referente a su población, política y economía, cuyos datos nos ayudan a contextualizar el tema de la radio.
- 2) Los medios de comunicación social de Ecuador. Aquí se aborda brevemente el caso de la prensa y la televisión, con el objeto de tener una visión global de los medios masivos, y luego estudiar la radio con mayor detalle.
- 3) La radio en Ecuador. Donde se analiza las funciones tradicionales de la radio ecuatoriana: informar, formar y entretenir; además se estudia otros aspectos de la radio ecuatoriana (frecuencias, receptores de radio y radioyentes).
- 4) El marco legal, que aborda la legislación sobre la radiodifusión ecuatoriana, el origen de la ley de 1975, la Ley Reformatoria de 1995, y las enmiendas planteadas por los representantes de las radios comunitarias.
- 5) El entorno tecnológico de la radiodifusión de Ecuador; aquí se trata el uso de los recursos tecnológicos (informática, satélite y digitalización) que dan mayor potencialidad a la radiodifusión sonora del país.
- 6) La cadena de radio de CORAPE; este apartado en base al estudio de caso, se analiza el proceso y situación de la *Coordinadora de Radio Popular de Ecuador –CORAPE-*, una cadena de radio comunitarias educativa con influencia nacional, a la cual pertenece IRFEYAL, nuestro objeto de estudio específico, al que nos referiremos con mayor detalle posteriormente.

### **6.1. CONTEXTO SOCIO CULTURAL DE ECUADOR**

#### **6.1.1. UBICACIÓN GEOGRÁFICA Y GOBIERNO**

Ecuador está situado en la costa Noroeste de Sudamérica, su extensión alcanza los 270.670 km<sup>2</sup>, más las Islas Galápagos. Su territorio continental limita al Sur y al Este con el Perú; con Colombia al Norte, y al Oeste con el Océano Pacífico. Debido a su geografía, presenta 4 regiones naturales: Costa, Sierra, Oriente y Galápagos, que ofrecen

una amplia gama de recursos naturales, entre los que podemos citar el banano, el café, el cacao, las flores, las frutas y los vegetales en general, además, de madera y de fibras vegetales. El petróleo es el principal recurso proveniente del subsuelo.

Su capital es Quito. El Estado está conformado con tres poderes independientes: el Ejecutivo, el Legislativo y el Judicial. Desde agosto de 1998 hay una nueva Constitución, que introdujo cambios encaminados a fortalecer al Presidente en relación con el Congreso, darle más independencia al sistema judicial, y definir más ampliamente los derechos de las minorías (<http://www.novedadesenred.com/>).

El Poder Ejecutivo está representado por el Presidente, Lucio Gutiérrez, quien se posesionó como Jefe de Estado y de Gobierno en enero de 2003, en reemplazo de Gustavo Noboa, que gobernó desde enero del 2000. Las elecciones suelen ser cada 4 años. Se elige al Presidente y Vicepresidente por mayoría absoluta, mediante un sistema de dos rondas. Se elige a los legisladores mediante un sistema de listas, nacional y provinciales. En 1999 el Congreso aprobó la Ley de control de gasto y propaganda electoral, que limita el gasto electoral en función de cada candidatura y del número de electores (FREIDENBERG, F.; ALCÁNTARA, M., 2001: 25). Los ciudadanos mayores de dieciocho años están obligados a votar en todas las elecciones. La Constitución define a Ecuador como una República unitaria y democrática (AGENCIA EFE, 2002: 227).

### **6.1.2. POBLACIÓN**

Según el *Informe sobre el Desarrollo Humano de Ecuador 2001*, publicado por el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), y basado en datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), Ecuador tenía una población de 12.646.095 millones de habitantes, en ese año; de ésta, el 64% vive en el área urbana y el 36% en el área rural; y la tasa anual de crecimiento poblacional fue de 2.1% (ROCCA; PACHANO, 2001: 22).

Ecuador es un país plurinacional y pluriétnico. Sin embargo, existe un desacuerdo en el ámbito nacional, sobre los criterios en base a los cuales algunos ecuatorianos son considerados "indios" (FRANK, 1992: VII). Las circunscripciones territoriales indígenas

y afroecuatorianas están previstas en la Constitución. El castellano es el idioma oficial, mientras que el quichua, el shuar y los demás idiomas ancestrales son de uso oficial para los pueblos indígenas (ROCCA; PACHANO, 2001: 23).

Sobre la base de indicadores socioeconómicos registrados por la AGENCIA EFE, la población ecuatoriana mantenía una esperanza de vida de 69,9 años, en el 2000. La tasa de natalidad era de 25.6 por mil; la de mortalidad de 6. por mil; y la mortalidad infantil de 45,4 menores de un año por cada mil nacidos vivos (AGENCIA EFE, 2002: 233).

Según Rosa María TORRES, educadora ecuatoriana, y en base a cifras del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), hay una tasa nacional de analfabetismo de 8.4% en la población mayor de 15 años (TORRES, 2002: 5). El problema del analfabetismo se ve agudizado por el alto índice de deserción escolar. Sólo 56 de cada 100 alumnos que se matriculan en primer grado llegan al colegio; y de ellos sólo 14 terminan la secundaria (FUNDACIÓN JOSÉ PERALTA, 1996: 235).

La educación ecuatoriana vive una profunda crisis que se manifiesta en la falta de infraestructura y en la falta de maestros capacitados. El problema principal es la falta de calidad. El Estado ecuatoriano ha reducido la inversión en educación. Esto también se refleja en las bajas remuneraciones del magisterio, que no ve un incentivo para su dedicación (FUNDACIÓN JOSÉ PERALTA, 1996: 76).

En Ecuador el 60 por ciento de los hogares están situados por debajo del umbral de la pobreza. El presupuesto destinado a gastos sociales cae continuamente, lo que incide en que más de tres millones y medio de ecuatorianos no tengan acceso a los servicios de salud, educación y vivienda. Este presupuesto es uno de los más bajos de Iberoamérica. Asimismo, la tasa de desempleo se situaba en el año 2000 en el 20 % y la del subempleo se aproxima al 60 %. La merma de ingresos por hogar derivada de la "dolarización" y del bajo nivel de producción, ha llevado a más de 800.000 niños a salir del colegio para ir a trabajar en condiciones infráhumanas (Manos Unidas, 2002; 2; [http://www.manosunidas.org/conflictos/ecuador\\_noviembre.htm](http://www.manosunidas.org/conflictos/ecuador_noviembre.htm)).

### **6.1.3. SITUACIÓN ECONÓMICA**

Según el *Informe sobre el Desarrollo Humano de Ecuador 2001*, el índice del producto interno bruto (PIB) alcanzó la cifra de US\$ 13.649 millones; las exportaciones de bienes sumaron los US\$ 4.822 millones y las importaciones US\$ 3.196 millones; la deuda externa pública alcanzó los US\$ 10.881 millones en el 2000. La inflación anual alcanzó 20 %, en 2001 y el crecimiento anual de la economía fue del 4.6% en ese año (ROCCA; PACHANO, 2001: 23).

Para el 2002, el entorno económico presentaba signos de estabilización importantes que se reflejarían en las estadísticas de inflación, consumo y recuperación de las importaciones. En la evolución de las exportaciones e ingreso de divisas, ha tenido gran importancia el precio del petróleo y las divisas que ingresan provenientes de los ecuatorianos en el exterior (<http://www.novedadesenred.com/>). No obstante, "*la gran asignatura pendiente sigue siendo la estabilidad política y la seguridad jurídica para atraer la inversión extranjera*" (AGENCIA EFE, 2002: 231).

Ecuador posee riquezas naturales y potencialidades para su desarrollo. La fertilidad de sus suelos y la variedad de los recursos naturales, junto con sus culturas y tradiciones, le convierten a Ecuador en uno de los países de mayor biodiversidad y potencial en la región. No obstante ese potencial no ha conducido históricamente al bienestar de la mayoría de la población. La inequidad social, las privaciones de importantes sectores de sociedad, las necesidades básicas insatisfechas y el subempleo estructural, han obstaculizado el acceso a los beneficios del crecimiento. El impacto de la crisis de los últimos años ha sido severo agravando las condiciones de vida de los ecuatorianos (LARREA; SÁNCHEZ, 2002: 5).

El Ecuador ha sido históricamente uno de los países con mayores niveles de desigualdad social en América Latina. Factores relacionados con el desarrollo histórico del país, como la elevada concentración de la tierra, el desarrollo de productos de exportación intensivos y el empleo de mano de obra barata, han consolidado una estructura social asimétrica con grandes desniveles sociales a nivel de subsistencia. El

auge petrolero de los años 70, la urbanización y la diversificación industrial no han contribuido a reducir la inequidad del país (LARREA; SÁNCHEZ, 2002: 16).

En síntesis, la economía ecuatoriana ha entrado al nuevo milenio con problemas socioeconómicos y políticos profundos. El país se bate en una profunda crisis, una recesión insostenible y un déficit fiscal sin precedentes. Ante la falta de empleo la población ha comenzado a emigrar masivamente a los países europeos y de Norteamérica.

#### **6.1.4. SITUACIÓN SOCIO POLÍTICA**

Tradicionalmente, en Ecuador no ha existido una clase social hegemónica que articulara al conjunto de la sociedad. Por lo contrario, los sectores de terratenientes de la Sierra mantuvieron un sistema feudal y se afianzaron en los poderes locales que controlaban; mientras que la burguesía de la Costa buscaba medidas para constituir un mercado nacional y un poder central en una República. En las primeras décadas del siglo XX, la burguesía costeña tenía como propósito encontrar apoyo para su programa agroexportador (FUNDACIÓN JOSÉ PERALTA, 1996: 54).

En la Costa, el auge de la producción bananera se vio reflejado en el aumento del comercio exterior y el ascenso de los grupos medios. Se ampliaron los servicios públicos, se extendió la red vial y se produjo una fuerte migración de la Sierra hacia la Costa, agudizándose un proceso acelerado de urbanización. En la Sierra, el sistema de hacienda entró en crisis y empezó una fuerte presión por la modernización. Se dinamizó la actividad agropecuaria para el mercado interno. El gobierno estableció políticas de apoyo para el sector rural, asistencia técnica, suministro de insumos y proyectos de riego (FUNDACIÓN JOSÉ PERALTA, 1996: 60).

En 1972 se inició el período petrolero. Las Fuerzas Armadas asumieron el poder. El auge económico por la explotación petrolera permitió la modernización del Estado y de los sectores privados del país. El gobierno militar impulsó la nacionalización del petróleo. Fue un período de bienestar, sobre todo, para los sectores medios de la sociedad.

En más de una década de gobiernos militares, el país se había modernizado, pero también se había acelerado el capitalismo y la dependencia. En la década de los ochenta, el problema de la deuda externa se agudizó. El gobierno democrático tomó una serie de medidas para favorecer a las clases dominantes en desmedro de los sectores populares. Además, se eliminó los controles que el Estado mantenía sobre el capital extranjero, permitiendo una apertura indiscriminada al capital y la ingerencia en la vida interna del país (FUNDACIÓN JOSÉ PERALTA, 1996: 60).

A finales de los ochenta, asumió el poder uno de los partidos políticos de centro, la Izquierda Democrática (1988-1992). Durante este período el aspecto económico fue una continuación de los gobiernos anteriores, se agudizaron los problemas de la deuda externa y las imposiciones de la Banca internacional. Esto provocó una incontrolable recesión y la situación para los sectores populares fue dramática.

El movimiento indígena, agrupado en la *Confederación de Nacionalidades Indígenas de Ecuador (CONAIE)*, llevó adelante un gran paro nacional en junio de 1990, que obligó al gobierno a sentarse en la mesa de negociaciones. Así se lograron algunas reformas a la Ley de Reordenamiento del Sector Agrario, que incluían aspectos como la función social de la tierra, la garantía de tierras comunales, la afectación de densidad demográfica y el carácter público de la propiedad de las aguas.

En 1995 se reinició el conflicto bélico con el Perú, debido a la falta de una demarcación en un trecho de la frontera entre los dos países. Ecuador aceptó el Protocolo de Río de Janeiro y pidió que se estableciera definitivamente los linderos en la zona no delimitada. Las conversaciones para las negociaciones continuaron entre las partes, hasta que en 1999 se firmó el acuerdo de paz entre las dos naciones, con la presencia de los presidentes de los países garantes, Argentina, Chile, Brasil y Estados Unidos.

Actualmente, el recién electo presidente Lucio Gutiérrez se enfrenta a un país sumido en una profunda crisis de la que han intentado huir más de un millón de personas. Emigrantes que buscan un futuro mejor, ya sea en España o Estados Unidos. Estos ecuatorianos se han convertido en la segunda entrada de divisas del país, detrás del petróleo, lo que ha dado un respiro a la economía. Pero, esta situación podría volverse en

contra cuando se empiece a sentir la escasez de mano de obra y el deterioro de la productividad (Manos Unidas, 2002; 1; [http://www.manosunidas.org/conflictos/ecuador\\_noviembre.htm](http://www.manosunidas.org/conflictos/ecuador_noviembre.htm)).

Según el economista Alberto ACOSTA, en 2001 las remesas alcanzaron 1.430 millones de dólares, superiores a todas las inversiones petroleras, superiores a los cinco productos de exportaciones de banano, camarón, café, cacao y atún, superiores en casi tres veces a la inversión social y en más de dos veces a la llamada ayuda para el desarrollo. Sin embargo, en 2002, las remesas experimentaron un debilitamiento, lo que incidía en la baja del PIB y del consumo (ACOSTA, A., 2002: 6; [http://alainet.org/active/show\\_text.php3?key=2650](http://alainet.org/active/show_text.php3?key=2650)). En esta situación, representantes de los inmigrantes ecuatorianos en España han pedido al presidente Lucio Gutiérrez que interceda ante el Gobierno español para regularizar la situación de 150.000 indocumentados (<http://www.ecuador.indymedia.org/es/2002/12/1375.shtml>).

### **6.1.5. LA INESTABILIDAD**

Las elecciones de 2002 cerraron un ciclo de inestabilidad política iniciado en febrero de 1997 con la caída de Abdalá Bucaram. La elección de Mahuad en 1998 culminó en su derrocamiento el 21 de enero del 2000 por la acción de una coalición indígena militar. El triunfo en las urnas del coronel Lucio Gutiérrez, en 2002, da continuidad a los actores de la coyuntura del derrocamiento de Mahuad. Dos gobiernos que no pudieron culminar el período para el cual fueron electos señalan un período tortuoso que no ha concluido, puesto que las condiciones económicas y políticas que promueven la inestabilidad se encuentran vigentes (IBARRA, H., 2002: 1; <http://www.dlh.lahora.com.ec/paginas/debate/paginas/debate615.htm>).

En efecto, el 21 de enero de 2000 el Parlamento de los Pueblos del Ecuador destituyó al Presidente Mahuad, y nombró para la Junta de Salvación Nacional a un militar de carrera, entonces desconocido, Lucio Gutiérrez. Al siguiente día, una vez que el contra golpe ejecutado por el alto mando militar posesionó al Vicepresidente Noboa, los voceros de la partidocracia desafiaron al movimiento indígena a tomar el poder por la vía del voto. Así, el 24 de noviembre de 2002, a menos de 3 años, el pronunciamiento

del 54% del electorado por Gutiérrez, lleva a la CONAIE a la constitución de un gobierno popular. Esto expresa la profundidad del proceso histórico y la inestabilidad que vive el país (LARREA, M., 2002: 2; <http://www.adital.org.br/asp2/noticia.asp?idioma=ES&noticia=4522>). Nina PACARI, diputada y dirigente indígena de la CONAIE, señaló en declaraciones para El País, que "*los indígenas no están dispuestos a jugar el papel de comparsas en el futuro gobierno, y hemos dado la lección de que estamos preparados (...)*" (RELEA, F., 2002: 7).

En Ecuador, a más del conflicto regional (Costa – Sierra) se suma el tradicional conflicto indígena. Así, las raíces más profundas de la inestabilidad política aluden a ambos conflictos, a los de carácter étnico y regional. Ecuador es un Estado asediado por estos problemas que, latentes en la historia ecuatoriana, eclosionaron en los años noventa con dinámicas diferenciadas dada la constitución regional del país (IBARRA, H., 2002: 2; <http://www.dlh.lahora.com.ec/paginas/debate/paginas/debate615.htm>). Empero, más que diferencias entre regiones específicas es posible referirse a múltiples localismos, que pugnan entre sí, lo que llevaría a pensar en un "*país lleno de pequeños reinos*" (FREIDENBERG, 2001: 3; <http://www.puce.edu.ec/Postgrados/MscPoliticas/Biblioteca/Papel6.htm>). En ese sentido, la diferenciación regional y de los liderazgos localistas dentro del bloque hegemónico y su permanente pugna, genera una profunda crisis de hegemonía y etapas de estancamiento prolongados, donde las diferentes fuerzas sociales, incluidas las clases subalternas, se encuentran enfrentadas, pero sin capacidad de someter a los otros a su proyecto político (AYALA, G., 2002: 2; <http://www.eurosur.org/rebelion/internacional/ayala201102.htm>).

Otro factor de la inestabilidad se ubica en la tendencia neoliberal iniciada en los noventa y que ha tenido un parcial cumplimiento en Ecuador, con una retracción del Estado, pérdida de capacidad regulatoria y una restricción del manejo de la política monetaria con la dolarización (IBARRA, H., 2002: 3; <http://www.dlh.lahora.com.ec/paginas/debate/paginas/debate615.htm>). Estas políticas de ajuste se fueron trabando y bloqueando de modo persistente. Tanto el gobierno de Mahuad como el de Bucaram se encontraron con resistencias continuas al ajuste por parte de los sectores dominantes, como de los sectores populares movilizados. La crisis

financiera de 1999 incidió en la salida de la dolarización tomada en la agonía del gobierno de Mahuad, y surgió como un acuerdo político que sellaba un pacto de las élites políticas y económicas, a pesar de las graves consecuencias que traía para una frágil economía exportadora y una golpeada producción interna. Mahuad perdió en pocas semanas la popularidad que ganó con la firma del acuerdo de paz con Perú, en 1998, con medidas económicas para reducir el déficit fiscal, que harían estallar un agudo malestar social (AGENCIA EFE, 2000, 233). El gobierno de Gustavo Noboa, también fracasó en su intención de llevar adelante las privatizaciones.

Esta situación ha llevado a otro problema, el proceso de deterioro de la institucionalidad estatal, agudizado entre 1999 y 2000, al producirse una declinación de la capacidad de autoridad, declive de instituciones públicas que realizan funciones de salud, bienestar y educación. La sensación de desintegración del Estado de aquellos días parece haberse olvidado por una coyuntura favorable de precios de petróleo y la recuperación del crecimiento económico, que permitieron redistribuir fondos, mejorar parcialmente los ingresos de la población y diferir las decisiones sobre incrementos de tarifas de los servicios públicos (IBARRA, H., 2002: 3; <http://www.dlh.lahora.com.ec/paginas/debate/paginas/debate615.htm>).

Otro condicionamiento político de la inestabilidad de tipo institucional es el presidencialismo que opera sobre la base de un sistema de partidos fragmentado y regionalizado. La gran dificultad por alcanzar mayorías sólidas en el parlamento, determinan, a corto plazo, un desgaste y conflictos ejecutivo-legislativo que inciden constantemente en una parálisis de las decisiones y la discontinuidad en las políticas públicas. Existe una inflexión, resultante de las barreras a la nacionalización de la política que suponía el régimen de partidos implantado en 1979. Este momento ya se definió desde la decisión de participación dada a los independientes en 1995. Este cambio ancló a los partidos políticos en los espacios locales, haciéndolos muy dependientes de las redes clientelares de poder y de las candidaturas de los independientes. En Ecuador los independientes pueden circular cómodamente en el espectro de los partidos políticos.

En efecto, con las elecciones del 2002, que también conllevó una crisis del clientelismo político, Gutiérrez, al igual que su contendiente, Álvaro Noboa, insistió a lo largo de su campaña en la necesidad de romper con el pasado. Esta visión rupturista del proceso político fue posible porque los dos fueron ajenos al sistema de partidos que gobernó el país en las últimas dos décadas (LLOVET, 2002: 2; <http://www.clarin.com/diario/2002/10/30/o-466656.htm>). El coronel en retiro Lucio Gutiérrez participó en la contienda, auspiciado por la Sociedad Patriótica 21 de Enero y el Movimiento Pachakutik, el brazo político de la CONAIE (LARREA, M., 2002: 1; <http://www.adital.org.br/asp2/noticia.asp?idioma=ES&noticia=4522>); mientras que, el multimillonario Álvaro Noboa lo hizo por medio del Partido Renovador Institucional Acción Nacional (PRIAN), de reciente fundación (<http://www.observatorioelectoral.org/informes/analisis/?country=ecuador>).

Dentro de los límites de una sociedad jerarquizada, han surgido grupos medios cuyas condiciones de vida se deterioraron notablemente en el curso de la década final del siglo XX. Son sectores que se empobrecieron con la reducción del Estado y el estancamiento de los ingresos. Exceptuando los segmentos privilegiados del empleo público, los grupos medios se encuentran atomizados y sin representación. Es también una gran interrogante el avance de los idearios neoliberales en segmentos medios más relacionados con un trabajo por cuenta propia. El hecho de que Gutiérrez haya insistido permanentemente en su identidad de clase media, alude a un imaginario que está presente en la sociedad. Emerge pues como una esperanza para capas medias afectadas por la crisis. Por su parte, la participación gubernamental de Pachakutik, fortalece una de sus tendencias a la institucionalización, y traslada su potencial impugnador hacia un espacio de negociación de los segmentos indígenas y organizados en la definición de las políticas públicas. Esto puede derivar en una corporativización de las demandas étnicas, pero también en una realización de políticas de ajuste más consensuadas. Pero habrá sectores que mantienen su posición de impugnación (IBARRA, H., 2002: 5; <http://www.dlh.lahora.com.ec/paginas/debate/paginas/debate615.htm>). A propósito de ello, el presidente de la CONAIE, Leónidas Iza, declaró a *La Vanguardia* de Barcelona que "*Lucio debe entender que si no atiende los reclamos de los indígenas, no podrá gobernar. Los indígenas tenemos deberes y obligaciones, pero también derechos que reclamamos. Y un gobierno que no lo quiera entender tendrá que irse a la calle*"

Otro problema preocupante es el de la ineeficacia de la justicia y los factores que impiden su puesta en práctica, la corrupción y la impunidad, aspectos que también abonan a la inestabilidad. Según el jurista argentino Mariano GRONDONA, el nivel más serio de penetración social de la corrupción se alcanza a través de lo que él llama «*estado de corrupción*», que ocurre cuando el gobernante sustituye el interés público por su interés propio y lo hace de manera habitual. La consecuencia de esta práctica, que esfuma la defensa del interés público, es un «*Estado desnaturalizado*» (MONGE, E., 2002: 3; <http://alainet.org>). En Ecuador esta situación se ve reflejada en los feriados bancarios. La congelación durante un año (1999 a 2000) de los depósitos de ahorro y de cuentas corrientes, que causó preocupación y sufrimiento a miles de personas, y todo para ayudar a cubrir las espaldas del sector banquero. El feriado bancario perjudicó al país en más de US 4,000 millones de dólares. Los ahorristas perdieron sus casas, sus negocios; lo que ha impedido que puedan acceder a servicios de salud y que sus hijos no puedan seguir su educación. En consecuencia, la corrupción y la impunidad afectan a toda la población y privan al Estado de los recursos necesarios para atender las necesidades que aseguren a los ecuatorianos una vida en condiciones dignas (MONGE, E., 2002: 6; <http://alainet.org>).

El actual presidente Gutiérrez anunció en su campaña electoral una "*guerra a muerte a la corrupción*". Esta consigna caló hondo en una sociedad humillada por una "clase política" y por cúpulas empresariales que han colocado al Ecuador en los primeros sitios en el *ranking* de los países más corruptos del continente. Ante ésto, anunció fórmulas económicas para mejorar el complejo panorama del país, preparar una reforma política e institucional -despartidización de tribunales- y recortar las prebendas de la burocracia "dorada" (BÁEZ, R., 2003: 2; [http://alainet.org/active/show\\_text.php3?key=2959](http://alainet.org/active/show_text.php3?key=2959)). Por su parte, Manuel GARCÍA-JAÉN (2002), miembro de la *Comisión de Control Cívico de la Corrupción de Ecuador*, señala, que no hay Gobierno que no contemple en su plan de acción el enfrentamiento a la corrupción, un mal endémico, que es parte de un sistema cultural de la nación. A ello ha contribuido la impunidad que, como caldo de cultivo, ampara y multiplica a la

corrupción, produciendo el desencanto de los ecuatorianos que impávidos miran pasar las denuncias y pasear libres a los delincuentes (GARCÍA-JAÉN, 2002: 2). Ante esta situación, "*la Comisión de Control Cívico de la Corrupción presentó al Presidente Electo Crnel. Lucio Gutiérrez los lineamientos generales para que la lucha anticorrupción sea una política de Estado*" (LARREA, R., 2003: 1). Una política de Estado requiere del liderazgo democrático del Presidente de la República, y la coordinación técnica y operativa estaría implementada por la Comisión Anticorrupción, como organismo especializado e independiente de las otras funciones del Estado.

Cerramos este apartado con una frase que resume la actual realidad socio-política de Ecuador contemporáneo: "*La política en nuestro país es una anti política*" (ROLDÓS, S., 2001: 2; <http://www.vistazo.com/impresa/824/html/columna2.htm>). El Ecuador, punto de reunión de distintas diferencias, está repartido entre pocas familias pertenecientes a una burguesía no tan instruida. La burguesía de la Costa y la de la Sierra comparten y controlan los medios de producción, información, administración de justicia y poder político. Además, estas "burguesías regionales" alimentan la desunión y propagan, a través de sus medios de comunicación, teorías trasnochadas sobre la gobernabilidad imposible (ROLDÓS, S., 2001: 2; <http://www.vistazo.com/impresa/824/html/columna2.htm>). No obstante, frente a esta realidad, diversas percepciones alimentan a nuevos movimientos y grupos ciudadanos, que buscan salidas a la crisis desde la sociedad, y en este terreno existen redes de medios de comunicación que se suman para provocar los cambios. De esta manera, pasamos a abordar brevemente el paisaje de los *media* en Ecuador.

## **6.2. MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE ECUADOR**

### **6.2.1. CONCENTRACIÓN DE LOS MEDIOS**

En Ecuador los medios de comunicación social más importantes están controlados por un pequeño grupo vinculado al tradicional poder económico y político del país. En 2002 ese grupo continuaba con el control de las principales redes de periódicos, revistas, casas editoriales, emisoras de radio y televisión; además controla la producción de video y el negocio del cine, la telefonía móvil y la informática. Se trata de un control "*cuasi-*

*monopólico*" de los respectivos servicios mediáticos y de conectividad, al amparo de las políticas erráticas de modernización y privatización (BORJA, 1998: 17; FIERRO, 1991: 478).

Luego está el sector institucional como otro grupo que controla algunos medios de comunicación influyentes; es el caso de las iglesias, las fuerzas armadas, la policía nacional y las municipalidades, entre otros. Estos medios son utilizados, sobre todo y según el caso, para fines de proselitismo religioso, informativo y cultural, respectivamente, en los sectores sociales en donde esas entidades tienen influencia (BORJA, 1998: 18). Finalmente, existen propietarios individuales, o pequeñas empresas familiares, que controlan la propiedad de los medios, tales como pequeñas empresas de periódicos, televisoras o emisoras de radio en las 22 provincias de Ecuador.

Asimismo, pocas entidades educativas (universidades, colegios, etc.) tienen presencia en la estructura de propiedad de los medios. El Estado sólo posee una cadena de radiodifusión, la *Radio Nacional de Ecuador*, y no controla como propietario ningún canal de televisión ni ningún diario de circulación nacional.

En Ecuador ha existido una explotación comercial indiscriminada de las frecuencias de radiodifusión, impulsada por los mismos grupos que controlan el poder político y económico, con la benevolencia de las autoridades del sector. Esto ha contribuido a que el paisaje audiovisual muestre una relativa saturación, sobre todo, en el caso de la radio, a la que con mayor detalle nos referiremos más adelante.

Según GIRARD, es irónico que los procesos de convergencia, liberalización y privatización que se esperaba abriesen el espectro de los *media* a la competencia y a mayor diversidad de ideas estén "*de hecho estableciendo un ambiente caracterizado por una concentración creciente en el control de los medios, en el poder en pocas manos y la exclusión de voces locales y alternativas*" (GIRARD, B., 2000: 4; <http://www.comunica.org/chasqui/>).

Rosa María TORRES, educadora ecuatoriana, presenta algunos datos importantes sobre la expansión de la televisión, la radio, así como de las líneas

telefónicas en el país, sobre todo en el ámbito urbano, en donde se puede notar el escaso acceso a la computadora y el bajo índice nacional de conectividad, en donde se nota un lento crecimiento anual.

- hogares con televisión: 82.1%
- hogares con radio o equipo de sonido: 81.7%
- hogares con teléfono: 5.1%
- hogares con computadora: 5.1%
- hogares con Internet: 0.15% en 1998, 1.33% en 1999 y 1.3% en 2000.

"En el contexto latinoamericano, Ecuador tiene uno de los porcentajes más bajos de hogares con Internet" (TORRES, R. M., 2002: 5; <http://www.fronesis.org/rmt/documentosrmt/minganacional.pdf>).

### **6.2.2. PRINCIPALES GRUPOS CONCENTRADORES DE MEDIOS**

Raúl BORJA (1998<sup>3</sup>) indica que ocho grupos de poder económico y político controlaban la mayor parte de la propiedad de los medios de comunicación durante ese año. Concretamente, se trata de los grupos Isaías, Egas Grijalva, Granda, Mantilla, Pérez Perasso, Mantilla Anderson, Alvarado Roca y Zambrano. Estos grupos a más de intervenir en el control de los medios de comunicación electrónicos, han incursionado en la difusión de servicios de la teleinformática, sobre todo, en la transferencia de datos por satélite, servicios de Internet, emisión de programas de radio y televisión vía satélite, generados en los Estados Unidos y Europa.

Entre ellos libran una batalla de competencia, que se manifiesta en dos aspectos: la publicidad y las audiencias. Sus medios de comunicación intentan sostener altos índices de preferencia (*rating*) para ser aceptados por las agencias de publicidad que manejan también los anuncios de las grandes empresas mercantiles y financieras del grupo, sin que esto implicara mejorar la calidad de la programación en beneficio de las audiencias.

A continuación se establece una relación de los medios de comunicación social, que en 1998 estaban en poder de los ocho grupos mencionados. En 2002 no se habían

---

<sup>3</sup> Su texto *Comunicación Social y pueblos indígenas del Ecuador*, Abya-Yala, Quito, es el estudio más reciente y serio sobre los medios de comunicación social en Ecuador, cuyos datos incluimos en nuestro trabajo.

producido cambios significativos en la estructura de la propiedad de los medios que controlan estos grupos.

### **1) GRUPO ISAIAS**

Roberto Isaías Dassum controlaba los siguientes medios de comunicación:

- La *Cadena Ecuatoriana de Televisión* (TC), la segunda del país por el número de estaciones.
- La *Televisora del Pacífico* (Gamavisión), la cuarta cadena más grande del país.
- *Cablevisión*, la segunda televisora por cable más importante (Canal 3 Cable Noticias y el Canal 7 Cable Deportes).
- El *Canal HTV*, con programas musicales y videos.
- Al menos 6 estaciones de radio en Quito, Guayaquil, Machala y Cuenca. Las emisoras *Radio Carrousel, Sonorama, Caravana*.
- En asociación con Jorge Aguilar Veintimilla (ex presidente de AER, Asociación Ecuatoriana de Radiodifusión) controlaba *Radio Bolívar y Sideral*.

### **2) GRUPO GRANDA GARCÉS**

Eduardo Granda Garcés era propietario, entre otros bienes, de los siguientes medios de comunicación:

- La Cadena Nacional *Teleamazonas*, una de las más grandes de Ecuador.
- *TV CABLE*, la principal televisora por cable del país.
- *Radio Colón*, con matrices en Quito y Guayaquil.

### **3) GRUPO MANTILLA**

Este grupo, cuya principal ejecutiva es Guadalupe Mantilla de Acquaviva, era propietario de los siguientes medios de comunicación:

- *El Comercio*, el tercer diario en el país por su tiraje y el más importante por su incidencia política nacional.
- El vespertino *Ultimas Noticias*.

- Las revistas *Familia*, *Educación*, *Viajar*, *Carburando*, *La Pandilla* y *Martes Económico*, que circulaban con el diario *El Comercio*.
- Las emisoras *Radio Quito* (AM) y *Radio Platinum FM*, así como la agencia de noticias *Ecuadoradio*.
- La empresa editora *Offsetec*, una de las más grandes del país, en ese entonces.
- La empresa *Acces Internet* que brinda servicios de acceso a la red Internet.

#### **4) GRUPO PÉREZ PERASSO**

- Este grupo afincado en la Costa era propietario del diario *El Universo*, el de mayor cobertura en el ámbito nacional y el de mayor impacto en la Costa.

#### **5) GRUPO NOBOA ASPIAZU**

- Controlaba los canales de televisión *Telesistema*, *Maxivisión* y *Telecuatro* en Guayaquil.
- Canal 40 *SI TV* de Guayaquil.
- En asociación con la familia Febres Cordero controlaba la cadena de *Radio Sucre*.
- Además, los periódicos *El Telégrafo* y *Diario Manabita*.

#### **6) GRUPO MANTILLA ANDERSON**

Jaime Mantilla A. era propietario de los siguientes medios de comunicación:

- *Diario Hoy*, el quinto en el país por su tiraje, con sus revistas semanales *Blanco y Negro* y *Economía Hoy*.
- La revista *Cosas* (mensual).
- Cadena de televisión TESATEL, la quinta en importancia por el número de frecuencias concedidas.
- *Radio Hoy*, establecida en Quito.

#### **7) GRUPO ALVARADO ROCA**

Xavier Alvarado Roca era dueño de:

- La Cadena *Televisora Nacional*, la principal productora de Ecuador.
- La *Corporación Ecuatoriana de TV* (UHF).
- La distribuidora *UNIVISA y Cable –Simón* (TV por cable).
- La revista *Vistazo*, la de mayor tiraje e impacto nacional.
- Las revistas *Hogar* (asuntos domésticos), *Estadio* (deportes) y *COTAL* (turismo).

## **8) GRUPO TELEVISA**

El grupo *Televisa* ha sido un caso especial porque no tiene rango de “grupo económico, social y político”, sin embargo controlaba una gran parte de los medios masivos de Ecuador. El grupo Televisa, de origen mexicano, ha sido propietario de las *cadenas Telecuatro, Telesistema y ORTEL*. Según la Ley de Telecomunicaciones, una persona extranjera no puede ser propietaria de medios de comunicación social en Ecuador, por esta razón el ecuatoriano Carlos Muñoz era su representante.

Televisa controlaba gran parte de las revistas internacionales que circulaban en el país, entre ellas *estaban Buen Hogar, Cosmopolita, Ideas, PC Magazine, TV Internacional y Variedades Internacional*. En Ecuador, la firma que representaba la distribución de revistas internacionales ha sido *VaniPubli*, de Mauricio García V.

Este grupo era distribuidor para los canales televisivos de programas “enlatados”, como el *Chavo del Ocho, Chapulín Colorado, Chespirito*, y otros. Además, ha incursionado en la radiodifusión ecuatoriana mediante la transmisión de programas radiofónicos juveniles desde Miami.

El cuadro que presentamos a continuación resume el control de la propiedad de los medios por parte de los grandes grupos mencionados.

## CUADRO No. 6

### Principales Grupos Propietarios de Medios en Ecuador

GRUPO	PRENSA	TELEVISION	RADIO
1. Isaías	1	47	5
2. Granda Garcés		38	3
3. Mantilla Anderson	1	18	1
4. Alvarado Roca		20	
5. Mantilla	2		2
6. Pérez Perasso	1		
7. Noboa Aspíazu	2	4	4
8. Televisa		24	

FUENTES: BORJA, R. (1998) *Comunicación social y pueblos indígenas del Ecuador*, Abya-yala, Quito. Directorio de periódicos y revistas del Ecuador, AEDEP, Quito, 1996.

Registro de estaciones de radio y TV, SENACOM, Quito, 1996

ELABORACIÓN: Readaptado por el autor de la investigación.

Una lectura del cuadro nos proporciona los siguientes resultados. De 8 grupos propietarios de medios en Ecuador, 3 grupos tienen presencia en radio, televisión y prensa; uno en televisión y radio; uno en prensa y radio; uno sólo en prensa y dos sólo en televisión.

### 6.2.3. GRUPOS MENORES EN CONTROL DE LOS MEDIOS

En Ecuador también existe un grupo de 10 propietarios menores que controla medios de comunicación social, sobre todo, en las provincias del interior del país. El grupo de propietarios menores registrados por BORJA (1998) corresponde a los siguientes nombres:

1. Marcel Rivas S. ha sido dueño del 30% de las acciones de la empresa *Televisora del Pacífico* (*Gamavisión*), además de la cadena de *Radio Sonorama*, con 17 estaciones repetidoras en FM en igual número de ciudades del país.
2. Francisco Vivanco R. es propietario del diario *La Hora*, con ediciones importantes en Quito, Santo Domingo, Ibarra, Ambato y Esmeraldas. Además, de la cadena de *Radio Planeta*, con 7 emisoras repetidoras distribuidas en el país.
3. Pedro Zambrano L. ha sido dueño del canal de televisión *Manavisión*, de los periódicos *Diario Manabita* y *La Tarde* y de dos emisoras de radio FM en la

provincia de Manabí, una de las cuales era *Radio Stereo 90*, con cobertura regional en la Costa.

4. Galo Martínez M. es propietario de los diarios nacionales *Expreso* (con sus revistas *Semana* y *La Siembra*) y *Extra*, el diario de mayor tiraje en Ecuador, con ediciones especiales en Guayaquil y Quito. Además controla 8 emisoras de radio, una de las cuales era *Radio Punto Rojo FM*.
5. Nicanor Merchán L. es dueño del diario *El Mercurio*, de Cuenca, provincia del Azuay, el periódico más importante del austro ecuatoriano, y de *Radio Mercurio*.
6. Julio Plaza Rada es propietario de la cadena de televisión *América Visión* de Guayaquil.
7. Juan Eljuri es propietario del canal *Telerama*, compañía televisora domiciliada en Cuenca, provincia del Azuay.
8. La familia López Saúd controla el *Canal Tele-Dos* de Esmeraldas y de 3 emisoras de radio, medios con fuerte influencia política en esa provincia costanera.
9. Gerardo Berborich es dueño del *Canal 13* de Quito y de *Radio Onda Azul*, una cadena conformada por cuatro radioemisoras.
10. Jorge Montero controla los canales de televisión *TV Sur Canal 8*, en Loja y del *Canal 13* en Cariamanga, además emisoras de radio en la provincia de Loja.

Igualmente, el cuadro que presentamos a continuación sintetiza la propiedad de los medios comunicación social en manos de este grupo de propietarios menores.

#### **CUADRO No. 7**

#### **Propietarios Menores de Medios de Comunicación Masiva**

<b>GRUPO</b>	<b>PRENSA</b>	<b>TELEVISION</b>	<b>RADIO</b>
1. Marcel Rivas		18	14
2. Francisco Vivanco	1		7
3. Pedro Zambrano	2	1	2
4. Juan Eljuri		5	
5. Julio Plaza Rada		8	
6. Galo Martínez	2		4
7. Nicanor Merchán	1		1
8. López Saúd		1	3
9. Jorge Montero		2	1
10. Gerardo Berborich		1	4

FUENTES: BORJA, R. (1998) *Comunicación social y pueblos indígenas del Ecuador*, Abya-yala, Quito. Directorio de periódicos y revistas del Ecuador, AEDEP, Quito, 1996.

Registro de estaciones de radio y TV, SENACOM, Quito, 1996  
ELABORACIÓN: Readaptado por el autor de la investigación.

De la observación del cuadro obtenemos los siguientes resultados. Sólo un grupo mediático controla medios de comunicación social en radio, televisión y prensa; 4 grupos controlan medios de televisión y radio; 3 grupos controlan prensa y radio; y dos grupos sólo televisión.

#### **6.2.4. INSTITUCIONES PROPIETARIAS DE MEDIOS**

Las iglesias Católica y Evangélica también controlan una cuota importante de la propiedad de los medios de comunicación social, concretamente emisoras de radio. En la mayoría de casos es un control directo y en otros indirecto. Las iglesias han utilizado sus medios sobre todo con fines de evangelización y promoción humana.

El Estado ecuatoriano (gobierno central, gobiernos seccionales, Congreso, FFAA y Policía Nacional), las universidades estatales, la Casa de la Cultura (matriz y filiales), entre otras entidades públicas, no han tenido una presencia determinante en la estructura de propiedad de los medios en el país. El cuadro que se presenta a continuación resume el número de los medios de comunicación que son controlados por estas instituciones. Nótese que ninguna de estas entidades controlaba la prensa escrita en 1998.

#### **CUADRO No. 8**

##### **Instituciones Propietarias de Medios**

INSTITUCION	RADIO	TELEVISION
1. Iglesia Católica	57	2
2. Congreso	20	
3. Iglesias evangélicas	15	2
4. Gobierno central	3	
5. Consejos provinciales	3	
6. Fuerzas Armadas	2	
7. Universidades	2	2
8. Casa de la Cultura	2	
9. Municipios	2	
T O T A L	107	6

FUENTES: BORJA, R. (1998) *Comunicación social y pueblos indígenas del Ecuador*, Abya-yala, Quito.  
Este autor, registra datos del Directorio de periódicos y revistas del Ecuador, AEDEP, Quito, 1996.  
Registro de estaciones de radio y TV, SENACOM, Quito, 1996

ELABORACIÓN: Readaptado por el autor de la investigación.

La presencia institucional en la estructura de propiedad de los medios de comunicación del país se caracteriza por los siguientes elementos:

- La Iglesia Católica incursionó en el control de la radio, la prensa y la televisión, mientras que la Iglesia Evangélica sólo en la radio y en la televisión.
- La Iglesia Católica ha controlado emisoras de radio propias, pero también ha tenido influencia en otras de terceros, patrimonio de personas naturales o jurídicas, seglares o laicas. Por ejemplo, la Diócesis de Riobamba tiene influencia en dos radios de cooperativas campesinas de la provincia de Chimborazo, la radio de las *Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador (ERPE)* y la radio *del Centro de Estudios y Acción Social (CEAS)* de Riobamba.
- Por su parte, el Estado ha tenido el privilegio de utilizar la comunicación por radio y televisión a su discreción. Espacios gratuitos que los utiliza en todos los medios para fines proselitistas e informativos por medio de las denominadas cadenas nacionales.
- El Congreso Nacional ha sido concesionario desde 1995 de veinte frecuencias de radiodifusión FM, pero en estado de subutilización.
- Algunos municipios tenían emisoras de radio AM y FM con impacto local. Dos consejos provinciales poseían frecuencias de radio con cobertura limitada.
- Las Fuerzas Armadas y la Policía Nacional han tenido presencia en la prensa, revistas, radios y en la televisión como una estrategia de comunicación con la sociedad. Por ejemplo, *Radio Vigía*, de la Policía Nacional, ha tenido cobertura en el norte y centro del país.
- Otras entidades como las universidades e instituciones culturales casi no han tenido presencia en la estructura de propiedad de los medios de Ecuador.

En resumen, y siguiendo a BORJA (1998: 27), habría cuatro estamentos de concentración de la propiedad de los medios de comunicación social en Ecuador, a saber:

- 1) El que representa a los grandes dueños de los medios de prensa, radio y televisión, que genera grupos mediáticos y una economía articulada con el control de los recursos

humanos, insumos materiales, fuentes de información, recursos informáticos, publicidad, etc. Estos propietarios están vinculados a grupos de poder económico y político de gran influencia en el país.

- 2) El que agrupa a dueños de emisoras de radio y algún otro medio masivo, sin contar con activos patrimoniales importantes en la rama de la producción y los servicios. Con esas emisoras y alguna estación de TV cubren la mayor parte del territorio nacional, e influyen ampliamente a una diversidad de grupos humanos distribuidos en el país.
- 3) El que integra a los propietarios de varias cadenas de radio que difunden de manera simultánea programas radiofónicos con gran influencia provincial y regional.
- 4) El estamento mayoritario está conformado por los propietarios de una o más cadenas de radioemisoras y que tienen una influencia limitada en la audiencia local y regional.

Por otro lado, en el mercado audiovisual ecuatoriano, de unos 100 millones de dólares de publicidad, la TV capta el 45% de estas inversiones. Los diarios absorben el 35%; las revistas el 5%; las radios el 10% y la vía pública un 5%. Los mayores grupos económicos que anuncian en los medios de comunicación del país han sido las empresas de alimentos, licores, cosméticos, cigarrillos y la banca nacional (FUNDACIÓN JOSÉ PERALTA, 1996: 234).

En resumen, podemos afirmar que los grupos de propietarios de los medios de comunicación social de Ecuador constituyen un fuerte monopolio comercial de la información y comunicación en el país. A pesar de la enorme cantidad de medios de comunicación social del país, el contenido está en manos de unos pocos grupos privados. Seguidamente pasamos a analizar de manera particular la situación de la prensa ecuatoriana.

### **6.3. LA PRENSA EN ECUADOR**

La prensa ecuatoriana nació con el diario guayaquileño *El Telégrafo*, en 1884. Cien años más tarde, es decir, en 1985 había en Ecuador 12 diarios, 257 frecuencias de radio y 27 estaciones de TV (UNESCO, 1990).

La Secretaría de Comunicación Nacional reportó para 1995 la existencia de 15 diarios en el país. Entre 1980 y 1985 la demanda promedio por habitante de periódicos experimentó una tendencia a crecer; pero en la década de 1985 a 1995 la demanda experimentó una declinación. La explicación sería que, las audiencias encontraron en el posicionamiento de la radio y la televisión como sus medios preferidos, pero también, se debió a la contracción del presupuesto en esos años de ajuste económico, sobre todo, para los sectores medios de la sociedad. El cuadro que presentamos a continuación muestra la tendencia de la demanda de periódicos entre 1980 y 1996.

#### **CUADRO No. 9**

##### **Diarios según Tiraje y Promedio por habitante (1980-1996)**

<i>Año</i>	<i>1980</i>	<i>1985</i>	<i>1990</i>	<i>1996</i>
Tiraje*	558	800	820	860
Promedio	7.0%	8.8%	8.0%	7.5%
Crecimiento	—	26%	- 9%	- 6.3%

(\*) En miles de ejemplares.

FUENTES: BORJA, R. (1998) *Comunicación social y pueblos indígenas del Ecuador*, Abya-yala, Quito. Este autor, registra datos del *Informe sobre la comunicación en el mundo*, UNESCO, N.Y., 1990; Anuario estadístico, UNESCO, N.Y., 1995; y, Estadísticas poblacionales, INEC, Quito, 1996.

ELABORACIÓN: Autor de la investigación.

Como condicionantes impuestas por el contexto, existe en el país débiles hábitos de lectura y un bajo consumo de libros y periódicos en jóvenes y adultos, de la población alfabetizada en general. Inclusive, los docentes, que por su naturaleza deberían ser los que más lean, tampoco lo hacen (TORRES, R. M., 2002: 4; <http://www.fronesis.org/rmt/documentosrmt/minganacional.pdf>).

No obstante, desde 1992 a 1998 aumentó el promedio de ejemplares de diarios por habitante, básicamente a consecuencia de la oferta y demanda del diario *Extra*, de la ciudad de Guayaquil, un medio sensacionalista preferido por los sectores populares. Este diario, fundado en 1974, creció en la década de los noventa, de 30.000 ejemplares diarios a 200.000 (BORJA, 1998, 30).

#### **6.3.1. PERIODICOS GRANDES Y PEQUEÑOS**

La prensa tampoco escapa a un alto control monopólico por parte de los mismos grupos que ostentan el poder político y económico en el país. Según BORJA (1998: 30) existen en Ecuador 17 grupos que controlaban la propiedad de los 17 diarios más grandes del país. De los cuales 6 tenían cobertura nacional y 11 circulaban en la ciudad y provincia donde se producían y distribuían. No obstante, esta afirmación es relativa, puesto que objetivamente, los diarios grandes de Ecuador no han podido romper las barreras de la ciudad donde se publican. Así, en 1998 el diario *El Universo* de Guayaquil apenas vendía el 6% de su tiraje en Quito; *El Comercio* de Quito, apenas el 4% en Guayaquil; el diario *Hoy* de Quito, circulaba apenas en un 2% en Guayaquil. La excepción se daba con el *Extra* de Guayaquil, que sería el segundo diario más vendido en Guayaquil, después de *El Universo*, e igual en Quito, detrás de *El Comercio*. El cuadro que proponemos a continuación nos ofrece una relación de los propietarios de los medios de prensa escrita con su respectiva cobertura y tiraje para 1998.

#### **CUADRO No. 10**

#### **Diarios según Tiraje – Cobertura y Propietarios**

<b>Propietario</b>	<b>Periódico</b>	<b>Tiraje</b>	<b>Cobertura</b>
1. Galo Martínez M.	<i>Extra</i>	200.000	Nacional
2. Carlos Pérez P.	<i>El Universo</i>	150.000	Nacional
3. Guadalupe Mantilla	<i>El Comercio</i>	100.000	Nacional
4. Francisco Vivanco	<i>La Hora</i>	60.000	Regional
5. J. Mantilla	<i>Hoy</i>	50.000	Nacional
6. Anderson	<i>Ultimas Noticias</i>	40.000	Pichincha
7. Guadalupe Mantilla	<i>Expreso</i>	30.000	Nacional
8. Galo Martínez M.	<i>El Telégrafo</i>	30.000	Nacional
9. Fernando Aspiazu	<i>El Mercurio</i>	20.000	Astro
10. Nicanor Merchán	<i>El Diario</i>	20.000	Manabí
11. Pedro Zambrano	<i>La Razón</i>	20.000	Guayas
12. Roberto Isaías	<i>Meridiano</i>	10.000	Guayas
13. Carlos Manzur	<i>La Segunda</i>	10.000	Guayas
14. Luis Torres C.	<i>El Herald</i>	10.000	Tungurahua
15. Humberto Toral	<i>El Tiempo</i>	10.000	Azuay
16. Cooperativa	<i>La Verdad</i>	10.000	Imbabura
17. Nicolás Castro	<i>El Nacional</i>	10.000	El Oro

FUENTES: BORJA, R. (1998) *Comunicación social y pueblos indígenas del Ecuador*, Abya-yala, Quito. Directorio de periódicos y revistas del Ecuador, AEDEP, 1996.

Revista Medios, Quito, enero 1995.

ELABORACIÓN: Autor de la investigación.

En 1998 Ecuador tenía 36 periódicos, de los cuales la mayoría de diarios tenía su sede principal en las dos ciudades más importantes del país; en Quito había seis y en Guayaquil siete. Del total, 27 eran matutinos y 9 vespertinos. De los 36 diarios, el 98.5% eran de propiedad privada y sólo uno era de propiedad social; se trataba del diario *La Verdad*, de la ciudad de Ibarra, perteneciente a una cooperativa. Los diarios, con relación al tratamiento informativo, han priorizado en los asuntos económicos, políticos, deportivos, sociales, avisos clasificados y crónica roja.

En suma, en los últimos diez años el número de periódicos que se editan en Ecuador no ha aumentado de modo significativo. Tampoco se ha incrementado el promedio per cápita de los diarios, pero como vimos, la demanda de la prensa sensacionalista ha crecido de manera espectacular, correspondiendo al incremento de la criminalidad como fenómeno social y al debilitamiento de los valores éticos fundamentales. La prensa sensacionalista ha tenido mayor presencia entre los estratos populares de las ciudades más grandes del país.

Actualmente, un grupo de banqueros es propietario de varios medios de prensa. Según Roque RIVAS (2002), esa convivencia se convirtió en un status que caracterizó la relación entre ciertos banqueros y ciertos medios; porque los banqueros al descubrir el poder que daba tener la propiedad de los medios, optaron por adquirirlos. Eso explica también por qué más de un banquero conformó *holding* de medios al servicio de sus intereses, o por qué algunos medios, dejaron filtrar deliberadamente paquetes accionarios procedentes de ciertos banqueros corruptos. Los casos más conocidos son los siguientes:

- *Grupo Aspiazu*: Banco del Progreso - El Telégrafo, Radios El Telégrafo, La Prensa y el Canal SíTV.
- *Grupos Isaías*: Filanbanco - Telecentro (TCTelevisión), La Razón y varias radios.
- *Grupo Cevallos Balda*: Bancomex (Banco de Comercio Exterior de Manabí) - Diario El Metropolitano de Manta e intereses en actividades camaroneras, bananeras, pesqueras, cafeteras y de comercio exterior.
- *Grupo Egas Grijalva*: Banco del Pichincha -Teleamazonas, Revista Diners, etc.
- *Grupo Mantilla*: Banco del Pichincha, Cofiec-Diners - El Comercio, Ultimas Noticias, Agencia de noticias Ecuadoradio y radios Quito y Platinum FM.

Además, cuando se consolidó la simbiosis empresas mediáticas-banqueros, estos grupos adinerados filtraron también al poder político. Aunque han ocultado hasta ahora las contribuciones que han dado en cada elección a los candidatos de su predilección, está claro que apostaron con dinero y espacios en los medios que controlan. Sólo para citar un caso: el ex banquero Fernando Aspiazu (hoy en la cárcel), donó 3,1 millones de dólares para financiar la campaña electoral del derrocado ex presidente Jamil Mahuad. La donación la hizo en forma secreta y solo salió a luz cuando quebró el Banco del Progreso. Pero en el mismo caso de Aspiazu, estaría otra veintena de banqueros, entre los que constan Álvaro Guerrero Ferber, amigo y consejero de Mahuad; José Nebot, hermano del alcalde de Guayaquil y los hermanos Isaías, padrinos de varios políticos ecuatorianos (RIVAS, R., 2002: 2; <http://www.icfj.org/libertad-prensa/florece.html>).

RIVAS (2002), asevera esta cuestión con un testimonio: “*Hace un par de años estuvieron en Ecuador Mary Walton y Charles Layton, dos fellows enviados por el Centro Internacional para Periodistas (ICFJ), investigando las trabas que tenían los reporteros ecuatorianos para informar sobre la crisis bancaria, y ellos simplemente se declararon sorprendidos. No podían creer que ciertos empresarios periodísticos estuviesen vinculados a la actividad bancaria o al revés, que los banqueros se hubiesen adueñado de los medios de comunicación*” (RIVAS, R., 2002: 3; <http://www.icfj.org/libertad-prensa/florece.html>). Y la reflexión que hicieron fue que la empresa periodística debe ser simplemente éso si quiere cumplir con su misión de informar de forma transparente.

Jorge VIVANCO MENDIETA, subdirector del diario *Expreso*, apuesta por una prensa independiente, que sí existe en Ecuador, y que contribuye a implantar la transparencia: “*En efecto, ha sido la intervención de los medios de comunicación no comprometidos, los que han ejercido una permanente vigilancia dentro de las incidencias (...) de una crisis, en la que en varias ocasiones se ha superado la corrupción que se ejerciera durante el saqueo bancario*” (VIVANCO, 2002: 4; [http://www.offnews.info/transparencia/ecuador\\_prensa.htm](http://www.offnews.info/transparencia/ecuador_prensa.htm)). La prensa dio gran relieve a la crisis, pero en lugar de ser una advertencia para que los órganos de control del Estado apliquen las correcciones necesarias, había un silencio oficial en torno a las

denuncias (VIVANCO MENDIETA, 2002: 4; [http://www.offnews.info/transparencia/ecuador\\_prensa.htm](http://www.offnews.info/transparencia/ecuador_prensa.htm)).

De todas maneras, la prensa ha evolucionado, los medios grandes han incorporado no sólo nuevas tecnologías, sino mayor profesionalidad. Por ejemplo, Rubén Darío BUITRÓN, de diario *El Universo*, plantea la necesidad de redacciones a partir de un ejercicio autocrítico (la ética), la razón de ser del medio (los lectores) y el manejo responsable de una herramienta fundamental (la pedagogía). Ante lo cual nos preguntamos ¿En qué consiste la pedagogía de la prensa? Y BUITRÓN acota: “*Se trata de una estructura pedagógica construida sobre dos ejes: uno, el deber del periodista para informar con espíritu crítico; y, dos, el derecho del lector a ser informado con responsabilidad y honestidad. Se trata de una agenda propia y no de una agenda pasiva o sometida. De una agenda que sirva a un lector reflexivo, cuestionador, que nunca se dé por satisfecho, que exija que le cuenten toda la verdad*” (BUITRÓN, 2002: 4; <http://www.saladeprensa.org/art312.htm>).

Hoy, la prensa ecuatoriana ha construido una agenda basada en la crisis y en sus efectos económicos, políticos y sociales. Busca el acercamiento a los múltiples lectores para lo cual aborda la realidad de las comunidades extranjeras que habitan en el Ecuador y sus formas de mirar la vida. Y para los emigrantes se han abierto columnas y segmentos especiales en Internet, de esta manera estos pueden comunicarse con sus familiares y expresar sus sentimientos acerca de los problemas que les implica su nueva experiencia. Así también se contribuye a crear lazos de interactividad entre los periódicos y la sociedad.

Según la ONG Reporteros Sin Fronteras, en su Informe anual del 2002 señala que la libertad de prensa en Ecuador ha mejorado si se compara con el 2001, año en que se cometieron algunos atropellos a consecuencia de la grave crisis que vivió el país.

En febrero de 2001, durante siete días, el gobierno, enfrentado a un violento movimiento de protesta de la comunidad indígena, decretó el estado de emergencia nacional. Esta medida da al ejecutivo la posibilidad de censurar a la prensa. Sin

embargo, como la situación no se volvió demasiado grave o peligrosa, no afectó a la libertad de expresión.

Empero, en el 2002, aparecieron decisiones judiciales desfavorables para la libertad de expresión. Por ejemplo, tres periodistas fueron denunciados por difamación y los jueces resolvieron en contra de estos periodistas, a los cuales se les obligó a pagar elevadas multas. Esa desatinada sentencia podría, en consecuencia, ahogar económicamente al medio de comunicación en donde laboran los periodistas ([http://www.rsf.org/article.php3?id\\_article=1527&var\\_recherche=Ecuador](http://www.rsf.org/article.php3?id_article=1527&var_recherche=Ecuador)).

El 25 de julio de 2002, Malena Cardona Batallas, periodista del canal Televisión Manabita, emisora de la ciudad de Portoviejo (a 300 kilómetros al sudoeste de Quito), fue condenada a una pena de un mes de cárcel y ochenta sures de multa (1 euro = 22.500 sures) por "injurias no calumniosas graves". La demanda fue presentada por el diputado Roberto Rodríguez, quien acusaba a la periodista de haberle preguntado, en un programa del 30 de mayo de 2000, sobre su presunta implicación en una estafa, cuya víctima fue una persona minusválida. La periodista, que se encuentra en libertad, ya no trabaja para Televisión Manabita, anunció que piensa apelar la decisión ante la Corte Suprema.

A comienzos de junio de 2002, se anuló la condena de tres meses de cárcel de Wilson Cabrera, fundador y director del periódico El Observador, y de Radio Canela FM, que emite desde Macas, en la provincia de Morona Santiago (a 400 km. al sudeste de Quito). Seis meses después de haberse dictado, la condena se vio afectada por una prescripción, en virtud de la legislación ecuatoriana. Wilson Cabrera fue condenado, el 28 de noviembre de 2000, a tres meses de cárcel por "difamación", tras haber denunciado supuestas irregularidades en la alcaldía y la justicia local. A comienzos de junio, el periodista regresó a su casa después de pasar seis meses en la clandestinidad, para escapar a su encarcelamiento (RSF, Ecuador: Informe anual 2002: 2; [http://www.rsf.org/article.php3?id\\_article=1527&var\\_recherche=ecuador](http://www.rsf.org/article.php3?id_article=1527&var_recherche=ecuador)).

## **6.4. TELEVISIÓN ECUATORIANA**

### **6.4.1. CRONOLOGÍA Y CONTROL**

La televisión llegó a Ecuador gracias a la Iglesia Evangélica, que fundó en 1959 el Canal 4, en Quito. Luego de instalar el proyecto de comunicación radial de *HCJB*, la Iglesia Evangélica incursionó en la comunicación televisiva para disponer así de un *pull* de medios para fines religiosos. Más tarde, en 1967 salió al aire el canal *Ecuavisa*, con dos estaciones productoras, en Quito y Guayaquil. Este canal estuvo en su origen controlado por los grupos Alvarado Roca y Mantilla Ortega, propietarios de la revista *Vistazo* de Guayaquil y del diario *El Comercio* de Quito, respectivamente. Luego, Ismael Pérez Perasso, propietario del diario *El Universo* de Guayaquil, fundó en 1969 el Canal 10 (*Telecentro*) en Guayaquil, que lo vendió posteriormente al grupo Isaías. En 1975 la Iglesia Alianza Misionera Cristiana vendió el *Canal 4* de Quito a Granda Centeno, propietario a su vez de diario *El Tiempo* de Quito y *Radio Colón*. En 1977 empezó a emitir desde Quito el canal *Gamavisión*. Su primer propietario fue Gerardo Berborich, quien lo vendió a Marcel Rivas, y éste traspasó, la mayor parte de las acciones, a Roberto Isaías Dassum.

En los años ochenta había 11 televisoras matrices: 4 en Quito, 3 en Guayaquil, 2 en Cuenca, 1 en Esmeraldas y 1 en Galápagos. Seis de esas estaciones (3 en Quito y 3 en Guayaquil) tenían 52 repetidoras, predominando tradicionalmente el *Canal 4 Teleamazonas* y el *Canal 10 Telecentro*. Como se puede apreciar, el inicio de la televisión en Ecuador fue tardío y lento.

A continuación se presenta un cuadro que contiene las cadenas de televisión con sus respectivos propietarios, además el número de estaciones, de productoras y repetidoras, cuyo registro corresponde a 1998.

## CUADRO No. 11

### Grandes Empresas de TV según Tipo de Estación

<i>Empresa Propietario</i>	<i>Estaciones</i>	<i>Productoras - %*</i>	<i>Repetidoras - %</i>
1. <i>Teleamazonas, Granda Garcés</i>	38	2 – 5,5	36 – 25,7
2. <i>Telecentro, Grupo Isaías</i>	29	2 – 11,2	27 - 18,6
3. <i>Telesistema, Noboa Aspíazu</i>	24	4 – 22,2	20 – 14,3
4. <i>Gamavisión, Grupo Isaías</i>	18	1 – 5,5	17 – 12,1
5. <i>Ecuavisa, Mantilla Anderson</i>	18	2 – 11,2	16 – 11,4
6. <i>Telev. Nacional, Alvarado Roca</i>	11	4 – 22,2	7 – 5,4
7. <i>Corp. Ecu. de TV, Alvarado Roca</i>	9	1 – 5,5	8 – 5,7
8. <i>América Visión, Plaza Rada</i>	8	1 – 5,5	7 – 5,0
9. <i>Telerama, Eljuri</i>	5	2 – 11,2	3 – 2,2
<b>T O T A L</b>	160	19 – 100%	141 – 100%

(\*) Los porcentajes son con relación al total de frecuencias para estaciones productoras de canales grandes. Igual para el caso de las repetidoras.

FUENTES: BORJA, R. (1998) *Comunicación social y pueblos indígenas del Ecuador*, Abya-yala, Quito. "Registro de estaciones de radio y televisión", SENACOM, Quito, 1996.

ELABORACIÓN: Readaptado por el autor de la investigación.

Tradicionalmente, los cinco primeros canales registrados en el Cuadro han sido las cadenas de televisión más grandes de Ecuador, y como podemos darnos cuenta, corresponden a los grupos de mayor concentración y control de los medios en el país.

El Estado, que durante los años setenta y hasta mediados de los ochenta había sido austero en la concesión de las frecuencias de radio y televisión, abrió de pronto sus derechos sobre el espectro radioeléctrico y concedió generosamente las frecuencias a particulares, sin exigir los requisitos para el cabal funcionamiento de las estaciones. Algunos concesionarios sin escrupulosos han manejado las frecuencias a su antojo, inclusive, han "vendido" a terceros sin todavía haber realizado ningún tipo de inversión, ni emitido señal alguna.

No obstante, la década de los ochenta significó la época de oro para la televisión ecuatoriana, por cuanto las empresas televisivas grandes, tales como *Telecentro*, *Teleamazonas*, *Ecuavisa*, *Gamavisión* y *Telesistema*, invirtieron recursos para promover la producción de una programación atractiva, pero pensando más bien en los inversores de publicidad, que en los televidentes. De todas formas, el resultado fue haber obtenido una buena competencia entre las cadenas, sobre todo, en la producción de informativos, entretenimiento, espacios deportivos y telenovelas.

El factor determinante de la expansión de inversiones en televisión ha sido la publicidad. La coyuntura resultó favorable, puesto que todavía estaba en vigor la inversión de capitales mediante el endeudamiento externo. Esto generó una fuerte inversión en el consumo de bienes y servicios, y la televisión fue una herramienta estratégica (BORJA, 1998: 62). En los años noventa se produjo una relativa desconcentración de la televisión en términos geográficos, mediante la instalación de numerosas estaciones reproductoras de los canales grandes para las ciudades pequeñas y en algunas zonas rurales (BORJA, 1998: 63).

El cuadro que presentamos a continuación nos muestra el crecimiento de la televisión ecuatoriana por tipo de estación *productora - repetidora*, registrado entre 1983 y 1996.

#### **CUADRO No. 12**

#### **Crecimiento de la TV por Tipo de Estaciones (1983-1996)**

AÑO	PRODUCTORA - %*	REPETIDORA - %
1983	10 - ---	62 - ---
1985	10 - 0	99 - 60
1987	11 - 10	110 - 77
1988	16 - 60	110 - 77
1989	15 - 50	122 - 97
1996	58 - 480	158 - 153

(\*) Porcentaje del crecimiento.

FUENTES: BORJA, R. (1998) *Comunicación social y pueblos indígenas del Ecuador*, Abya-yala, Quito.

"Las telecomunicaciones en la estrategia de desarrollo", Ecuador, Siglo XXI, CONADE-GTZ, Quito, 1991.

Registro de Estaciones de Radio y Televisión, SENACOM, Quito, 1996.

ELABORACIÓN: Autor de la investigación.

Como nos demuestra el cuadro anterior, en el período entre 1983 y 1996 se ha producido un gran auge de las estaciones de TV, con sus respectivas estaciones productoras y repetidoras, cubriendo así casi todo el territorio nacional. La propiedad de las principales empresas televisivas sigue en manos de los mismos grupos de poder económico y político que conocen la importancia estratégica de controlar este medio de comunicación social.

En 1996 había 61 estaciones pequeñas de televisión, algunas funcionaban a tiempo parcial, pero pretendían disputar el terreno de las grandes cadenas en materia de publicidad y teleaudiencia. Dos de cada tres estaciones pequeñas eran productoras; esto es relativo, porque en realidad son empresas que producen poca programación regular. Este es un dato que más bien sirve para deducir que las empresas pequeñas de televisión en el país, aún no tenían posibilidades de repetir sus señales, salvo excepciones como el caso de los canales *SI-TV* de Quito, *Manavisión* de la provincia de Manabí y *TeleGalápagos* de la región insular.

#### **6.4.2. PROGRAMACIÓN TELEVISIVA**

La televisión en Ecuador es fundamentalmente mercantil, por lo que está copada de publicidad comercial de grandes empresas y de publicidad política, sobre todo, en tiempo de procesos electorales, pero además pone en primer plano los intereses de personas, grupos y de líderes locales y regionales (BORJA, 1998, 66).

Para frenar esta tendencia, algunas entidades como CIESPAL, el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo -PNUD- y la UNESCO organizan foros para debatir esta problemática. Por ejemplo, al iniciarse la campaña electoral de 2002, se convocó a directores, editores y jefes de información de prensa, radio y televisión. Una de las conclusiones fue que, en momentos en que un pueblo esperanzado y al mismo tiempo frustrado por los viejos usos de la política, puede ser objeto de engaños por quienes usan los medios para su beneficio. Ante lo cual debe prevalecer la ética del periodista y la responsabilidad social de los medios (<http://www.dlh.lahora.com.ec/paginas/chasqui/paginas/chasqui169.htm>).

La tendencia fundamental de la programación televisiva es la difusión de programas de entretenimiento, siendo la telenovela la que ocupa mayor número de emisiones diarias. Mientras que los programas educativos y culturales tienen una mínima difusión (ROSARIO; ROMERO, 1996:15). Según la Revista *La Pandilla*, los concursos televisivos como La Feria de la Alegría, Haga negocio conmigo, Aló que tal América, todos a bailar, Chispazos, entre otros, son programas que tienen muchos años en el aire, pero todos tienen en común un contenido malo. No tienen una propuesta creativa y amena para el televidente; los animadores se burlan de los participantes en el *set* y los premios que se entregan, animan al consumismo, no sus conocimientos ni sus habilidades (ANÓNIMO, 1997: 10).

Un problema grave de la televisión ecuatoriana es que tiene poca producción propia. Los noticieros no deberían ser el único recurso para conocer el país en donde se vive. A los canales no les importa repetir las películas, telenovelas o series que incluso han sido calificadas como pésimas desde su estreno. En efecto, para los canales es mucho más cómodo reponer un programa *enlatado* o un culebrón archivados, que invertir cinco mil dólares, en promedio, por uno nuevo. “*De paso, en el Ecuador la posición del espectador no es importante al diseñar la programación. Es como si los canales no tuvieran en cuenta al televidente, del cual, paradójicamente, dependen*” (GÓMEZ LEÓN, 2000: 4).

En Ecuador, a los canales parece importarles poco aquello de que la comunicación tiene que ser entendida como una necesidad básica de los seres humanos. En lugar de educar o por lo menos orientar al público, se le atropella. Es como si los programadores partieran de la base de que el televidente es ignorante. Por eso subsisten los programas de crónica roja, y los noticieros no tienen el menor descaro en dar a conocer hechos delincuenciales con imágenes escabrosas (GÓMEZ LEÓN, 2000: 5).

No obstante, la programación informativa diaria es la que más atrae a la audiencia, esto logran sobre todo, las televisiones grandes con sus estaciones productoras que cuentan con equipos y periodistas para esta labor. Los programas recreativos, sobre todo, las telenovelas y los deportes, son la segunda gran atracción de la audiencia mayoritaria. En esto también tienen una gran ventaja comparativa en los grandes canales de televisión.

GÓMEZ LEÓN manifiesta que la televisión ecuatoriana hace pocos esfuerzos en materia de programación para un televíidente que no tiene quien le defienda. “*Mientras las cifras de ventas del sector reflejan el difícil momento que vive la economía del país, en el terreno de la creatividad se nota muy poca renovación. Pero, hay excepciones, claro, que confirman la regla: las crisis también generan grandes oportunidades. Es lo que parece haber ocurrido con el programa "Nosotros Ecuador", de Teleamazonas, en el que se ha aprendido ejemplarmente a hacer más con menos*” (GÓMEZ LEÓN, 2000: 1). La serie demuestra que la producción televisiva en el Ecuador sí ha evolucionado, aunque todavía le falta recursos y creatividad. Empero, ni el Estado ni los empresarios están motivados a invertir porque consideran que la cultura en televisión no es rentable.

Desde la sociedad civil no hay una tendencia a intervenir en la programación televisiva y aportar a la democratización de la comunicación y de la sociedad en general. A pesar que en su totalidad la TV ecuatoriana está en manos privadas, la apatía del público determina una producción y programación televisiva mediocre de calidad, salvo contadas excepciones. La inexistencia de instituciones como la defensoría del televíidente abona esta percepción, pero tampoco hay grupos o sectores que planteen esta necesidad.

De todas maneras, la televisión ecuatoriana ha progresado y se ha ganado un lugar en la teleaudiencia, sobre todo por el profesionalismo y por la capacidad tecnológica. Por ejemplo, *Gamavisión*, se considera ser uno de los primeros canales en contar con tecnología sofisticada (*cyber sets, cyber graphics, entorno digital y virtual replay*) en Latinoamérica (<http://www.gamavision.com/>). Su cobertura es nacional, llegando también a las islas Galápagos.

Otro ejemplo del desarrollo actual de la televisión ecuatoriana, es el caso de *UV Televisión* de Loja, que en 2003 desarrolla el proyecto denominado “comunidades interactivas audiovisuales”, que implica una red autónoma de producción de noticias en la zona de su cobertura. Además, difundirá sus programas por Internet para los lojanos que viven en el exterior (unos 150.000, según sus estimaciones) ([http://www.uvtelevision.com/Texto\\_Progra.html](http://www.uvtelevision.com/Texto_Progra.html)).

### **6.4.3. EL ESTADO Y LA IGLESIA EN LA TV**

Por su parte, las entidades públicas del Estado no han demostrado interés en intervenir en el campo de la comunicación en general y de la televisión en particular. No obstante, el Estado ecuatoriano al amparo de la Ley Reformatoria de Radiodifusión de 1995 ha logrado obtener un espacio fijo en la televisión comercial, que lo destina a la promoción y difusión de información de las múltiples instituciones públicas (Gobierno, Congreso, Fuerzas Armadas, Petroecuador, ministerios) a través de las denominadas cadenas nacionales. Pero también, el Estado se ha preocupado de difundir programas de educación a distancia para mejorar la calidad de la educación básica del país (BORJA, 1998: 63).

Por su parte, la Iglesia Católica casi está fuera de la estructura de propiedad de la televisión ecuatoriana. Las excepciones son dos, por una parte, la Misión Franciscana de Galápagos y la Universidad Católica de Cuenca. En 1989 existían tres canales relacionados con la Iglesia Católica, *TeleGalápagos* de la Prefectura Apostólica de Galápagos, otro de la Misión Franciscana, y el tercero, *TeleCuenca* perteneciente a la Universidad Católica de Cuenca, cada uno con su respectiva repetidora. Para fines de los años noventa, este panorama no ha cambiado en el país (BORJA, 1998: 66).

Desde 1993, se difunde la señal de *Asomavisión* Canal 27 de Quito, de propiedad de una de las iglesias evangélicas. Este canal tiene su productora en Quito y una repetidora en Guayaquil. Su programación está sesgada hacia lo religioso, desde una óptica fundamentalista, careciendo de programas de otra naturaleza.

Finalmente y como tendencia de la televisión ecuatoriana, a partir de los años noventa, se instaló en Quito y Guayaquil el sistema de cable coaxial para proporcionar mediante el pago de suscripción el acceso a 24 canales de televisión. El sistema funcionaba mediante la captación de canales de televisión de otros países mediante la instalación de estaciones terrenas de satélites, que hacían de matrices para retransmitir a los hogares a través del cable. Además, se instaló el sistema UHF (alta frecuencias) para servicios de televisión codificada (FUNDACIÓN JOSÉ PERALTA, 1996: 230).

## **6.5. LA RADIO EN ECUADOR**

### **6.5.1. NACIMIENTO Y DESARROLLO**

En Ecuador la radio apareció a mediados de los años 20 del siglo XX. Hasta 1925 la comunicación a distancia funcionaba con el telégrafo, el cual se expandió con la implantación de la vía férrea que unía las ciudades de Guayaquil y Quito, los dos polos de desarrollo tradicionales del país (SAN FÉLIX, 1991: 16).

Según SAN FÉLIX (1991: 35), la radiodifusión ecuatoriana nació no como un medio dirigido al público, sino como una comunicación de radio-aficionados, esto es, de iniciados en el dominio de las ondas hertzianas. Los pioneros habrían pertenecido a la familia Cordovez, dueña de la fábrica textil El Prado de Riobamba, y precisamente con este nombre fue bautizada la primera radioemisora de Ecuador. *Radio El Prado* comenzó a emitir el 13 de junio de 1929.

La primera radio pública estatal fue la radio experimental *HC1DR* fundada aproximadamente en 1929, pero en 1932 esta emisora se convirtió en *HCK* y empezó a difundir en AM con un equipo Collins de 250 w. y en OC en los 49 metros. Pocos años después esta emisora estatal se “auto-clausuró”. La segunda etapa de la radio del Estado se inició a fines de 1960, cuando nace la actual *Radio Nacional del Ecuador*. Según registra SAN FÉLIX (1991: 40), la *Radio Nacional* fue creada con el “*fin de que sirva mejor y responda a su finalidad de ser una verdadera Radio Nacional al servicio de la propaganda ecuatoriana*”. Pero también: “*El propósito del gobierno fue mantener un medio de comunicación más directo con el pueblo y difundir en el exterior, aunque en forma limitada, las manifestaciones artísticas y culturales de nuestra patria (...)*” (RNE, 1986: 11). La programación inicial de la radiodifusora era eminentemente musical y deportiva. Como en otras emisoras de la época se presentaban en vivo y en directo solistas y grupos musicales de gran prestigio (SAN FÉLIX (1991: 37).

Para Raúl BORJA, en las últimas décadas esta radio ha terminado siendo vocera oficial y botín del gobierno de turno. Desde 1960 ha tenido 20 directores, es decir un director cada dos años en promedio. Además, la política de ajuste ha dejado al borde del

colapso a la *Radio Nacional*. La salida de productores de trayectoria ha reducido la calidad de la programación. Esto confirma el poco interés que ha tenido el Estado en desarrollar la radiodifusión como servicio público (BORJA, 1998: 93).

Continuando con la cronología de la radio en Ecuador, ahora pasamos a conocer otras fundaciones de la radiodifusión en este país andino.

*Radio HCJB, La Voz de los Andes*, salió al aire el 25 de diciembre de 1931 con un transmisor en OC de “segunda mano” de 200 vatios de potencia. Esta radio, que controla la Iglesia Evangélica, transmite en 18 idiomas, a través de 34 frecuencias desde Quito. Su concesionario es *The World Radio Missionary Fellowship* con origen en los Estados Unidos. Los extranjeros están impedidos legalmente de explotar la radiodifusión en Ecuador, pero esta firma tiene un convenio especial con el Estado (ZETTERSTRÖN, 1993: 63).

Radio *La Voz de Imbabura*, del Municipio de Ibarra, fue fundada en 1935 por Aurelio Gómez Jurado. *Radio Bolívar* se inauguró en marzo de 1936 en Quito, su propietario, Manuel Mantilla Mata fue también pionero del cine. Luego, fundó *Radio Colón*, en 1938, mientras que la familia Mantilla Ortega, de diario *El Comercio*, creaba *Radio Quito*, en 1940.

*Radio Quito*, desde sus primeros años, se caracterizó por ser una emisora informativa y musical. Tenía artistas propios para las actuaciones musicales y para el radioteatro. Contaba con redactores de boletines de noticias locales, nacionales y recibía despachos internacionales de las agencias UPI y AP. La música, noticias y el drama formaron la base de la programación de los primeros años (SAN FÉLIX, 1991: 55-56). Por su calidad y capacidad técnica *Radio Quito* ha tenido cobertura local, nacional e internacional.

*Radio Quito*, es una emisora comercial –como hemos dicho– de la familia Mantilla, propietaria del diario *El Comercio*, pero también del vespertino *Ultimas Noticias*, de *Radio Platinum FM* y la empresa editora *Offsetec* (BORJA, 1998: 38). *Radio Quito*, es matriz de la cadena *Ecuadoradio* y pertenece a la cadena internacional *SOLAR* (Sociedad

Latinoamericana de Radiodifusión), que integra a varios países de Latinoamérica, mediante un noticiero diario, difundido a través del satélite (<http://www.elcomercio.com/productos.asp>).

En 2000, *Radio Quito*, con motivo de un aniversario de fundación, expresó su compromiso de impulsar una radio informativa, hablada e interactiva. Se comprometió a brindar información útil a la comunidad; exigir a las autoridades transparencia en sus actos de servicio público, e invitó a la ciudadanía a plantear sus necesidades y a buscar soluciones. *Radio Quito* es una de las cadenas de radio comercial de mayor prestigio, credibilidad y liderazgo en el país.

Por su parte, *Radio Católica Nacional* fue establecida en 1944 en Quito con el nombre de Ecuador Amazónico. En 1951 adoptó su nombre definitivo y se convirtió en baluarte de la comunicación de la Iglesia Católica (BORJA, 1998: 74). La institución religiosa controla una poderosa cadena de radios católicas de cobertura nacional e insular (Galápagos), ARCE, *Asociación de Radios Católicas de Ecuador*. Es concesionaria de 57 frecuencias de radio y sus noticieros, editoriales y musicales son escuchados por amplias audiencias.

Radio *Ondas Azuayas* nació en 1948, en Cuenca, una región del mayor auge de emigrantes. Es una emisora pluralista y democrática, tiene como misión difundir informaciones y editoriales que reflejen la realidad, servir de tribuna para el debate público, democratizar la palabra, construir ciudadanía, velar por el ejercicio de derechos y el cumplimiento de deberes. Siendo una emisora comercial, persigue una rentabilidad sociocultural. Realiza un periodismo independiente, denunciando la injusticia y la corrupción, en defensa de los derechos colectivos sobre los intereses particulares (CARDOSO, G, 2000: 4; <http://www.comunica.org/tampa/docs/cardoso>).

*Ondas Azuayas* mantiene contactos satelitales con *Radio Francia Internacional* y *Radio Nederland*. En 1997 decidió concluir sus emisiones en OC y reemplazó con su señal en Internet, con servicio de noticias en RealAudio. *Ondas Azuayas* emite toda su programación en tiempo real y brinda la opción de escuchar bajo demanda sus noticieros y otros programas. Miles de emigrantes ecuatorianos se han reportado desde remotos

lugares del planeta. “*Es suficientemente gratificado el esfuerzo cuando recibimos comentarios por correo electrónico como el que nos envió un empresario ecuatoriano desde Nueva York (...) que es usual para sus 20 empleados ecuatorianos, en su taller de joyería, escuchar el noticiero de Ondas Azuayas a la hora del almuerzo*” (CARDOSO, G, 2000: 6; <http://www.comunica.org/tampa/docs/cardoso>).

En los últimos quince años surgió una nueva generación de empresarios de la radio con nueva mentalidad, con la cual comenzó a mejorar el aspecto técnico y programático de las emisoras. Se montaron departamentos para la producción de los noticiarios y se desechó la costumbre de leer las noticias de los periódicos; se contrataron corresponsales en provincias y se establecieron enlaces con radios del interior. Simultáneamente, se crearon los departamentos de producción de radio, publicidad, marketing y el de promoción y ventas.

Según BORJA, la radio ecuatoriana ha experimentado un crecimiento profundo en la década de los noventa, sobre todo la FM. El número de radios aumentó en ese tiempo en un 70%. El fenómeno fue más notorio con las FM que crecieron en un 224%, mientras que las AM crecieron en un 12.6% y las OC en un 11% (BORJA, 1998: 74). Las emisoras AM, siguen teniendo una presencia importante en términos relativos en la radiodifusión ecuatoriana, puesto que representan el 41% del total nacional, sin embargo, adolecen de un ritmo de crecimiento menos importante que las radios FM.

Las emisoras de OC, que históricamente habían llegado con su señal informativa, educativa y musical a los confines de los pueblos más alejados del país, desde las ciudades, en la década pasada han perdido su potencialidad difusora de manera casi total. En el período 1989-1995 apenas han pasado de 46 a 51 emisoras OC, pero su participación en el total nacional de radioemisoras ha bajado de 10.3% al 6.8% (BORJA, 1998: 74). El cuadro siguiente resume lo manifestado y muestra la relación de los tipos de frecuencia y los porcentajes de crecimiento de la radio entre 1989 y 1995.

## CUADRO No. 13

### Emisoras de Radio según tipo de Frecuencia (1989 – 1995)

<i>TIPO DE FRECUENCIAS</i>	<i>EMISORAS 1989-1995</i>	<i>PORCENTAJES 1989-1995</i>	<i>CRECIMIENTO 1989-1995</i>
FM	121 – 393	27,2 % - 52,0%	224%
AM	278 – 313	62,5% - 41,3%	12,6%
OC	46 – 51	10,3% - 6,7%	11,0%
T O T A L	445 - 757	100% - 100%	70%

FUENTES: BORJA, R. (1998) *Comunicación social y pueblos indígenas del Ecuador*, Abya-yala, Quito.

Registro de estaciones de radio, Superintendencia de Comunicaciones, Quito, 1995.

Las telecomunicaciones en la segunda estrategia de desarrollo, Ecuador Siglo XXI, CONADE, Quito, 1991.

ELABORACIÓN: Readaptado por el autor de la investigación.

El rápido crecimiento de la radiodifusión en el Ecuador durante la última década respondió a varias condicionantes conjugadas en el desarrollo de la radio.

- a) La gran batalla de la competencia mercantil en la radiodifusión se libró entre las emisoras FM. La nitidez de sonido jugó a favor de esta tendencia.
- b) La publicidad fue el “pulmón” de la economía de las radioemisoras y estaba controlada por las agencias publicitarias que preferían pautar en las FM.
- c) Una audiencia que demandaba más que nunca buen sonido, en especial en los programas musicales que han sido los favoritos. El sonido más refinado se logró exclusivamente en FM.
- d) El costo de la instalación de una radio FM ha sido relativamente bajo, US\$ 30.000 como base. Los costos mayores han sido los de consumo de electricidad y producción periodística. El primero asumido obligatoriamente y el otro casi eludido en la generalidad de las emisoras FM, que se dedicaban a “moler discos” la mayor parte del tiempo y colocaban en la producción a personal poco calificado.

En el *auge* referido hay que considerar también la coyuntura política que se presentó con el gobierno de Sixto DURÁN BALLÉN (1992-1996). Durante ese gobierno hubo una apertura indiscriminada del Estado a la concesión de frecuencias de radio y televisión, sin considerar para el caso que el espectro radioeléctrico era un bien intangible, que debía ser administrado técnicamente y no políticamente.

Según Raúl BORJA (1998) la ligereza en la concesión de frecuencias durante el gobierno de Sixto DURÁN BALLÉN resultaría de la combinación de dos factores:

- a) Por una parte, tradicionalmente los propietarios más importantes de emisoras de radio y televisión han controlado la cúpula del organismo estatal que concedía las frecuencias, el Consejo Nacional de Radio y Televisión, interviniendo de modo directo o indirecto en las decisiones del ente.
- b) Por otra, existía un manejo político de la facultad discrecional del Estado de conceder las frecuencias, las que en más de un caso habrían sido entregadas a periodistas seudo empresarios de la comunicación, a cambio de su “objetividad” a favor del gobierno de turno, así como a diputados y otros políticos como pago de favores por sus compromisos coyunturales con el régimen.

Estos manejos arbitrarios de la concesión de frecuencias han sido investigados por la Comisión de Control Cívico de la Corrupción del Ecuador. En el año 2000, la Comisión identificó la existencia de 236 contratos que otorgaban más de 1000 frecuencias de radio y televisión, la mayoría de las cuales fueron concedidas sin los debidos informes técnicos y legales. Estos actos dolosos habrían sido cometidos presuntamente por el ex-Superintendente de Telecomunicaciones del gobierno de Sixto DURÁN BALLÉN.

Empero, este problema no es reciente, Antonio CABEZAS señalaba que la mayoría de emisoras no llegaban a tres kilovatios de potencia, lo cual demostraba la debilidad de las radios, la mayoría explotadas por familias, a quienes se les entregaron las frecuencias por compromisos políticos y por pago de favores (CABEZAS, 1982: 28).

### **6.5.2. ESTRUCTURA DE LA PROPIEDAD DE LA RADIO**

En Ecuador las radios han pertenecido por lo general a personas particulares o a empresas familiares; y en caso de accionistas, a compañías limitadas que jamás habrían abierto su capital mediante venta de sus acciones. Excepcionalmente, se han dado casos de propiedad social de algunas emisoras, conformando el patrimonio de sindicatos, cooperativas, iglesias y organismos no gubernamentales.

En 1989, dos de cada tres frecuencias (68%) estaban concedidas a personas particulares. Apenas el 14% era patrimonio de compañías limitadas y/o anónimas. El 15% estaba en manos de organizaciones de propiedad social. Y el 3% restante le correspondía al Estado. Mientras que, en 1995 el 66% estaba controlado por particulares, el 16% por sociedades mercantiles, el 14% por una organización social, y 4% por el Estado. El Cuadro que se presenta a continuación ofrece una visión de conjunto sobre la concesión de frecuencias en el país.

#### **CUADRO No. 14**

##### **Frecuencias concedidas según tipo de Concesionario (1989 – 1995)**

AÑO	PERSONAL	SOCIEDAD MERCANTI	SOCIAL*	ESTATAL**	TOTAL
1989	233 – 68%	48 – 14%	51 – 15%	10 – 3%	342 – 100%
1995	503 – 66%	122 – 16%	100 – 14%	32 – 4%	757 – 100%
Crecimiento %	116	154	96	220	121

(\*) De iglesias, universidades, cooperativas, sindicatos y entidades sin finalidad de lucro.

(\*\*) De entidades estatales, Congreso, municipios, consejos provinciales, Casa de la Cultura, Fuerzas Armadas y Policía Nacional.

FUENTES: BORJA, R. (1998) *Comunicación social y pueblos indígenas del Ecuador*, Abya-yala, Quito. Directorio de medios en Ecuador, CIESPAL, Quito, 1990.

Registro de radioemisoras, Superintendencia de Telecomunicaciones, Quito, 1995.

ELABORACIÓN: Readaptado por el autor de la investigación.

En términos absolutos, las frecuencias que más aumentaron fueron de las concesionadas para las mismas entidades del Estado. Por ejemplo, en 1995, el Consejo Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL) asignó al Congreso Nacional, en un acto sin precedentes, la cantidad de 20 frecuencias para la cadena de *Radio Libertad FM*, que hasta el año 2000 no entraba en funcionamiento.

En resumen y de acuerdo con el Cuadro anterior, la enorme concesión de frecuencias de los años analizados ha privilegiado, en primer lugar a las sociedades mercantiles, en segundo lugar a las personas naturales o particulares y en tercer lugar a las organizaciones de carácter social, pero en menor porcentaje.

### **6.5.3. CONCENTRACION DE LA PROPIEDAD EN LA RADIO**

En Ecuador la radio es el medio de comunicación social más importante y el de menor rango de concentración si se lo compara con la prensa y la televisión. No obstante, se detecta la tendencia a que ciertas empresas particulares de radio aumenten su cuota de frecuencias y dispongan de mayor capacidad de cobertura geográfica y de influencia en las audiencias.

Casi una cuarta parte de las frecuencias concedidas por el Estado (23%) está en manos de propietarios particulares. Éstos controlan cadenas de radioemisoras que cubren con su programación gran parte del territorio nacional. Estos propietarios a la vez son dueños de otros medios de comunicación (periódicos, canales de televisión, revistas, etc.) como vimos en un apartado anterior. Estos medios hacen parte de *pulls* de información que les concede a sus dueños un gran poder de penetración e influencia.

En el caso de las cadenas de radio, el impacto se multiplica por el número de señales de radio que llegan simultáneamente a las audiencias diseminadas en distintas provincias del país. Esta cobertura la logran mediante el **sistema de productora – repetidoras**, de manera que una misma programación es transmitida en tiempo real. Inclusive, algunas estaciones “repetidoras” ya tienen programas propios con los que salen al aire en ciertos horarios del día. El cuadro siguiente nos informa el nombre del propietario que controla la cadena, el nombre del medio y la utilización de este sistema en la radio ecuatoriana.

## CUADRO No. 15

### Propietarios Privados de Emisoras de Radio (1998)

<i>PROPIETARIO</i>	<i>RADIO</i>	<i>PRODUCTORA</i>	<i>REPETIDORA</i>
Edgar Yáñez V.	Centro FM	1	36
Marcel Rivas	Sonorama FM	2	12
José Cueva V.	JC Radio FM	5	7
Vicente Arroba D.	Sucre FM – AM	3	8
Jorge Aguilar V.	Bolívar FM	7	1
Familia Von Lippke	Juventud (2) Multicolor (2) Brisa Azul, Fragata, Fluminense, Bodegas	8	0
Francisco Vivanco R	Planeta FM	1	6
Diego Oquendo	Visión	2	5
Edmundo Valencia V.	Spléndit, K1 FM (3), Radio W (2)	3	3
Raúl Salcedo	Radio Uno, Radio Z 1 Radio Fundación Radio Once FM (2), Super 11 Q FM	5	1
Rafael Guerrero V.	CRE (2), Tropicana, Melodía (3)	6	0
Mario Canessa O.	Caravana	1	5
Roberto Isaías D.	Carrusel (3), Super K, Tropicana	5	0
Xavier Benedetti	Centro FM, 101.3 FM La Estación, ZB FM	5	0
Familia de Volter Paladines	Atalaya (3), Reloj, Impacto	5	0
Holger Velasteguí	Festival (2), Zaracay		
Gerardo Berborich	Espejo, Melodía, Reloj, Onda Azul	5	0
Eric Casteló	Antorcha, Ovaciones, Cima, Horizonte	4	0
Familia Feraud	Alegría, Canal Tropical, Caribe, Huancavilca Punto Rojo FM (4)	4	0
Galo Martínez M.	Radio Iris, Central FM	4	0
Familia López Saúd	La voz de su amigo Colón	2	2
Eduardo Granda	Arena 93.7FM,	3	0
Pedro Zambrano L.	Líder FM	2	1
Guadalupe Mantilla	Radio Quito AM, Platinum FM	2	0
TOTAL		87	87

FUENTES: BORJA, R. (1998) *Comunicación social y pueblos indígenas del Ecuador*, Abya-yala, Quito.  
 Registro de estaciones de radio, Superintendencia de Comunicaciones, Quito, 1995.

AEDEP, Medios, revista, Quito, enero 1996.

ELABORACIÓN: Readaptado por el autor de la investigación.

Por su parte, la Iglesia Católica y otros grupos religiosos tienen una fuerte influencia en la estructura radial de Ecuador. Por ejemplo, la Iglesia Católica, en 1995, era concesionaria de 57 frecuencias (7.5% del total nacional) y participaba en forma directa o indirecta en el patrimonio de 27 emisoras. Asimismo, distintas iglesias evangélicas eran concesionarias de 16 frecuencias (2%) en 7 radioemisoras. En síntesis, las radios relacionadas con las órdenes religiosas totalizaban 75 frecuencias, lo que representaba una concentración del 10%. Esto significa que las iglesias ocupan un segundo lugar, después de los propietarios particulares más importantes de la radiodifusión ecuatoriana.

Los concesionarios religiosos más importantes del país, han sido tradicionalmente la Conferencia Episcopal, la Misión Salesiana, la Fundación Juan Pablo II y la Asamblea Nacional Baha'i del Ecuador (ZETTERSTRÖN, 1993). En 1998, de las 75 frecuencias concedidas a las distintas denominaciones eclesiales, 56 pertenecen a la Iglesia Católica (75%), 17 a las iglesias evangélicas (22.5%) y 2 de la Iglesia Baha'i (2.5%). En cierto sentido, el desbalance entre los grupos particulares y religiosos se compensa de modo relativo, mediante la radio evangélica *HCJB*, que siendo la emisora más poderosa en cuanto a su potencia llega con su señal a todo el territorio nacional. El Cuadro que introducimos nos ilustra el número, porcentaje de emisoras y frecuencias bajo control de las iglesias.

#### **CUADRO No. 16**

#### **Radios concedidas a las Iglesias**

<i>IGLESIA</i>	<i>EMISORA - %</i>	<i>FRECUENCIAS - %</i>
Católica	26 – 76.5%	56 – 75.0%
Evangelistas	7 – 20.5%	17 – 22.5%
Baha'i	1 – 3.0%	2 – 2.5%
TOTAL	34 – 100%	75 – 100

FUENTES: BORJA, R. (1998) *Comunicación social y pueblos indígenas del Ecuador*, Abya-yala, Quito. Registro de estaciones de radio y televisión, SENACOM, Quito, 1996

ELABORACIÓN: Readaptado por el autor.

En tercer lugar está el Estado como entidad controladora de la propiedad de los medios radiofónicos. Por ejemplo, la *Radio Nacional del Ecuador* es estatal y transmite en AM desde Quito, Guayaquil y Loja. En Guayaquil está la radio del Instituto Oceanográfico

de la Armada (INORCAR) y en Quito *Radio Vigía* de la Policía Nacional. Además, en 1998, existían dos radios municipales y dos radios de los consejos provinciales. Un ejemplo es *Radio Municipal de Cotacachi* que transmite noticias, propaganda del municipio y música nacional.

En la actualidad *Radio Nacional de Ecuador* tiene tres frecuencias AM, en Quito, Guayaquil y Loja, y una en Onda Corta (OC) que difunde su programación desde los estudios ubicados en Quito. En cuanto a su operación técnica, la *Radio Nacional* cuenta con equipamiento obsoleto, con una señal técnica defectuosa y con la constante necesidad de fondos para mantenimiento, producción y difusión de programas.

En resumen, tradicionalmente el Estado ecuatoriano ha tenido poco interés en el desarrollo de la radiodifusión como servicio público. Esto demuestra la falta de una política nacional de comunicación pública a consecuencia de la implantación del modelo de radio privada comercial desde las primeras décadas del siglo XX y el permanente endoso en la concesión de frecuencias a los poderosos gremios de la radiodifusión privada del país.

#### **6.5.4. FUNCIONES DE LA RADIO**

Como en otros países del mundo, las funciones tradicionales de la radio en el Ecuador son básicamente tres: informar, educar y entretenir. Frente a estos propósitos, se oponen aquellos de ser masificadores, alienantes, creadores de antivalores, fomentadores del consumismo y consolidadores del sistema (AUQUILLA, 1988: 3).

Mientras la televisión tiene influencia sólo en las ciudades, la radio es importante y útil en áreas rurales y urbanas. Además de ser el único medio de comunicación accesible, cumple el rol de "*teléfono de la comunidad*" para la transmisión de mensajes personales, nacimientos, defunciones, invitaciones, pedidos de alimentos y suministros a una tienda, el llamado o el consejo del médico local. En muchas áreas rurales la radio es la única fuente de información sobre precios de mercado, constituyéndose en defensa contra los especuladores. La radio es vehículo de educación tanto formal como informal y juega un papel central en la preservación de la lengua y la cultura locales (GIRARD, B., 2000: 2; <http://www.comunica.org/chasqui/>). Por ejemplo, ERPE, AM y FM

digitalizada, tiene cobertura en cinco provincias con alto porcentaje de habla quichua. Por eso ofrece una programación educativa, informativa y de acompañamiento en dos idiomas, castellano y quichua. El 70% de la audiencia es rural y el 30% urbana (<http://www.erpe.org.ec/radio.htm>).

Según la Superintendencia de Telecomunicaciones, existen 386 productoras matrices y 194 repetidoras de FM; 298 emisoras AM y 33 de OC repartidas en las 22 provincias del país (Superintendencia de Telecomunicaciones, 2002: 2; <http://www.supertel.gov.ec/>). En las ciudades de Quito y Guayaquil las bandas están sobrecargadas y los programas radiofónicos interfieren unos con otros. Sólo en Quito operan 44 radios FM (WORLD RADIO TV HANDBOOK, 2002: 197). El cuadro siguiente resume el tipo de frecuencias por provincias para 2002.

#### **CUADRO No. 17**

#### **Frecuencias de la Radiodifusión de Ecuador (2002)**

PROVINCIAS	AM	OC	FM MATRIZ	REPETID
1. AZUAY	20	1	23	8
2. BOLIVAR	6	-	12	2
3. CAÑAR	8	-	7	4
4. CARCHI	7	-	10	9
5. COTOPAXI	13	1	15	1
6. CHIMBORAZO	18	1	17	5
7. EL ORO	19	-	16	10
8. ESMERALDAS	9	-	13	8
9. FRANCISCO ORELLA			4	1
10. GALAPAGOS	1	-	5	2
11. GUAYAS	52	3	51	25
12. IMBABURA	15	1	21	7
13. LOJA	11	5	22	14
14. LOS RIOS	8	1	18	10
15. MANABI	19	1	38	18
16. MORONA SANTIA	3	8	9	15
17. NAPO	3	3	5	9
18. PASTAZA	4	-	8	8
19. PICHINCHA	59	7	65	14
20. SUCUMBIOS	3	-	9	6
21. TUNGURAHUA	20	1	14	14
22. ZAMORA CHINCHI	0	-	4	4
TOTAL	298	33	386	194
PORCENTAJE	41.56%	4.61%	53.83%	

FUENTES: Superintendencia de Telecomunicaciones, 2002; <http://www.supertel.gov.ec/>  
ELABORACIÓN: Autor de la investigación

### **6.5.5. PROGRAMACIÓN EN LA RADIO DE ECUADOR**

En los últimos años, la radiodifusión ecuatoriana ha optado por la especialización. Al menos una tercera parte de la radio, durante los noventa, se ha dedicado a emitir programas específicos para públicos segmentados. Así, por ejemplo, Radio *La Red* de Quito difunde sólo fútbol para una audiencia amante de este deporte y *Exes Radio*, también de Quito, emite un solo tipo de música (listas de éxitos de las novedades discográficas del momento) destinado a una audiencia adolescente y juvenil. Esta emisora correspondería al tipo de radio-fórmula española de Música de listas. De esta manera, el 37% de las emisoras FM que salieron al aire desde 1995 tienden a dirigirse a una audiencia concreta. “*Las demás están dentro de los esquemas de la radio tradicional: un híbrido de noticias, deportes y música*” (ANÓNIMO, 1996: D-6).

Esta tendencia, en el caso de Ecuador, responde a dos factores. En primer lugar, la programación por computadora es un aliciente para este tipo de radio, aunque siempre interviene una persona para identificarse con el público y ofrecer los temas musicales que solicitan los oyentes. Y en segundo lugar, por cuanto para la producción interviene la tecnología, los efectos especiales, los conductores, la locución y la música. Por ejemplo, *Radio La Luna* es una radio cultural pero con variedad, ofrece música europea, africana, nacional, contemporánea y con un noticiero que juega con los géneros y formatos dinámicos: radioteatro, ráfagas, y el uso de la tecnología para intercambiar informaciones.

No obstante, la mayoría de emisoras de Ecuador sigue apostando al tipo de programación *generalista*. Asentadas en la tradición, estas emisoras combinan todos los géneros informativos, musicales, educativos y de entretenimiento. Su valía radica en satisfacer a distintos segmentos de la población. “*No buscan (...) hacer de la radio un medio especializado con programación única. Sólo noticias, sólo música, sólo deportes*” (ZEPEDA, J., 2000: 2; <http://www.comunica.org/chasqui/>).

El cuadro que se presenta a continuación nos muestra una amplia tipología de la radio en Ecuador, que se caracteriza por una diversidad de conceptos, funciones y utilización del medio radiofónico en el país.

## CUADRO No. 18

**Cuadro resumen de los Tipos de Radio en Ecuador**

<b>TIPOLOGIA</b>	<b>DESCRIPCION</b>
Radio Comercial	Radio financiada por cuñas comerciales, con objetivo de obtener lucro. También puede ser una emisora pagada por una institución estatal, religiosa o particular que "vende" sus programas o espacios. Busca la masificación de la audiencia.
Radio Cultural	En su sentido original es la radio no comercial Pero con la apariencia de las categorías abajo ha vuelto a caracterizar una radio para las élites o para pequeños grupos, es decir distinto de la cultura popular.
Radio Pública	América Latina es una región atípica y quizá exótica por la forma en que se organizaron los servicios de radiodifusión, los canales no comerciales tienen menos del 10% de las emisiones y de la audiencia; Pero todos los países de la región cuentan con al menos una radioemisora pública. Ej. Radio Nacional del Ecuador, es la única cadena pública en el país.
Radio Educativa	Educación y capacitación no formal a través de la radio. Empezó con las campañas de alfabetización en los años 60, continúa con programas pedagógicos sobre temas como salud, técnicas cultivas, historia etc. Ahora incursiona en la educación no formal abierta.
Radio Popular	Una fase de desarrollo de la radio educativa, pero en la radio popular el pueblo mismo es el protagonista. Pone más énfasis en una opción por un cambio social y la participación de los oyentes. Actúa con criterio de masividad, es decir ganar sintonía con las masas, pero con su activa participación.
Radio Campesina	Cabe dentro de las dos categorías arriba, pero transmitido por y para un grupo del pueblo más definido. Trabaja en áreas rurales y toca intereses y problemas específicos del pueblo campesino.
Radio Indígena	Transmite para un grupo protagonista aún más específico. El aspecto indígena fortalece la identificación entre la radio y sus oyentes. La radio indígena puede hablar en un idioma nativo, respaldada por un marco de referencias y una historia común.
Radio escuelas	Instituciones de educación radiofónica que difunden programas dedicados a la educación de adultos, alfabetización, desarrollo de la comunidad y educación permanente de los sectores marginados de la educación formal. La mayoría pertenece a la Iglesia Católica. IRFEYAL, ERPE son ejemplos de este tipo de radios.
Radio Comunitaria	La radio comunitaria no es lucrativa e intenta diversificar su financiación para evitar la dependencia. La presencia de personal voluntario asegura la representación de la comunidad en el funcionamiento, producción y gestión de la radio.

FUENTES: ZETTERSTRÖN, Lena, “Sumac Ñan. Radio Popular de la organización campesina-indígena”, Tesis, Cotacachi, Ecuador, 1993

ATKINSON y RABOY (et.al), La radio y televisión de servicio público: el desafío del siglo XXI, UNESCO, 1998

ELABORACIÓN: Autor de la investigación.

Toda esta tipología radios existe en la sociedad ecuatoriana, sin embargo, la radio comercial es la mayoritaria. Por otra parte, está una debilitada cadena de radio pública oficial. Y además, una variedad de radios comunitarias, como las anotadas en el último cuadro. Sin embargo, éstas pertenecen a proyectos minoritarios que utilizan las comunidades, las iglesias y las organizaciones para comunicarse con sus audiencias conformadas por grupos sociales, beneficiarios de programas asistenciales, de educación alternativa, de promoción de la salud y de microempresas, etc.

Según el autor ecuatoriano Luis ERAZO, la radiodifusión ecuatoriana no ha encontrado un mecanismo idóneo para utilizar el rico potencial que ofrece el medio para contribuir al progreso nacional. Faltó una cooperación efectiva entre el Estado y los propietarios privados de la radiodifusión ecuatoriana, a pesar de sus buenas intenciones, para trazar programas que signifiquen un aporte al proceso de cambio y desarrollo nacional (ERAZO, 1980: 71).

En la Declaración de Bogotá de 1964, la mayoría de emisoras ecuatorianas afiliadas al Organismo Regional Bolivariano de Radiodifusión, habló de superar la actual situación socioeconómica, ampliar la democracia representativa, el desarrollo de la libre empresa como factor principal para el mejoramiento de la clase trabajadora, luchar contra el analfabetismo, las condiciones precarias de salud y vivienda, se anulen los privilegios y se favorezca la libre competencia dentro de una sana regulación por parte del Estado. De igual forma, en la Declaración de Quito de 1966, los radiodifusores de los países andinos, de Ecuador, Bolivia, Colombia, Perú, Venezuela, y además Panamá, concluyeron que las radios asumían el rol de luchar contra los males sociales que aquejaban a los países, mediante un servicio de interés público (ERAZO, 1980: 72).

En resumen, en el Ecuador existe una infraestructura técnica instalada para hacer radio, pero aún hace falta formar los suficientes recursos humanos en todas las áreas de la radiodifusión. Aquí tienen un mercado potencial las universidades, sobre todo las facultades de comunicación y los institutos superiores de comunicación. Estos centros deben dar vital importancia a la investigación y a los requerimientos de la comunicación radiofónica para desarrollar el medio radio, mejorar el consumo de contenidos por parte de

audiencias, y potenciar el diseño de programaciones que puedan significar un verdadero aporte al desarrollo de la comunidad.

## **6.6. MARCO LEGAL**

### **6.6.1. ORIGEN DE LA REGLAMENTACIÓN**

En 1926, en Ginebra, los representantes oficiales de los distintos países del mundo aprobaron el Primer Plan Internacional de Radiodifusión, destinado a regular el uso de las ondas hertzianas. Este tratado internacional establece las bandas de frecuencia que usarán todas las naciones; y en lo que respecta al Ecuador, se le asigna una banda dentro del espectro de frecuencias, mediante las siglas *HC* para ser identificadas en el territorio ecuatoriano (ERAZO, 1980: 30).

El 28 de septiembre de 1928 se expidió en el país el primer Reglamento de Instalaciones Radioeléctricas privadas. Fue durante el gobierno de Isidro Ayora, presidente constitucional interino del Ecuador (ERAZO, 1980: 32). Este temprano reglamento buscaba regular la evolución de la actividad radiofónica en sus diferentes manifestaciones, precautelando las posibles interferencias entre las radios locales e internacionales.

En Ecuador, el Estado a través de la Dirección Nacional de Frecuencias, concede las licencias radioeléctricas para su operación. Esta entidad estatal, a su vez cuenta con la Superintendencia de Telecomunicaciones, organismo público encargado de controlar el uso adecuado de las frecuencias y bandas.

En un afán de actualizar la regulación del espacio radioeléctrico, en 1975, el gobierno militar actualizó la concesión de frecuencias a través de la Ley de Radio y Televisión, publicada en el Registro Oficial No. 785 del 18 de abril de ese año (SAN FÉLIX, 1991: 151). Esta Ley con sus alcances y limitaciones ha servido para operativizar la regulación de las concesiones de frecuencias por más de veinte y cinco años.

A pesar de una serie de contradicciones, esta Ley ha pretendido regular el complejo paisaje de la radiodifusión ecuatoriana. Los aspectos principales que la Ley ha tratado de regular son:

- 1) La concesión de frecuencias a plazos renovables.
- 2) Frecuencias revertidas al Estado por no cumplir con los requisitos de operación.
- 3) Garantías económicas que ingresaban al ente encargado, por sanciones y trasgresiones a la legislación.
- 4) Calificación y supervisión de la programación cultural y cívica en castellano y quichua; el 25% de música nacional y el 5% de clásica, a través de la Casa de la Cultura Ecuatoriana.

SAN FÉLIX (1991) ha puntualizado algunas dificultades en la aplicación de la Ley de Radio y Televisión de 1975, por cuanto se ha permitido el abuso y corrupción en la concesión de frecuencias, contrariando el espíritu de la Ley.

SAN FÉLIX (1991: 151), al respecto decía: "*Una legislación que permite concentrar el poder de la comunicación en poquísimas manos reedita la suerte de huasipungos radiales y permite también a las frecuencias ingresar en una espiral en que se transfieren derechos, arriendan o venden estaciones y hasta los herederos del concesionario pueden retener la frecuencia indefinidamente*".

En 1987, la Dirección Nacional de Frecuencias puntualizaba en su Informe que los concesionarios realizaban la venta de equipos y también la frecuencia que es propiedad del Estado; estas terceras personas lo transferían a otras, y así sucesivamente, sin que ninguna de ellas legalizara la transferencia de la frecuencia ante el ente estatal.

En resumen, la legislación radioeléctrica en el país ha otorgado concesiones injustas para la explotación radioeléctrica. Dio desmesurados beneficios a los concesionarios privados en desmedro del servicio público. Ha permitido una radiodifusión como una actividad simplemente lucrativa y no como un medio de comunicación social. Esto ha estancado el desarrollo de la radiodifusión ecuatoriana; ha perjudicado el apoyo a la cultura, a la libertad de expresión y al desarrollo nacional.

Frente a esta situación, de una legislación desactualizada y que se ha prestado para la corrupción, el Informe proponía algunas medidas para la actualización de las tarifas en función del costo de los servicios, sobre la operación de la estación y el plazo para el cumplimiento de las obligaciones. No obstante, no todos estos aportes no fueron considerados en la nueva Ley Reformatoria de Radiodifusión.

#### **6.6.2. LEY REFORMATORIA**

En el Registro Oficial No.691 de mayo de 1995 se publica la Ley Reformatoria a la Ley de Radiodifusión y Televisión. La Ley ha sido calificada como atentatoria contra los principios constitucionales de la libertad de expresión y opinión. Es una ley con dedicatoria que pretende perjudicar a las radios comunitarias, han dicho los radiodifusores de estas emisoras, quienes se sienten perjudicados con la ley reformatoria.

Por ejemplo, el artículo 17 que reforma al artículo 35 de la Ley anterior de 1975, con relación a las radios populares o comunales, manifiesta: "*Dentro de este espectro se reservarán frecuencias de baja intensidad para estaciones de radiodifusión comunal. Los permisos de funcionamiento para estas radiodifusoras se concederán siempre que no interfieran con las frecuencias asignadas a otras estaciones*".

Además, la Ley señalaba que las radios comunitarias tendrán una potencia máxima de 300 vatios en AM y de 150 en FM; que deberán dedicarse exclusivamente a objetivos sociales, educativos y culturales, sin fines de lucro; y funcionarán con sujeción a la Ley de Seguridad Nacional. Y que la normatividad sobre la concesión, instalación y funcionamiento de las emisoras se deberá detallar en el respectivo Reglamento (LEY REFORMATORIA A LA LEY DE RADIODIFUSIÓN Y TELEVISIÓN, 1995: 5).

El Reglamento ya fue aprobado por el Consejo Nacional de Radiodifusión y Televisión (CONARTEL), el mismo que, entre otros aspectos, prohíbe a las radios comunales la financiación mediante publicidad comercial por ser de orden público; y además que serán supervisadas por el Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas.

Estas disposiciones han sido calificadas de discriminatorias y represivas, por cuanto condena a las radios con fines sociales, culturales y educativos, a sobrevivir con donaciones, sobre todo, de parte de las agencias europeas de cooperación para el desarrollo, ayudas que cada vez se alejan más, por cuanto éstas adoptan nuevos objetivos y nuevos grupos meta para canalizar sus aportes.

Entonces, con esta ley reformatoria, una vez más se restringía las actividades de las radios comunitarias. Pues, *"resulta paradójico que, precisamente, a estas radioemisoras se les niegue el legítimo derecho de funcionar en igualdad de condiciones y oportunidades que las radios tradicionales (...)"* (ROSARIO; ROMERO, 1996:138).

Frente a esta situación, la Coordinadora de Radios Populares Educativas de Ecuador, CORAPE, una red que agrupa a la mayoría de radios comunitarias, interpuso una demanda de apelación ante el Tribunal de Garantías Constitucionales. La sentencia del Tribunal, en última instancia, falló a favor de la Ley, en desmedro de la tesis de la CORAPE y sus afiliadas (TOLEDO; CHALA, 1997: 7-8). Así, la radio comunitaria se enfrentaba a una competencia desigual con radios comerciales de cobertura, potencia y afán de lucro sin límites.

No obstante, la CORAPE ha solicitado e insistido al Congreso nacional en las siguientes reformas para la Ley de radiodifusión y su Reglamento:

- 1) Que diga "radio comunitaria" y no "comunal", para que diversos grupos sociales legalmente constituidos puedan solicitar una frecuencia de radio, y no sólo las comunas.
- 2) Que se permita a las radios comunitarias pautar cualquier tipo de publicidad para su autogestión.
- 3) Que no se limite la potencia de las radios comunitarias, porque ésto dependerá de las necesidades técnicas, topográficas y programáticas del medio.
- 4) Que no se requiera para la creación de una radio comunitaria el informe previo de las Fuerzas Armadas, por ser una formalidad antidemocrática sólo para este sector de la radio ecuatoriana.

En América Latina, Colombia cuenta con una ley ejemplar, que favorece la radiodifusión comunitaria. Esta ley proclama que las comunidades tienen libertad para fundar o crear medios de comunicación masivos, en iguales condiciones que los medios comerciales. La Ley establece un límite de 500 vatios de salida, permite su crecimiento y autoriza las transmisiones vía enlaces en cadena (VERA y OTROS, 1997: 7-8).

La CORAPE demandó ante los organismos pertinentes el derecho a la libertad de expresión, es así que en octubre de 2002, el Congreso nacional aprobó importantes reformas que reconocen el derecho de las radios comunitarias a operar en igualdad de condiciones que las radios comerciales, inclusive a participar en la publicidad, pero cuyos recursos deberán ser reinvertidos en las propias radios comunitarias.

## 6.7. ENTORNO TECNOLÓGICO

Ecuador está determinado por el entorno tecnológico de América Latina y sobre todo de Norteamérica. En esta línea, el país en el aspecto tecnológico ha sufrido grandes transformaciones y que alcanzaron mayor importancia a partir de la década del cincuenta:

- a) Desde 1945 hasta 1965 la radio evolucionó lentamente. La infraestructura técnica era incipiente. Los receptores fueron escasos. En muchas zonas rurales no existía el fluido eléctrico.
- b) Socialmente, el país vivía una situación política, económica y cultural en continuo cambio.
- c) La alfabetización era el caballo de batalla en Ecuador como en otros países de la región.
- d) La reestructuración económica fue necesaria, y la radio apoyó en gran medida al proceso de ampliación del mercado nacional (GUTIÉRREZ, 1982: 85).

Esta situación, que se generalizó no sólo en Ecuador, sino también en otros países de la región, configuró un panorama bastante complejo. Por una parte, el Estado favoreció la creación de emisoras privadas, debido a que supuestamente éstas tenían más poder y medios para llevar adelante esta actividad comunicacional. Y por otra, el Estado se hacía

cargo al menos de una emisora de su propiedad para la difusión de la cultura nacional (GUTIÉRREZ, 1982: 86).

Técnicamente, la proliferación de emisoras, la saturación y la escasez de receptores fue algo "anormal" en los primeros años de la radiofonía ecuatoriana. No obstante, el advenimiento del transistor, los receptores portátiles y más tarde la FM fueron elementos técnicos, que luego complementados con la teleinformática han dado una nueva cara a la radiodifusión de país (UNESCO, 1995: 34).

Las tarifas de los servicios de las telecomunicaciones en el Ecuador son todavía muy elevadas. La transmisión para redes terrenales por satélite varía según la situación política y económica del país. Los costos de los transpondedores de satélite arrendados a las redes internacionales como INTELSAT o INTERSPUTNIK son estipulados por los miembros de esos organismos (UNESCO, 1995: 41). Pero sus costos de arrendamiento no son accesibles a la mayoría de radios del país.

Gracias a la informática, al Internet y a la digitalización, la radio está entrando en una etapa de reconversión técnica. Aún quedan algunos pasos que dar para lograr cambios fundamentales, como mejorar la calidad del sonido. Esto no sólo repercutirá en la distribución de la señal, sino también en los procesos de la producción radial (CEBRIÁN HERREROS, 1995: 234).

Las innovaciones en las telecomunicaciones están incorporando a la radio cambios sustanciales. Los satélites ya tienen un amplio uso para la conexión de las emisoras en cadena. Se busca dar mayores rendimientos a la radiodifusión, a través de la incorporación de la estereofonía a la AM, y la explotación del ancho de banda de la FM para ofrecer servicios interactivos. Además, se vislumbra una tecnología para ampliar las ofertas de la radio por cable (UNESCO, 1995: 42).

La Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica, ALER, con sede en Quito, Ecuador, utiliza desde 1996 la tecnología satelital para distribuir programas radiofónicos (noticias, música, cultura y evangelización), a más de 100 emisoras de radio de la región, a través de la cadena *ALRED*. Los programas armados en Quito viajan por

Internet (señal digital de audio comprimido) hasta Holanda y vía satélite vuelven a América Latina, en donde las radios afiliadas que disponen de una antena parabólica “bajan” la señal y pueden emitirla en tiempo real o diferido.

De igual manera, desde 1996, la Coordinadora de Radios Populares Educativas, CORAPE, intercambia programas radiales con este sistema, a través cinco radios que hacen las veces de matrices de las programaciones y que son, *ERPE*, *Radio Latacunga*, *Radio Sucumbíos*, *IRFEYAL* y *Radio La Luna* del Centro de Educación Popular, CEDEP. Las emisoras que aún no disponían de una antena parabólica continuaban recibiendo la señal vía telefónica, a través del *phone patch* (una línea de punto a punto).

Asimismo, desde 1997 se ejecuta el proyecto “Red de comunicación electrónica para comunidades indígenas de la Amazonía ecuatoriana”, implementado “Acción Ecológica” e INTERCOM, ambas entidades sin fines de lucro, que buscaban dar acceso a la población indígena en las tecnologías. El proyecto combinaba la tecnología de la radio con la informática, para lo cual utilizaba una frecuencia HF (alta frecuencia) y una potencia de 100 wats.

En cada comunidad indígena se instalaba una estación conformada por una computadora, un *modem* para radio, un equipo receptor, transmisor de radio y una antena. La energía era generada por paneles solares y baterías acumuladoras. En Nueva Loja, una población de la Amazonía ecuatoriana, estaba otra estación que permitía el acceso a Internet a las comunidades. Este sistema ayudaba a solucionar los problemas de aislamiento en esa región, a un costo era relativamente bajo, el equipo y la instalación se valoraba en 3.000 dólares.

Asimismo, en Ecuador se comenzaron a establecer sistemas de radio de bajo costo. La idea ha sido construir radios comunitarias experimentales con materiales locales. Los estudios de emisión y grabación han sido instalados con equipos no profesionales. El mezclador era diseñado y ensamblado con materiales adquiridos en el medio. El *phone patch* y el transmisor AM o FM de 10 vatios eran construidos por profesionales locales a bajo precio (US\$ 3.000). Además, los transmisores podían ser diseñados para que funcionaran con energía solar y en forma autónoma.

Según MORENO HERRERO, se requiere un mínimo equipo para montar una radio pequeña en FM de baja potencia. Con un bajo presupuesto y con bastante imaginación se puede hacer una radio. Se requiere equipos no sofisticados para un sonido que cada vez es mejor. Se completa el sistema con equipos informáticos, *CD-ROM*, equipos digitales, sintetizadores y procesadores para generar sonidos; los *samplers* que permiten generar y grabar sonido digital; sistemas *duplex* y *multiplex* para conexiones telefónicas, etc. (MORENO HERRERO, 1997: 37).

Siempre la tecnología ha jugado un papel importante en la sociedad. Como nos dice el radiodifusor ecuatoriano Gustavo CARDOSO, los emigrantes no pierden los nexos con su país y se comunican a través de la tecnología. Los *cybercafés* han proliferado en Ecuador, pues son el principal nexo con los emigrantes, quienes utilizan el correo electrónico, el *chat* y el correo de voz para mantener el contacto con sus familias. La radio a través de Internet es su enlace con la comunidad y la música su nexo sentimental (CARDOSO, 2000: 5; <http://www.comunica.org/tampa/docs/cardoso>).

*“Internet se ha convertido en una fuente de información periodística en general y radiofónica en particular de gran envergadura y además de gran rapidez debido al acceso inmediato a las zonas web. Es una fuente de grandes ventajas, pero también con riesgos espacialmente en aquellas informaciones en las que no hay ni rigor ni ética profesional. El desarrollo de Internet aporta otro conjunto de servicios de gran validez para la radio: correo electrónico, chats y foros”* (HUERTA RINCÓN, 2002 :78).

## **6.8. COORDINADORA DE RADIO POPULAR EDUCATIVA DE ECUADOR –CORAPE-**

### **6.8.1. RADIOS AFILIADAS DE CORAPE**

La Coordinadora de Radio Popular Educativa del Ecuador, CORAPE, se fundó en 1988 por iniciativa de la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica, ALER, en base al modelo de la Coordinadora Nacional de Radio, CNR, de Perú, que ya funcionaba desde 1978.

CORAPE se auto define como un movimiento de radios, centros y organizaciones sociales y campesinas que hacen comunicación radiofónica. Su objetivo es fortalecer la comunicación popular y ofrecer una alternativa a la masificación de la información alienante. Es un espacio amplio de comunicación, opinión pública pluralista y ecuménica.

CORAPE tiene 35 afiliadas en el país y está convencida que generar comunicación es una tarea de responsabilidad y que debe ser manejada desde el contexto de las comunidades que la originan, de no ser así pierden autenticidad y valor. Es importante que en sus programas radiofónicos se utilice tanto el castellano como el quichua (<http://www.ecuanex.net.ec/corape.htm>).

Las audiencias de CORAPE varían de acuerdo a cada radio. Las emisoras de AM y OC se dirigen a sectores urbano-marginales con una programación variada: entretenimiento, noticiarios, educación y evangelización, pues algunas pertenecen a la Iglesia Católica y pocas a la Iglesia Evangélica, como *Radio Ingapirca* de Cañar. Las emisoras de AM brindan servicios de intercomunicación, información y son instrumentos de desarrollo local y regional; por su parte, las emisoras de OC difunden programas musicales y noticias y tienen cobertura nacional. Algunas participan en intercambios con otras redes y cadenas nacionales e internacionales. El cuadro que se presenta a continuación muestra una relación de las radios afiliadas a CORAPE para el año 1998.

## CUADRO No. 19

### Radios de CORAPE: frecuencias, potencia y oyentes

<i>CIUDAD</i>	<i>NOMBRE</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>K.W.</i>	<i>OYENTES miles hab.**</i>
Baños	Voz Santuario	A.M. 960 KHz	1	130.5
Cañar	Ingapirca	A.M. 820 KHz	5	105
Cayambe	Mensaje	A.M. 1.590 KHz	2.5	143.5
Cuenca	Sononda	A.M. 960 KHz	1.5	104
EsmERALDAS	Antena Libre	A.M. 1.170 KHz	10	112.5
Loja	Luz y Vida	A.M. 1.150 KHz	10	147.8
Latacunga	Latacunga	A.M. 1.080 KHz	10	244.1
La Maná	Fantástica	F.M. 94.1 Mhz	1	52.5
Cotacachi	Unorcac	A.M. 1.480 KHz	2	71.5
Riobamba	ERPE	A.M. 710 KHz	10	413.4
Santa Isabel	Chaguarurco	A.M. 1.550 KHz	5	669.1
SimiáTUG	RunacunápAC	A.M. 1.510 KHz	1	94.5
Riobamba	ERPE	F.M. 91.7 Mhz	1.5	(520.9)
Latacunga	Stereo Latacunga	F.M. 102.1 y 97.3 Mhz	3	(509.8)
Loja	Luz y Vida	F.M. 883 Mhz	2	(155)
Nueva Loja	Sucumbíos	F.M. 105.3 Mhz	5	155.7
Tena	Ideal Tena	F.M. 93.7 Mhz	2.5	52.4
Puyo	Puyo	F.M. 88.9 Mhz	1.5	16
San Lorenzo	Berejú	F.M.		27
Machala	Católica	F.M. 99.7 Mhz	2.5	76
<b>TOTALES</b>	<b>20 EMISORAS</b>		<b>75.0 Kw.</b>	<b>2.615.8</b>

\*\*/ Datos obtenidos por CORAPE en base a sondeos locales o pequeños estudios de audiencia realizados en las poblaciones en donde estas emisoras tienen mayor cobertura. Con estas estimaciones del rating, CORAPE podía ofrecer los servicios publicitarios a pequeñas empresas.

(/)/ Áreas con audiencia confirmada

FUENTE: CORAPE, "La única red de emisoras bilingües (español-quichua) del país", enero 10 de 1998, Quito

ELABORACION: Readaptado por el autor

### 6.8.2. OBJETIVOS Y SERVICIOS

CORAPE tiene como misión fortalecer el movimiento de las organizaciones de comunicación radiofónica, popular y educativa, desarrollando actividades innovadoras y participativas en el campo de la comunicación popular, a fin de lograr la democratización de la comunicación y de la sociedad ecuatoriana (<http://www.ecuanex.net.ec/corape.htm>).

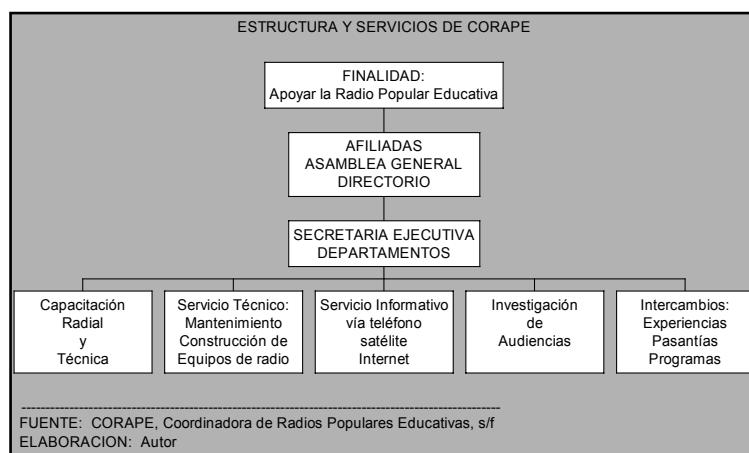
La CORAPE busca generar una cultura radiofónica en la audiencia, para lo cual promueve estudios de mercado y de investigación que apoyan el trabajo de las afiliadas;

además, genera espacios de defensa de la comunicación participativa y de la radio comunitaria.

Sobre la base de estos objetivos, la CORAPE presta los siguientes servicios a su red de radios afiliadas:

- Capacitación a los radialistas para la producción y realización de programas de radio informativa, educativa y de entretenimiento; mantenimiento técnico y reparación del equipamiento radiofónico.
- El Departamento Técnico ofrece los servicios de un laboratorio electrónico para la reparación de equipos. Desde 1995, con la aprobación de la ley reformatoria de radiodifusión, construye transmisores en frecuencia modulada a bajo costo.
- La Red Informativa Nacional recoge aportes informativos desde las provincias y difunde noticieros con editoriales por todo el país. Se analizan temas de la coyuntura política, social, económica y otros temas de actualidad. El gráfico que se presenta a continuación resume lo que es y hace la CORAPE para sus radios afiliadas.

#### GRÁFICO No. 7



La CORAPE se financia con aportes de sus afiliadas, con la venta de producciones radiofónicas, del servicio técnico y de capacitación. Cuenta con el apoyo de la cooperación internacional, sobre todo europea. Además, CORAPE ejecuta proyectos de interés social,

cofinanciados con organismos nacionales y fundaciones, en los campos de salud, ecología, derechos humanos, prevención de la corrupción, entre otros.

### **6.8.3. CAPACITACIÓN PERMANENTE**

Desde su inicio, la CORAPE se propuso desarrollar un programa de capacitación para las radio afiliadas con instructores de experiencia, pues la capacitación es un elemento fundamental para mejorar la profesionalidad y la gestión radial. Las radios comprenden que la formación continua es una inversión para lograr una mejor calidad de la programación de las estaciones y ganar audiencias. ALER, AMARC y CIESPAL también han apoyado esta labor cediendo expertos, apoyando financieramente o con el diseño técnico de los eventos.

Las radios también cuentan con sus propias capacitaciones. Esta capacitación interna atiende las necesidades específicas de cada institución, y les prepara en cuestiones básicas sobre los aspectos teóricos, técnicos y prácticos de la tarea del comunicador. Mientras la capacitación externa se ocupa de la formación integral de los comunicadores en diversos temas: géneros, administración de la radio, comunicación, política, programación e investigación de audiencias y medios. La CORAPE con su propio equipo de capacitadores apoya los procesos de capacitación interna de las radios afiliadas.

La producción de las radios de CORAPE compite con la de la radio oficial y de la radio comercial. Por esto CORAPE y sus afiliadas preparan con responsabilidad sus productos radiofónicos. Así, se investiga con antelación los parámetros para el programa, el formato, la estructura, el lenguaje, los efectos, las fuentes; poniendo especial énfasis en la calidad técnica, la redacción amena y la participación de las audiencias en la producción. Y precisamente, esto es en el fondo lo que diferencia a CORAPE de los otros tipos de radio.

### **6.8.4. APOYO TÉCNICO Y USO DE TECNOLOGÍAS**

CORAPE, preocupada del área técnica de las radios, diseñó un proyecto de cooperación con voluntarios externos para brindar un servicio técnico a las estaciones. El programa prevé la capacitación técnica en las propias emisoras, así el personal cualificado dará un mantenimiento de calidad a sus equipos. Este programa es pagado simbólicamente

por los usuarios como un mecanismo para abandonar el paternalismo y autosostener un proyecto valorado por las propias afiliadas.

Además, CORAPE se encarga de comprar los equipos al por mayor y ofrecerlos a menor precio, y luego los ingenieros voluntarios, que rotan por todas las emisoras, brindan asistencia técnica para su instalación (GONZÁLEZ PAZ, L., 2000: 9; <http://www.geocities.com/CapitolHill/Congress/2850/indice/radio/radio.html>).

La CORAPE distribuye el servicio informativo a las afiliadas en provincias vía teléfono, radioenlaces y últimamente, el satélite, a través de la cadena ALRED. También se utiliza Internet para intercambiar noticias con las afiliadas y con agencias latinoamericanas y de otras zonas del mundo. El uso de Internet se emplea para hacer conocer las informaciones locales, simultáneamente, dentro y fuera del país. Actualmente, un grupo considerable de las radios afiliadas utiliza los servicios de la comunicación satelital, y gradualmente se integrarán las demás radios.

CORAPE e INTERCOM desarrollan el proyecto “Radiotelecentros” el cual consiste en capacitar al personal de las radios en el manejo de las TIC para abrir espacios de intercambio cultural y dar a conocer sus propias realidades. “*No sólo se trata de acceder al conocimiento, sino también (...) de producir y difundir el conocimiento propio de las comunidades*” (<http://www.infodesarrollo.org/proyectos.html?x=1124>).

#### **6.8.5. AUDIENCIAS Y PROGRAMACIÓN PARA EL DESARROLLO**

Las radios de CORAPE alcanzan en determinadas horas del día al 40% de la población; de lo cual, el 80% estaría en el sector rural y el 20% en las ciudades. Los oyentes corresponden a distinto nivel educativo. Una encuesta de sintonía realizada por *Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador, ERPE*, muestra que, el 29% de la audiencia pertenece al nivel primario, el 29% al universitario y el 42% a analfabetos y otros. En cuanto a la programación radiofónica, el 40% difunde en quichua y el 60% en castellano (GALARZA, 1993: 21). El Cuadro que se presenta a continuación nos informa sobre la programación bilingüe de las radios de la CORAPE.

## CUADRO No. 20

### Programación bilingüe de las radios afiliadas a CORAPE

No.	NOMBRES	CASTELLANO*	QHICHUA*
1	Antena Libre**	X	
2	Bereju**	X	
3	Chaguarurco	X	X
4	El Telégrafo	X	
5	ERPE	X	X
6	Ideal Tena	X	X
7	Ingapirca	X	X
8	IRFEYAL	X	
9	Latacunga	X	X
10	Luz y Vida	X	
11	Mensaje	X	X
12	Otavalo	X	X
13	Programas	X	
14	Puyo	X	X
15	Runacunapac	X	X
16	Sononda	X	
17	Sucumbíos	X	X
18	Univ. Bolívar	X	
19	Unorcac		X
20	Voz de Imbabura	X	X
21	Voz Santuario B.	X	

(\*) Idiomas en los que emiten sus programas.

(\*\* \*) Oyentes en su mayoría de población negra.

FUENTE: CORAPE, “La única red de emisoras bilingües (español-quichua) del país”, enero 10 de 1998, Quito

ELABORACION: Reelaborado por el autor.

La mayoría de las emisoras trabajan entre 18 y 24 horas diarias. Las emisiones comienzan muy temprano con música y programación dedicada al campo en idioma nativo. Las programaciones de las radios comunitarias educativas ofrecen un 40% de entretenimiento, 30% noticias, 25% contenidos educativos y 5% cultura y religión. Las radios populares educativas más poderosas pertenecen a la Iglesia Católica y tienen audiencias en su área de sintonía. *La Voz del Upano*, de Macas, con cinco frecuencias tiene una amplia cobertura; *ERPE*, de Riobamba mantiene una audiencia permanente durante todo el día; algo similar sucede con *Radio Latacunga*, en el centro del país, y con *Radio Sucumbíos*, en el norte de la Amazonía ecuatoriana.

A diferencia de las radios de CORAPE, las emisoras comerciales no conceden la participación a los oyentes. Su contacto se limita a llamadas telefónicas y cartas para solicitar música. En cambio en las radios populares los oyentes participan en la definición de las políticas de la emisora, en la producción de los mensajes radiofónicos y en las actividades relacionadas con la gestión y mantenimiento del medio. Las emisoras manejadas por organizaciones campesinas e indígenas permiten mayor participación de su gente en la radio. Y así brindan un aporte sustantivo al desarrollo integral en sus ámbitos de cobertura.

## **6.9. CONCLUSIONES**

Este capítulo abordó la crisis profunda que vive Ecuador en los últimos 10 años, además vimos en este contexto la inserción de los medios de comunicación social del país. La mayoría de éstos están directamente vinculados con los grupos hegemónicos que tradicionalmente han manejado el poder político y económico. Sin embargo, el auge de la tecnología y el surgimiento de nuevos medios permite que también surja un grupo de medios independientes, que tienen que trabajar en redes, asociaciones y cadenas para poder ser contra hegemónicos en esta sociedad. Estos nuevos medios y redes, por ejemplo, están dando un tenaz combate a la corrupción, buscando frenar un factor causante del subdesarrollo de Ecuador y sus colaterales problemas, como la migración, etc.

La legislación radioeléctrica ha otorgado concesiones injustas para la explotación de la radiodifusión ecuatoriana. Ha entregado desmesurados beneficios a los concesionarios privados en desmedro de la radio pública y comunitaria. Ha permitido una radiodifusión como una actividad simplemente lucrativa y no como un medio de comunicación social. Esto ha estancado el desarrollo de la radiodifusión, perjudicando su proyección histórica, el apoyo a la cultura, la libertad de expresión y el desarrollo nacional.

En Ecuador la radio comercial es el tipo de radio mayoritaria, una casi inexistente radio estatal que carece de liderazgo, y el tipo de radio comunitaria, siendo aún minoritaria tiende al crecimiento. Estas radios organizadas en redes y cadenas son potentes y sostenidas, además reciben apoyo de agencias nacionales e internacionales. Estas radios

son manejadas por fundaciones, iglesias, comunidades o grupos sociales, que utilizan el medio para comunicarse con la población y desarrollar proyectos, asistenciales, educación alternativa, promoción de la salud, microempresas, programas socio-ambientales, etc. Las cadenas radiofónicas comerciales lideran en los sectores medios de las ciudades, por su parte las radios comunitarias de CORAPE tiene mayor presencia en los sectores populares; mientras que, la Radio Nacional de carácter oficial, busca la promoción del Estado.

La radio está en una nueva etapa de reconversión técnica, gracias al Internet y a la digitalización. Aún quedan algunos pasos que dar para aprovechar el poder de la tecnología. Esto no sólo repercutirá en la mejor distribución de la señal, sino también en los procesos de producción radial, como efectivamente vimos que se está produciendo en las radios comerciales y de la CORAPE.

Las radios populares educativas tienen en su mayoría la autorización legal para emitir; sin embargo, han tenido varios problemas con autoridades y grupos competidores que han tratado de limitar su labor. La CORAPE ha demandado el derecho a la libertad de expresión, amparado en la misma Constitución y la Ley. Algunas demandas importantes se acaban de conseguir en octubre de 2002, lo que significa una conquista importante para el desarrollo de la radio comunitaria de Ecuador: “*Dichas reformas reconocen el legítimo derecho de las Radios Comunitarias a operar en igualdad de condiciones que las Radios Comerciales (...), a realizar autogestión para el mejoramiento, mantenimiento y operación de sus instalaciones, equipos y pagos de personal, a través de donaciones, mensajes pagados y publicidad (...), con la única condición de que sus utilidades sean reinvertidas en ampliar los servicios, sistemas o equipos de las mismas*” (GÓMEZ, G., 2002: 4; <http://www.infodesarrollo.ecuanex.net.ec>). Con esta reforma se posibilita la vigencia legal de las radios comunitarias, alejadas de fines lucrativos, principio defendido por CORAPE y sus radios asociadas.

## **CAPÍTULO VII.**

### **LA RADIO COMUNITARIA EN ECUADOR**

## VII. LA RADIO COMUNITARIA EN ECUADOR

En el presente capítulo se analiza el surgimiento de las radios comunitarias educativas en Ecuador, los aspectos favorables del trabajo radiofónico con programas educacionales formales y no formales, la participación de la audiencia en los mismos; además, las limitaciones de la radio como herramienta de educación y promoción de la audiencia; luego, se pasa revista a siete experiencias de radio escuelas de Ecuador para obtener las lecciones aprendidas del proceso; y finalmente, se analiza el rol de la radio comunitaria en la comunicación para el desarrollo, la educación y la promoción de la sociedad.

En concreto, el capítulo inicia su desarrollo presentando los objetivos, la programación y la audiencia de las radios comunitarias educativas. Luego, se hace una descripción de siete radio escuelas. Esta breve reseña se realiza por medio de un esquema, a través del cual se revisan los datos significativos de cada una de ellas, a saber: 1) fundación, 2) objetivos, 3) zona de trabajo, 4) audiencia, 5) proceso institucional, 6) modelo pedagógico, 7) recursos didácticos, 8) recursos humanos, 9) instalaciones. Queríamos también incluir el punto 10) relacionado con el "coste-beneficio", sin embargo por carecer de cifras y datos objetivos no será incluido. Las respuestas, que obtuvimos de las emisoras sobre el presupuesto y la financiación del programa de educación radiofónica, fueron vagas, por ejemplo: *"es positivo el coste anual por alumno..."* (IRFEYAL); *"el programa está dentro de los parámetros positivos"* (Radio Federación Shuar).

Con base en la información registrada se elabora posteriormente un análisis comparativo entre las siete radio escuelas, a partir de lo cual se obtiene un perfil del rol de la radio comunitaria educativa de Ecuador con relación a la comunicación, la educación y la identidad de estas radios con la comunidad. Finalmente elaboramos las conclusiones del capítulo.

### 7.1. RADIOS COMUNITARIAS Y EDUCATIVAS

La educación a distancia, a través de la radio, es una de las formas más económicas de impartir educación a las poblaciones marginadas; sin embargo, no todos los gobiernos

son conscientes de las posibilidades de la educación radiofónica. Todavía hay quienes dudan, aduciendo que la radio es un método ineficaz porque los pobres no tienen radio, ni pilas, ni electricidad. Sin embargo, hay estudios serios (ALER, 1993; UNESCO, 1992) que demuestran que ese punto de vista carece de fundamento. En la actualidad, gracias a los progresos tecnológicos, ya existen radioreceptores que funcionan con energía eólica o solar y no se depende de las pilas ni de los tendidos eléctricos para llegar a las zonas rurales.

Las radios comunitarias educativas ofrecen servicios para personas que viven en zonas alejadas, emiten en los idiomas de la comunidad y promueven que los oyentes participen en el diseño, contenido y producción de los programas radiofónicos; así han contribuido enormemente a la educación de toda la comunidad.

En Ecuador, la situación de marginalidad en que han vivido algunos sectores de la población, indujo a instituciones públicas y privadas, sobre todo de la Iglesia Católica, a buscar alternativas para poner en vigencia la alfabetización y la educación básica. A pesar de que las autoridades centrales han tenido cierta reticencia a fomentar esta potencialidad de la radio, ésta cuando ha sido utilizada para educación ha dado un aporte importante. El Ecuador ha sido pionero en el trabajo de la radio para la educación. Por ejemplo, las radios populares educativas, cuyas experiencias compartiremos más adelante.

Las radio emisoras ecuatorianas que se definieron como populares primero, alternativas después y ahora como comunitarias, aparecieron en los años 60, como las Escuelas Radiofónicas Populares (ERPE) en primer lugar, fundada en Riobamba, en 1962, Radio Mensaje de Tabacundo, en 1964, y Radio Federación de Sucúa, en 1968.

Las *Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador (ERPE)*, desde 1962, desarrollan programas de educación a distancia con campesinos e indígenas adultos, para lo cual ha utilizado como estrategia operativa la radio, las cartillas y la presencia del coordinador. Pero ha partir de 1986 trabaja con programas educativos desescolarizados, y sus programas regulares son interactivos, es decir, cuentan con la participación directa de la audiencia, no solo durante la emisión del programa, sino también en su diseño y producción.

Comenzaremos nuestro análisis conociendo los objetivos de las radio escuelas para luego continuar con su programación y las audiencias de estos medios.

### **7.1.1. OBJETIVOS DE LAS RADIOS EDUCATIVAS**

El primer objetivo de las radios educativas ha sido la búsqueda de un cambio estructural del modelo socioeconómico, donde los protagonistas serían los pobres organizados. Bajo este proyecto se ubican otros objetivos que la radio ayudaría a lograr: el fortalecimiento de las organizaciones, la concientización de los grupos, la promoción de valores alternativos y la movilización social (ALER, 1993: 37).

Un segundo objetivo primordial ha sido la recuperación, revalorización y promoción de la cultura de los participantes. En este sentido se busca incorporar saberes, costumbres y creencias populares, además se busca desarrollar la cultura y dialogar con otras. *"En varias emisoras se explicita como objetivo la promoción de la mujer. La radio, (...) ha tenido y tiene un poder inmenso en esta campaña por la igualdad de los géneros"* (ALER, 1993: 38).

Con relación a la educación formal, se buscaba atender las necesidades básicas de aprendizaje, pero no sólo llenar vacíos escolares sino también abrir horizontes nuevos hacia el trabajo, el progreso y la integración.

De esta forma, con las Escuelas Radiofónicas, los campesinos se alfabetizaban, aprendían a hacer números, se organizaban en cooperativas, etc., pero, sin embargo todo esto no se reflejaba en un mejoramiento sustantivo de las condiciones de vida de la audiencia.

La alfabetización y postalfabetización, en los años sesenta y setenta, parecían ser la solución frente a la creciente desigualdad social. Se pretendía potenciar a los pueblos para integrarlos en el desarrollo. La educación conseguiría una participación más activa en los procesos sociales y aumentaría la producción agrícola y agroindustrial (ALER, 1993: 8). Sin embargo, las evaluaciones de las Escuelas Radiofónicas han demostrado que no se obtuvieron todos los objetivos deseados. Las razones son varias, aquí solamente queremos

enumerarlas, más adelante se irá explicando. Entre las principales limitaciones está la falta de recursos económicos de las emisoras de radio, la constante migración de la población estudiantil de la radio, flotación del personal técnico de las instituciones radiofónicas, atraídos por la competencia, apoyo tenue del Estado para los programas de educación a distancia, etc.

### **7.1.2. PROGRAMACIÓN DE LAS RADIO ESCUELAS**

Las Escuelas Radiofónicas, durante los años setenta, fueron evolucionando hacia modelos de educación no formal y de audiencia abierta. Comprendían su intervención como un acompañamiento al proceso social a través de la educación y la comunicación alternativa.

Los planteamientos de Paulo FREIRE ayudaron a comprender los sistemas educativos oficiales como reproductores del sistema social injusto. FREIRE dio los primeros aportes metodológicos para este nuevo tipo de educación. Así comenzaron a surgir nuevas experiencias de educación radiofónica. Una enorme creatividad daba luz a nuevos métodos y nuevas técnicas de trabajo radial, o sea nuevas maneras de acompañar al pueblo en su proceso de capacitación.

Últimamente, la radio está saliendo de su ubicación tímida y marginal para generar nuevos programas ante la opinión pública, fomentando el diálogo y el debate sobre temas que interesan a las mayorías. Divulga las denuncias y plantea propuestas con la intención de influir en la toma de decisiones políticas en el ámbito local o nacional.

El Ecuador enriqueció la propuesta de la educación formal a distancia, primero con las Escuelas Radiofónicas del Chimborazo (1962), animada por el Obispo de los Indios, Monseñor Leonidas Proaño, más tarde, con las Escuelas Radiofónicas de Sucúa (1972) y Tabacundo; luego con el Instituto Radiofónico Fe y Alegría, IRFEYAL (1974) y posteriormente con las Cabinas radiofónicas de Radio Latacunga.

Una radio educativa acompaña la vida diaria de sus audiencias con música variada, el entretenimiento, los consejos y avisos sociales; y difunde noticieros preparados por y

para la comunidad. Es un canal de participación permanente. Por otro lado, facilita la información y la reflexión sobre asuntos grupales o sectoriales. En definitiva, es un medio que acompaña al pueblo en sus luchas reivindicativas, en sus procesos de organización, en sus movilizaciones y en la búsqueda de la solidaridad y la justicia social.

Las radios comunitarias educativas difunden una programación sobre diferentes ejes temáticos: programas radiofónicos para la enseñanza de la educación fundamental (IRFEYAL); programas radiofónicos para la enseñanza no formal de educación básica (ERPE); programas informales sobre temas de ecología, salud, agropecuaria, bienestar social y familiar, etc. (Radio Sucumbíos y otras); programas informativos con reportajes, entrevistas y comentarios recogidos en las propias comunidades (emisoras de CORAPE), programas culturales, musicales y de entretenimiento; y programas de evangelización y promoción social. En las radios comunitarias educativas los mensajes radiofónicos, sobre todo educativos, se complementan con la producción de mensajes escritos y audiovisuales que son manejados por los participantes de los programas educativos.

Más adelante, en los estudios de caso, presentaremos con mayor detalle las propuestas programáticas de las radios comunitarias educativas.

### **7.1.3. LAS AUDIENCIAS DE LAS RADIOS ESCUELAS**

Las audiencias de las radios comunitarias educativas están constituidas principalmente por sectores populares de escasos recursos económicos. Como la mayoría de estas radios pertenecen a la Iglesia, la selección de los destinatarios se basa en orientaciones pastorales, opciones de vida y análisis del contexto. La marginalidad urbana y rural es el escenario de la mayoría de estos proyectos radiofónicos, y por supuesto, los beneficiarios de sus programas están en esos contextos.

A partir de esta amplia audiencia, se desagregan dos estamentos: pobladores rurales y urbano marginales; pero generalmente el trabajo radial está dirigido a los dos grupos marginales. Por lo tanto, las audiencias de las radio comunitarias son variopintas: niños, jóvenes, adultos, mujeres, indígenas y otros.

*"La composición de los destinatarios, aparte de su extracción socio-étnica, coincide bastante. Mayoritariamente se trata de adultos de más de 25 años, solteros o casados. La presencia de mujeres es creciente siendo a veces la audiencia más numerosa"* (ALER, 1993: 36).

Las audiencias de los programas educativos son jóvenes y adultos marginados de los sistemas educativos formales. Algunos nunca ingresaron y otros desertaron de la escuela en algún momento. Mientras que la audiencia de los programas no formales es heterogénea, cuyas aspiraciones supera lo reivindicativo y político, pero en común pertenece a sectores pobres no tradicionales.

Los destinatarios de estas radios suelen estar vinculados a sectores, grupos, movimientos o movimientos sociales activos que luchan por demandas sociales, económicas, políticas, de género, ecológicas, etc. Por ejemplo, los indígenas organizados en la Confederación de Nacionalidades Indígenas del Ecuador (CONAIE) participan activamente en la producción de algunos programas que se difunden en idioma Quichua para las comunidades de la Sierra y Oriente, a través de Radio Latacunga, ERPE y Radio Sucumbíos.

#### **7.1.4. METODOLOGÍA EN LAS RADIO ESCUELAS**

En la educación formal se ha utilizado en forma complementaria tres componentes: el programa radial, la orientación presencial de tutores y el material impreso para el desarrollo de los contenidos curriculares.

Esta metodología es reforzada según la situación de cada emisora, con visitas, programas educativos adicionales, estrategias organizativas y proyectos productivos.

En relación con la educación no formal, predomina la combinación de mensajes educativos con otras programaciones y formatos. El ingrediente central es la búsqueda de mayores niveles de participación de los destinatarios.

Lo educativo es un eje transversal que cruza todos los programas: debe estar presente en los noticieros, las entrevistas, debates, la música y el entretenimiento.

El tratamiento educativo sistemático de contenidos ligados a la realidad inmediata de la gente permite también la acreditación oficial.

Otro ingrediente metodológico es el uso de la creatividad en el manejo de los recursos y formatos radiales: dramas, humor, aspectos lúdicos, relatos cotidianos. *"Como se suele decir, en la radio todo es posible: un árbol puede hablar, los muertos, dialogar, el futuro, hacerse presente"* (ALER, 1993: 42).

## 7.2. ASPECTOS FAVORABLES DE LAS RADIO ESCUELAS

El acercamiento a las audiencias masivas es creciente y sostenido. Las apreciaciones están respaldadas por estudios (ALER, 1982, 1993; IRFEYAL, 1989; ERPE, 1993, entre otros). Las radios educativas consideran que tienen buenas posibilidades para competir en el mercado radiofónico, puesto que tienen mejor infraestructura que muchas de las radios comerciales, y sobre todo, un saber hacer formativo plasmado por la experiencia de algunos años.

Destacan sus logros en credibilidad e imagen corporativa. Sus indicadores más relevantes se manifiestan en la interactividad con la audiencia, a través de la participación en las evaluaciones, correspondencia, visitas, intervención en programas, llamadas telefónicas, etc.

Un logro importante es la gran contribución en los procesos organizativos del pueblo. Apoyo directo a grupos y sectores sociales; promoción de la capacidad y propuesta de los movimientos sociales; consolidación de líderes e intercambio con otros sectores populares.

A nivel comunicacional, se valora las estrategias y formatos empleados así como el entretenimiento: música, humor, relatos cotidianos e informalidad. Y la pertinencia de combinar programas radiofónicos locales con naciones y latinoamericanos. En este sentido,

las nuevas tecnologías del teléfono y la computadora apoyan enormemente a desarrollar una radio comunitaria más abierta y globalizada; pero que a la vez, afianza los valores de la identidad local y latinoamericana.

El impacto y número de alumnos alfabetizados o de cursos de educación básica varía entre las emisoras. Algunas radios se preocupan por la baja participación, mientras que otras muestran cifras altas y escasa deserción. La metodología de trabajo de la mayoría de las radios comunitarias ha potenciado contar con audiencias más permanentes, pues esto se debe al uso de algunos elementos que vinculan al personal de las emisoras con las audiencias. Nos referimos, por ejemplo, al uso de unidades móviles que se desplazan hasta las comunidades para “sacar” al aire reportajes en vivo; o la instalación de cabinas radiofónicas en las propias comunidades, con el fin de grabar las inquietudes, la música y las propuestas de la gente (es el caso de Radio Latacunga).

En resumen, el éxito de la mayoría de radios comunitarias educativas, se debe no únicamente a la calidad de los programas, o a la nitidez de la señal de la emisora, sino a la capacidad institucional en la entrega de servicios educativos en terreno, a la capacitación de los reporteros comunitarios, de líderes locales o coordinadores educativos de la comunidad. Es decir, al trabajo radiofónico interactivo que han realizado, tanto los programadores de la emisoras, como también, los líderes y reporteros populares en sus barrios o comunidades. El papel de los coordinadores radiofónicos ha sido central como mediadores entre las audiencias y la radio. La interactividad ha logrado gestar y mantener audiencias permanentes, activas, participativas y solidarias.

### **7.3. LIMITACIONES EN LAS RADIO ESCUELAS**

En algunas radios (ERPE, IRFEYAL, Radio Mensaje, entre otras) se autocrítica la escasa masividad de los mensajes y usar el medio radio en un trabajo con audiencias controladas, esto sucede sobre todo con los programas eminentemente escolarizados por radio. Por ejemplo, ERPE de Riobamba tenía una audiencia de 200 estudiantes para el programa de Teleducación, en 1985; mientras que, para los programas interactivos de salud, crecía por cinco esa cifra, en 1996. La misma situación se ha presentado en el caso de IRFEYAL.

Otra limitación es la falta de capacitación del personal de la radio educativa: locutores, profesores, guías. *"Se subraya el desfase entre programadores y locutores. Los primeros definen temas con poco contacto con la realidad. Los segundos ejecutan procesos que no han definido. Educadores con vacíos en la comunicación, y comunicadores con ausencias en educación"* (ALER, 1993: 47). La razón fundamental ha sido la constante flotación de personal en las emisoras educativas. Los programadores o locutores capacitados, tarde o temprano, han pasado a laborar en la competencia, en las radios comerciales, quizá atraídos por mejores condiciones laborales.

Otra autocrítica se da con respecto a los estilos verticales y aburridos de los programas educativos. La relación jerárquica profesor-alumno, *"maestro sabio/alumno ignorante"*, ha sido cuestionada por los propios en las evaluaciones del programa educativo (caso *ERPE*, *IRFEYAL*, *Voz del Upano* de Macas, etc.). Otra razón se encuentra en la propia inflexibilidad de los planes oficiales educativos que deben desarrollar, pues, en el desarrollo del programa radiofónico esto causa cierta monotonía en los alumnos. Algunos alumnos manifestaron haberse dormido sobre los esquemas escuchando la radio (ver segunda parte de esta investigación). Y por otro lado, la falta de entretenimiento: la música y el humor en la programación educativa son elementos básicos para todo tipo de oyentes.

Quizá la siguiente frase, manifestada por el secretario ejecutivo de ALER, Humberto VANDENBULKE, resume la etapa tradicional de la radio escuela en el Ecuador: *"un viejo peligro que continúa rondando la educación radiofónica (...) la reproducción, mediante micrófono del maestro tradicional y moralizador"* (ALER, 1993: 47).

Esta autocrítica les ha permitido hacer un replanteo en la relación con la audiencia, es decir, con los sectores y estamentos más vulnerables de la sociedad ecuatoriana. Desde los años noventa, estas radios se hallan empeñadas en trabajar más con audiencias abiertas, generando una opinión pública sobre temas de debate nacional o local, según la cobertura de sus antenas. Sus líderes manifiestan que han pasado del programa educativo formal al no formal, abierto; pero en lo que no ha cambiado, es en su opción preferencial por los marginados, los pobres y débiles, pues, están siempre apoyando sus luchas sociales y reivindicativas.

## **7.4. EXPERIENCIAS DE RADIOESCUELAS EN ECUADOR**

Haremos una breve descripción de siete proyectos de radio comunitaria educativa, de las 26 radios populares educativas asociadas a la Coordinadora de Radio Popular Educativa del Ecuador, CORAPE, hasta 1999. Las siete experiencias son diferentes en sus enfoques y objetivos, pero también cuentan con algunos elementos comunes. Este análisis comparativo lo realizaremos al final de la presentación de los casos. Para la exposición de la información, seguiremos los siguientes aspectos: breve historia de la emisora; fines y los objetivos de la radio; metodologías empleadas en el trabajo educativo; audiencias de los programas; programación radiofónica; resultados y limitaciones del quehacer radiofónico.

### **7.4.1. ESCUELAS RADIOFÓNICAS POPULARES DEL ECUADOR -ERPE-**

#### **RADIO "ERPE"**

1. FUNDACION: el 19 de marzo de 1962.
2. OBJETIVOS: Promover la educación integral y permanente de las clases marginadas mediante la radio; procurar que el campesino redescubra sus valores y cultura propias, y que la sociedad sepa reconocer y valorar; laborar por la organización de los campesinos, y su mejoramiento socioeconómico.
3. ZONA DE TRABAJO: regiones rurales de la Sierra y Costa.
4. AUDIENCIA META: campesinos e indígenas adultos mayores de 15 años, marginados de la educación regular.
5. PROCESO INSTITUCIONAL: El trabajo radiofónico de ERPE ha pasado por tres etapas: la alfabetización por radio, el sistema de Teleducación y la comunicación masiva.
  - a) La alfabetización por radio, cuyo objetivo era llevar el alfabeto a indígenas y campesinos que en un porcentaje del 90% eran analfabetos (1962). El programa de alfabetización se inspiró en la experiencia de Radio Sutatenza de Colombia.
  - b) En la segunda etapa el sistema de Teleducación se emprendió como respuesta a las necesidades sentidas por los neoalfabetos. La combinación de folletos, visitas de los supervisores, apoyo de clases radiofónicas y capacitación técnica laboral fueron los soportes metodológicos de este programa de educación no-formal.

- c) La Comunicación popular masiva es la definición de la tercera etapa. Se basa en el uso de la radio como medio de comunicación de masas, a través de la participación activa de los grupos sociales: indígenas, campesinos mestizos y pobladores de barrios urbanomarginados. Se intenta pasar del marginado receptor de mensajes a sujeto creador de mensajes para llegar a la fórmula de Paulo Freire "El pueblo educa al pueblo" (ALER, ERPE).

#### 6. MODELO PEDAGOGICO:

6.1. En el programa de alfabetización el concepto de promoción cultural se relacionó básicamente con la lecto-escritura. El método de alfabetización de ERPE consideró algunas características humanas y culturales del campesino analfabeto. El método psico-social o concientizador de Paulo FREIRE fue el marco referencial de la actividad alfabetizadora. Un resultado concreto fue el aprendizaje de la lecto-escritura en tiempos relativamente cortos; además se logró alcanzar objetivos tales como la capacitación de los campesinos para una participación consciente, la revalorización de la cultura, la dignificación y su realización como personas capaces de su propio desarrollo (ERPE, 1981: 14).

Diariamente se difundían por radio las clases de alfabetización, en quichua y en castellano. Pero también se transmitían cursos prácticos de agricultura, mejoramiento del hogar, de cuidado de los niños, de higiene, deportes y entretenimiento; y la evangelización. El horario de las clases radiofónicas era de 5.30 a m a 7.00 a m y de 16.30 a 18.30 p m.

Los profesores preparaban las clases, que no podían durar más de 7 a 8 minutos, en lengua quichua y amenizadas con música popular. Auxiliares campesinos preparados hacían el papel de tutores al frente de cada escuela ubicada en el campo, en la capilla local, en la choza o casita del propio auxiliar (GAVILANES, 1992: 123).

6.2. En cuanto al sistema de Teleducación, los principios normativos eran los siguientes: el contenido del programa era seguido por los estudiantes de forma progresiva; el proceso de aprendizaje era dinámico, basado en tareas teledirigidas, autoseleccionadas e individualizadas; los alumnos seguían un "ritmo propio de aprendizaje" de los contenidos; la evaluación tenía un carácter formativo (ERPE: s/f: 8-9).

Basado en estos principios, el sistema de Teleducación requería:

- un centro que fluctuaba entre 20 y 8 estudiantes;
- un coordinador de centro elegido por el grupo;
- el autoestudio del material escrito;

- reuniones semanales y mensuales para refuerzo y supervisión de lo aprendido;
- la audición del refuerzo radial para completar el autoaprendizaje y resolver los "nudos de dificultad".
- la realización de cursos del área laboral (corte y confección, agropecuaria, artesanía y manualidades; y
- la evaluación sumativa y formativa para la acreditación del aprendizaje.

7. RECURSOS DIDACTICOS: refuerzo radial, folletos, tutoría de supervisores, reuniones semanales y mensuales.

8. RECURSOS HUMANOS: alrededor de 30 socios, personal administrativo, auxiliar, locutores, productores, y voluntarios.

9. INSTALACIONES Y EQUIPOS: radio de 10 Kw. en AM., FM. y OC., centro de capacitación, imprenta, estudio de grabaciones.

#### **7.4.2. INSTITUTO RADIOFONICO FE Y ALEGRIA -IRFEYAL-**

##### **RADIO "FE Y ALEGRÍA"**

1. FUNDACION: Mayo de 1975

2. OBJETIVOS: Lograr que los adultos superen el analfabetismo y la educación básica, mediante la programación radiofónica educativa; concientizar a las personas para que sean buenos cristianos y agentes de su propia historia; estimular procesos socio-educativos y culturales que generen la construcción de una sociedad más justa y humana.

3. ZONA DE TRABAJO: Regiones de la Costa y Sierra ecuatorianas, sobre todo en los sectores urbano-marginales de las ciudades.

4. POBLACION META: Adultos mayores de 15 años. Sectores populares de la ciudad (80%) y campesinos (20%). El 78% son estudiantes mujeres, de las cuales el 90% son empleadas domésticas.

5. PROCESO INSTITUCIONAL: IRFEYAL organizó su proyecto de educación a distancia con el aporte de *Radio ECCA* de Gran Canaria, España. Entonces, tomó como referencia el *Sistema ECCA de Enseñanza Radiofónica*. Adoptó el sistema haciendo las adaptaciones necesarias a la realidad ecuatoriana. El sistema combinaba tres elementos básicos: a) material impreso, b) clases por radio, y c) intercambio semanal, es decir, un encuentro por semana con los grupos de alumnos y su respectivo maestro guía.

La historia institucional se sintetiza en las etapas siguientes:

- a) Etapa de prueba: Esquemas elementales, grabaciones de las clases en cassettes. Se cubrían áreas concretas y reducidas; un tutor apoyaba la experiencia educativa cuando el grupo se reunía.
- b) Inicio oficial de las clases: se inició en la Costa (1975).  
El Ministerio de Educación autorizó el funcionamiento oficial de la experiencia.
- c) Se expandió la actividad radio educativa a toda la costa ecuatoriana. Como en esa época IRFEYAL no tenía emisora propia, los programas se difundían a través de varias emisoras para 2.300 alumnos.
- d) Se trabajaba con seis grados o niveles (fines de los 80). En 1981, se expandió el programa en la Sierra ecuatoriana. En 1982, se instalaron sus propias cabinas de grabación con lo cual se dio agilidad a los programas educativos radiofónicos. Y desde 1995 tiene una emisora propia para difundir una programación variada.

6. MODELO PEDAGOGICO: El sistema IRFEYAL centra su enseñanza en tres elementos fundamentales: material impreso, clases radiofónicas y reuniones semanales de intercambio.

La clase radiofónica motiva, guía, y refuerza el aprendizaje. Su metodología se basa en los siguientes aspectos:

- . Preparación del guión en base al material impreso
- . Investigación para ampliar la explicación y preparación de técnicas y recursos específicos de la radiodifusión
- . Grabación de la clase
- . Correcciones y perfeccionamientos de la clase grabada

Técnicas empleadas: radioteatro, programas especiales de música, sociodramas, leyendas y mitos, mesas redondas.

7. RECURSOS DIDACTICOS: radio, impresos, multimedios, slydes, proyectores, etc.

8. RECURSOS HUMANOS: personal administrativo a tiempo completo; profesores, redactores, guionistas y locutores a medio tiempo.

9. INSTALACIONES Y EQUIPOS: emisora (desde 1995), cabinas de grabaciones, imprenta, oficinas en Quito y Guayaquil.

### **7.4.3. SISTEMA DE EDUCACIÓN RADIOFÓNICA BICULTURAL SHUAR (SERBISH)**

#### **RADIO "FEDERACIÓN"**

1. FUNDACION: En 1964 se fundó la Federación de Centros Shuar; y en 1972 la emisora bicultural.

2. OBJETIVOS: La radio escuela Shuar no sólo es bilingüe, sino también bicultural, porque integra la cultura occidental y la autóctona. El idioma materno no es puente para llegar a comprender el castellano, sino que tiende a desarrollar en el alumno el conocimiento de sí mismo, del entorno y de la cultura Shuar; paralelamente a esta actividad se introduce al estudiante al mundo amplio de la cultura ecuatoriana, latinoamericana y del mundo. Otro objetivo es el de reforzar y ayudar a desarrollar a la comunidad shuar, superar "*las fugas de cerebros*", de mano de obra mediante la autoconfianza individual y grupal. En síntesis, el sistema radiofónico busca "*liberar todas las energías shuar, destruir todos los complejos*" para hacer un shuar nuevo y un ecuatoriano consecuente (ALER, 1982).

3. ZONA DE TRABAJO: Provincias orientales de Morona Santiago, Pastaza y Zamora Chinchipe.

4. POBLACIÓN META: Indígenas Shuar y Achuar. Según un directivo de la radio escuela, en 1997 existían 7.000 estudiantes indígenas que seguían las clases radiofónicas del Sistema de Educación Radiofónica Bicultural Shuar (SERBISH, 1997).

5. PROCESO INSTITUCIONAL: La organización shuar buscó la manera de brindar educación por radio a su población, la carencia de infraestructura educativa y las características geográficas de la selva amazónica así lo exigían. 473 niños de 30 centros que concluyeron el Primer ciclo escolar, inicialmente.

En 1977, el Ministerio de Educación oficializó el Sistema y se creó la sección Educación Radiofónica Bicultural Shuar, adscrita a la Dirección de Educación de Morona Santiago.

6. MODELO PEDAGÓGICO: el programa estaba formado por tres ciclos de Primaria Radiofónica, con los siguientes componentes: culturales, lingüísticos y administrativos. Existía la presencia del telemaestro (emisor) y en los Centros el teleauxiliar (receptor), un mediador entre los alumnos y el mensaje radial. Diariamente los técnicos en la enseñanza-aprendizaje (telemaestros) elaboraban los guiones de clase para

impartir por la radio, los mismos que eran revisados por la Sección Técnica correspondiente (SERBISH, 1996: 12).

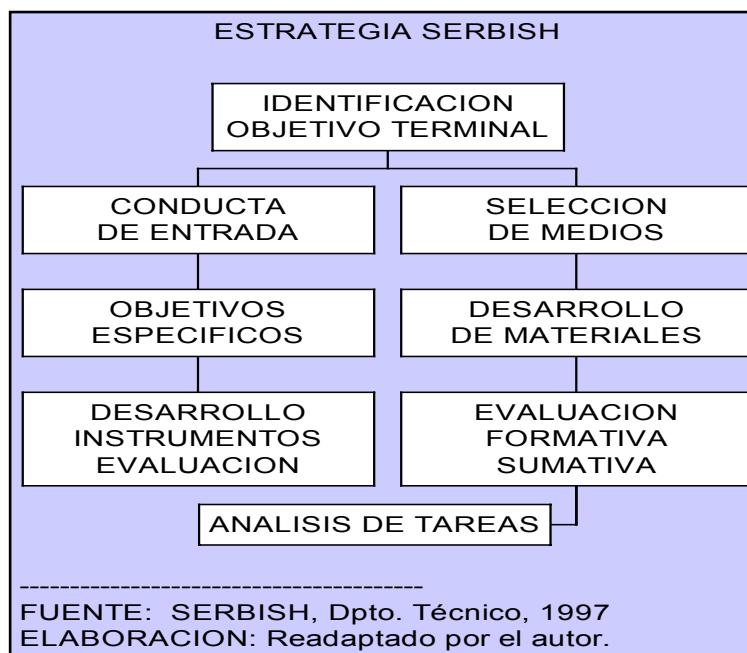
El contenido de los materiales educativos para adultos y niños eran tomados de los textos oficiales del Ministerio de Educación, traducidos al Shuar. Este aspecto fue criticado como una deficiencia del programa (GARCÍA, A., 1986: 12).

7. RECURSOS DIDÁCTICOS: radio, impresos, apoyo presencial del teleauxiliar en los centros. En las comunidades funcionaban los centros de recepción, donde los alumnos eran apoyados por los teleauxiliares para recibir los mensajes educativos y desarrollar las actividades escolares.

El diseño del guión radiofónico para la clase radial tenía el siguiente proceso: datos informativos, tema, objetivo, contenido científico, análisis de tareas: presentación, motivación, desarrollo del contenido, aplicación, fijación y evaluación; indicaciones, selección de medios y bibliografía (SERBISH, 1997).

#### GRÁFICO No. 8

##### Modelo de diseño de un guión radiofónico educativo en el Sistema de Educación Radiofónica Bicultural Shuar, SERBISH.



8. RECURSOS HUMANOS: Jefes de sección, asesoría pedagógica, telemaestros, supervisores, jefes de unidades, técnicos, secretarias, teleauxiliares de educación primaria y teleauxiliares de la secundaria.

9. INSTALACIONES Y EQUIPOS: Para la emisión de las clases radiofónicas se contaba con 5 transmisores de Onda Corta de propiedad de la Federación Shuar (SERBISH, 1990). Además, un edificio propio, un centro de capacitación y los centros de recepción (aulas) que funcionaban en las comunidades Shuar y Achuar. Tenía también una imprenta y un almacén de materiales.

#### **7.4.4. CENTRO REGIONAL DE COMUNICACIÓN EDUCATIVA PARA LA REGIÓN AMAZÓNICA -CRECERÁ-**

##### **RADIO "LA VOZ DEL UPANO"**

1. FUNDACION: En 1983, la misión salesiana suscribió un convenio con el Ministerio de Educación para la elaboración y emisión de programas educativos a distancia. Esta forma inicial de cooperación entre una institución no gubernamental y el Estado desembocó en la conformación de una propuesta mayor: el Centro Regional de Comunicación Educativa para la Región Amazónica, CRECERA que en febrero de 1986, inició oficialmente sus actividades de educación radiofónica. El respectivo Acuerdo Ministerial reza: *"Art. 1. Crear oficialmente el Centro Regional de Comunicación Educativa para la región Amazónica, con sede en Macas, capital de la Provincia de Morona Santiago, el mismo que beneficiará con sus programas educativo-culturales a las provincias de la región"* (CRECERÁ, 1996: 5).

2. OBJETIVOS: CRECERÁ ha tenido los siguientes objetivos:

- a) Planificar, implementar y ejecutar programas teledidácticos, escolarizados y no escolarizados para los niveles pre-primario, primario, medio y superior, en función de las prioridades de la Amazonía.
- b) Promover, fortalecer y dinamizar los programas teledidácticos de alfabetización y postalfabetización existentes en la región a fin de reducir el analfabetismo.

- c) Producir y distribuir materiales y recursos didácticos, como un aporte del Centro al proceso de mejoramiento educativo con miras a elevar la calidad educativa de la Amazonía.
- d) Ofrecer capacitación al personal de los medios de comunicación, así como a funcionarios de entidades públicas o privadas que difunden programas educativos.
- f) Promover y mantener la relación de cooperación nacional e internacional con entidades públicas y privadas que realizan actividades de comunicación educativa y cultural (OVIEDO, 1986: 3-4).

3. ZONAS DE TRABAJO: Las cinco provincias de la región Amazónica del Ecuador. Pero a partir de 1989 el Sistema se amplió a todo el territorio nacional, con la creación de las Unidades Educativas en distintas provincias del país.

4. POBLACION META: Población mestiza, colona e indígena adulta. El subprograma de educación a distancia atendía a los adultos marginados y desertores del sistema escolarizado.

5. PROCESO INSTITUCIONAL: Dentro de la educación compensatoria a distancia, el Centro ha difundido el programa Teleprimaria elaborado por IRFEYAL. Desde 1986 está en marcha el Ciclo Básico Compensatorio con la finalidad de ofrecer los nueve grados de educación básica para adultos. En 1991, el Ministerio de Educación autorizó la aplicación experimental de los planes y programas del Ciclo Diversificado; sus especialidades son: Manualidades y Artesanías; Electricidad básica y Agropecuario Forestal. En 1993, tuvo lugar la primera promoción de Bachilleres de Educación a Distancia. Hasta 1995 se registra 3.087 bachilleres graduados en el Sistema en el ámbito nacional en tres especialidades: Sociales, Agropecuario Forestal y Manualidades (CRECERA, 1996: 40-41).

6. MODELO PEDAGÓGICO: CRECERÁ opera en función de convenios con el Ministerio de Educación y Cultura que determinan su responsabilidad en la planificación, organización, ejecución, supervisión y evaluación de la modalidad educativa a distancia. Las orientaciones metodológicas de CRECERÁ son comunes a las de esta modalidad. Mediante el uso de recursos metodológicos autoinstruccionales, tales como impresos, audiocasetes y videocasetes, se organiza y desarrolla los aprendizajes sin la presencia inmediata del profesor. Un manual de Orientaciones Metodológicas, elaborado sobre la base de las experiencias acumuladas, es manejado por el estudiante radiofónico. Los contenidos de la Educación de Adultos a Distancia constan en los

Módulos, a través de los cuales se cumplen los Planes y Programas de Estudios, desarrollados en el contexto de la educación regular (<http://www.campus-oei.org/quipu/ecuador/ecu12.pdf>).

7. RECURSOS DIDACTIVOS: Audiciones radiofónicas, los vídeo-textos, los libros (módulos) de trabajo del alumno, todo combinado con la presencialidad de los maestros auxiliares. En el sistema CRECERÁ la clase radiofónica sigue *un "proceso didáctico, metódico y analítico"*; sus pasos principales han sido: la elaboración del guión, revisión, transcripción en computación, grabación, análisis y emisión al aire (CRECERÁ, 1996: 29).

8. RECURSOS HUMANOS: Personal administrativo, técnico, locutores, profesores y auxiliares.

9. INSTALACIONES Y EQUIPOS: Un edificio con instalaciones funcionales, una emisora con alcance regional y nacional, cabinas de grabaciones, etc.

A continuación se presenta un gráfico que ilustra el conjunto de elementos didácticos utilizados en el sistema CRECERÁ.

#### GRÁFICO No. 9

#### Elementos didácticos del Sistema CRECERÁ



#### **7.4.5. ESCUELAS RADIOFÓNICAS DE PICHINCHA**

##### **RADIO "MENSAJE"**

1. FUNDACION: Noviembre de 1967
2. OBJETIVOS: La educación del campesino adulto hacia el desarrollo. La alfabetización tenía que ser incluida en una perspectiva educativa más amplia. Se procuraba la superación del campesino a través del esfuerzo propio y comunitario. Se buscaba un movimiento de comunidades cristianas de base, poniendo énfasis en la evangelización vivencial y la valoración de su cultura en su propio desarrollo.
3. ZONAS DE TRABAJO: Comunidades de la provincia de Pichincha y norte del país.
4. AUDIENCIA META: 90% campesinado, pequeños agricultores de la zona y 10% de los centros urbanos.
5. PROCESO INSTITUCIONAL: Inició sus actividades para alfabetizar a los campesinos mediante un convenio con el Ministerio de Educación, pero luego de cierto tiempo los destinatarios exigieron otro tipo de educación no escolarizado (ALER, 1982: 116).  
Finalizado el convenio con el Ministerio de Educación se inició un nuevo tipo de educación comunitaria a través de la radio apoyado con material escrito elaborado por los propios campesinos. Así se promovía la toma de conciencia, el espíritu creativo y la organización comunitaria.
- La experiencia con grabadoras dejadas en las comunidades para que los campesinos grabaran reportajes, comentarios, música, y otros programas, arrojó buenos resultados de educación no formal, pero por falta de financiación el proyecto fue suspendido.
6. MODELO PEDAGÓGICO: Utiliza el mismo modelo educativo propugnado por la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica -ALER-, es decir, un modelo comunicacional dialógico y fundamentado en los principios de la educación liberadora de Paulo FREIRE y de la educación no formal desescolarizada.
7. RECURSOS DIDÁCTICOS: radio, material escrito, Cine super 8, cassettes, grabadoras.

8. RECURSOS HUMANOS: un sacerdote, varios seglares que cumplían varias actividades a la vez, desde la planificación hasta la difusión de los programas.

9. INSTALACIONES Y EQUIPOS: Un edificio con instalaciones funcionales, una emisora con alcance local, cabinas de grabaciones, centro de capacitación.

#### **7.4.6. RADIO RUNACUNAPAC YACHANA HUASI**

**(CASA DEL SABER DEL INDIO)**

1. FUNDACIÓN: esta organización indígena se fundó a principios de los años 70 y la radio en enero de 1981(CEDECO, 1985: 2).

2. OBJETIVOS: Apoyar la consecución de obras comunitarias tanto las culturales educativas como las de infraestructura; promover la organización solidaria entre los miembros; cuidar de no caer en el *"desarrollismo porque puede volver materialistas, individualistas y explotadores a los indígenas. La finalidad es mejorar la vida misma, familiar y comunitaria para vivir con lo necesario sin acumular"* (ALLAUCA, 1986: 35).

VANDENBULCKE recogió los objetivos de esta radio indígena:

1) Fortalecimiento de la organización por medio de la intercomunicación entre las comunidades, dando importancia a la palabra del indígena; 2) Programar una educación permanente con una visión amplia de la realidad; 3) Disponer de la radio como medio de unión y organización comunitaria; 4) Fomentar el aspecto participativo de la radio como acción educativa protagonizada por la comunidad; 5) Revalorizar al indígena, su idioma y su cultura (VANDENBULCKE, 1986: 47-48).

3. ZONAS DE TRABAJO: La radio estaba al servicio de 22 comunidades indígenas de la parroquia Simiátug en la provincia de Bolívar.

4. AUDIENCIA META: población indígena de la provincia de Bolívar y una parte de la comunidad quichua de la provincia de Chimborazo.

5. PROCESO INSTITUCIONAL: Según José María ALLAUCA, dirigente campesino, la organización funcionaba desde hace más de veinte años, pero como no existía una memoria escrita no se tenían los datos y fechas exactas del desarrollo institucional.

En su testimonio *La historia de mi organización* (1986), se ha recogido el proceso no tanto de la radio, sino más bien de la organización.

- En primer lugar, los indígenas tomaron conciencia de su condición de clase social explotada por los terratenientes y mestizos de la parroquia. Los primeros les quitaban la tierra y les sometían como *huasipungueros*; los segundos les explotaban en la compra-venta de los artículos de consumo básico y eran tratados con desprecio.

- Luego de constatar esta realidad, los campesinos organizados se planteaban la necesidad de tener una tipo de educación propia, con maestros indígenas que les entiendan y apoyen en la búsqueda de cambios personales, familiares y comunales. Con este fin crearon el Instituto de Formación de Profesores Indígenas de Ciclo Básico "*para que estos jóvenes maestros comunitarios se preparen y lleven adelante los centros escolares de la comunidad*" (ALLAUCA, 1986: 30).

Durante esta etapa, la Organización distribuyó trabajos a los asociados por comisiones para atender los problemas relacionados con: educación, salud, comercialización, cooperativismo, artesanías, tienda y almacén agropecuario.

- Como producto del proceso organizacional, nació la radio en 1981, con el objetivo de apoyar las diferentes actividades de la organización. Según ALLAUCA, no fue el objetivo hacer escuelas por radio, "*sino para acompañar a la organización, para explicar por qué nos organizamos, para hacer entender cómo vivíamos antes (...) para seguir organizándonos y para comunicarnos a lo lejos con los demás campesinos*" (ALLAUCA, 1986: 32).

6. MODELO PEDAGOGICO: Esta radio ha realizado un trabajo de comunicación alternativa y educación informal. Ubicada en el centro de la región andina de Ecuador, esta radio ha representado un medio de comunicación importantísimo porque allí no llega ni el correo, ni los periódicos, ni la televisión.

*"A través de la emisora, las organizaciones se intercomunican y por consiguiente pueden seguir el desarrollo de su trabajo y el de otros grupos organizados. Usan la radio para anunciar reuniones, mingas y para enviar saludos o comunicados a las comunidades aisladas. La radio es un canal abierto para la gente de la Fundación (...)"* (VANDENBULCKE, 1986: 54).

Hoy por hoy, la radio es una actividad más de la organización, en cuanto educación, rescate de la cultura, organización y mejoramiento de la calidad de vida.

7. RECURSOS DIDACTICOS: La radio ha sido utilizada para reforzar el trabajo de las escuelas indígenas formales de la zona. En este contexto se empleaba la radio y la

presencialidad de los maestros campesinos; además, la participación activa de los dirigentes y la comunidad.

8. RECURSOS HUMANOS: la gestión inicial de la radio contó con 4 personas y una comisión nombrada por la asociación.

9. INSTALACIONES Y EQUIPOS: Una radio de un Kilovatio de potencia, y un local cedido por la misma Fundación.

#### **7.4.7. RADIO LATACUNGA "LA VOZ DE UN PUEBLO EN MARCHA"**

1. FUNDACION: Diciembre de 1981

2. OBJETIVOS: Animada por una visión cristiana de la persona, busca el desarrollo integral de las comunidades campesinas e indígenas de la provincia de Cotopaxi. Apoya el esfuerzo comunitario para conseguir metas para mejorar la calidad de vida y aumentar la producción. Busca la justicia y la solidaridad entre las personas y comunidades campesinas.

3. ZONA DE TRABAJO: provincia de Cotopaxi.

4. AUDIENCIA META: campesinos e indígenas adultos de Cotopaxi.

5. PROCESO INSTITUCIONAL: se comenzó el trabajo radiofónico con muchas limitaciones técnicas y humanas. El personal era muy limitado y sin experiencia en el manejo del medio radio.

- Más tarde se dio inicio a una doble programación, una en castellano para los sectores hispanohablantes, y la otra en quichua destinada a la audiencia indígena de la provincia.

La programación en quichua se llamó "*Ricchari*", de dos horas y media de duración, y en ella participaban los indígenas con su música autóctona, comunicados, saludos, cuentos, noticias y denuncias ante las autoridades y público. Un locutor dirigía y animaba la radiorevista, se grababan en cassettes con cantos de las comunidades y música de bandas de pueblo; se informaba sobre el trabajo de las comunidades y se presentaban reclamos de la justicia y se buscaba soluciones a ciertos problemas.

- El mayor problema era la distancia entre la emisora y el campo, por lo que se planteó la necesidad de llevar la radio a la misma comunidad rural. Así se dio inicio a la experiencia de las *cabinas de radio*. La primera se instaló en Zumbahua, a 3.500 m. de altura. Cada cabina tenía un mínimo equipo de grabadoras y cassettes. Se grababa un noticiero de lo que

sucedía en las parroquias vecinas y luego se enviaba a la radio para que fuera difundida en forma masiva a las comunidades de la provincia.

Según el sacerdote salesiano, Javier HERRÁN, se dieron ciertas indicaciones sobre el valor de la noticia como orientadora de la opinión comunitaria, y la cabina tenía que apoyar la toma de conciencia de las audiencias (HERRÁN, 1987: 56).

- Luego de los noticieros se pasó a la dramatización de los problemas y vivencias de las comunidades: sus costumbres, sus penas, alegrías y fiestas. El sociodrama se convirtió en una tribuna, donde sábado tras sábado, se informaba sobre los problemas de la comunidad; así, se presentaban los programas y se reforzaban con acciones de campo (HERRÁN, 1987.: 67).

- Las cabinas se han convertido en un logro comunicacional comunitario. En 1987, siete organizaciones parroquiales tenían su cabina de radio, cada una atendía a 20 comunidades de la zona.

- El financiación y el apoyo técnico se consiguió como una contribución del Ministerio de Educación, Radio Nederland, el IICA y CIESPAL.

6. MODELO PEDAGÓGICO: Aplica el mismo modelo educativo difundido por la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica -ALER-.

7. RECURSOS DIDACTICOS: audiocassettes, cintas magnetofónicas, vídeos, grabadoras y el sistema de emisoras AM y FM.

8. PERSONAL: Personal de planta, administradores religiosos, y voluntarios.

9. INSTALACIONES Y EQUIPOS: Una radio de 10 Kw. en AM y FM, edificio, estudio; nueve cabinas campesinas.

## 7.5. ANÁLISIS COMPARATIVO DE LAS RADIO ESCUELAS

En este apartado realizaremos un análisis comparativo de las siete experiencias que hemos abordado. Resumiremos los aspectos que tienen en común entre ellas, así como los elementos que las diferencian unas de otras; en qué ámbitos logran coordinar actividades y la colaboración mutua.

Los criterios que hemos considerado para hacer la selección de las siete radio escuelas son éstos: 1) todas son instituciones de educación radiofónica que se adecuan al

concepto de radio comunitaria y radio interactiva; 2) la misión institucional, así como sus servicios y programación radiofónica responden también a los conceptos de educación abierta y educación a distancia; 3) las siete experiencias son representativas de los diversos estratos y sectores poblacionales del país, así como de la geografía nacional; y, 4) casi todas están relacionadas a través de membresías a redes locales e internacionales.

- *En cuanto a los Objetivos Institucionales.*- Los objetivos institucionales son comunes a todas las radio escuelas. Todas están preocupadas por la educación de la población. Todas buscan rescatar los valores culturales y la identidad de los pobladores marginados, de las mujeres y sectores débiles del país. Todas aspiran que mejore la calidad de vida de las poblaciones, ante lo cual, la educación y la comunicación alternativa es su propuesta.
- *En cuanto a las Zonas de Trabajo.*- En la Sierra y en la Costa trabajan las emisoras ERPE, IRFEYAL y Radio Latacunga. Sin embargo, ERPE tiene mayor audiencia en el sector rural, mientras que, IRFEYAL en las áreas urbano marginales de las grandes ciudades, sobre todo en Quito y Guayaquil.  
La Voz del Upano y Radio Federación Shuar cubren las provincias de la amazonía ecuatoriana. Sin embargo, la primera trabaja con estudiantes blanco-mestizos (hijos de colonos), mientras que, la segunda trabaja con niños y jóvenes indígenas shuaras.
- *Población Meta.*- Cinco emisoras, ERPE, IRFEYAL, Radio Runacunapac y Radio Latacunga, trabajan con poblaciones adultas, mayores de 15 años. Se trata de individuos que no han terminado la educación primaria en su niñez, pero ahora que son adultos desean hacerlo. Inclusive, algunas se han dedicado a la Alfabetización de adultos, este es el caso de Radio Mensaje, y ERPE en su primera etapa. Por su parte, Radio Federación Shuar y La Voz del Upano de Macas, se dedican a trabajar con la niñez y la juventud. La primera con indígenas de la nacionalidad Shuar, mientras que, la segunda con niños y jóvenes mestizos.
- *Proceso Institucional.*- IRFEYAL, ERPE, Radio Mensaje y La Voz del Upano, han tenido un proceso institucional evolutivo. Es decir, comenzaron con programas de educación formal (años sesenta y setenta), luego pasaron al trabajo educativo no formal (en los ochentas) y finalmente trabajan con programas abiertos e interactivos (en los noventas). Radio Runacunapac, Radio Latacunga y Radio Federación, son emisoras

que trabajan con poblaciones mayoritariamente indígenas. Estas radios comunitarias han mantenido un trabajo de educación y comunicación más conservador y no han tenido procesos de cambio significativos durante su vida institucional.

- *Programación general.*- Las siete radios tienen una programación general de lunes a viernes, que consiste de noticieros, programas musicales, culturales, evangelización, a más del bloque educativo. Las cinco emisoras pertenecientes a CORAPE (ERPE, IRFEYAL, Radio Latacunga, Radio Mensaje y Radio Runacunapac) difunden a través de la cadena informativa, dos noticieros diarios; mientras que, los fines de semana retransmiten el informativo semanal de la cadena de la Asociación de Radios Católicas del Ecuador (ARCE). Los fines de semana ofrecen una programación especial, con programas “enlatados” de carácter cultural, entretenimiento, salud y evangelización, donados en base a transcripciones realizadas a radios internacionales (Radio Exterior de España, Radio Nederland, Radio Vaticana, Radio Doche Welle, etc.). Como se dijo, además de todo esto, las radio escuelas tienen programas educativos específicos para los participantes en los programas de alfabetización, educación básica, bachilleratos y otros.
- *Modelo Pedagógico.*- El “sistema de enseñanza radiofónica ECCA”, de España, ha sido adaptado para el trabajo radiofónico educativo por ERPE, IRFEYAL, Radio Mensaje, Radio Federación Shuar y La Voz del Upano. En cambio, Radio Latacunga y Radio Runacunapac han adoptado un modelo pedagógico basado en la comunicación participativa, para lo cual han instalado cabinas de radio en las propias comunidades para la formación de reporteros y periodistas populares que se han encargado de difundir los valores culturales de sus comunidades.
- *Recursos Didácticos:* Todas las radio escuelas y radios comunitarias indígenas han trabajado con la radio, pero también han combinado los mensajes radiofónicos con material audiovisual, es decir, con cartillas, módulos, esquemas, cassettes de audio, fotografías y videos. Por ejemplo, es tradicional en el sistema ECCA de enseñanza radial, método adoptado por la mayoría de radio escuelas, el uso del mensaje radiofónico, el esquema escrito y la reunión semanal guiada con la presencia del tutor.
- *Recursos Humanos:* Las radio escuelas comunitarias han trabajado con equipos de personas voluntarias, en su mayor parte. De acuerdo a la envergadura del trabajo y a la capacidad institucional se ha estructurado la plantilla del personal. Por ejemplo, 4

personas trabajan en el caso de Radio Mensaje y Radio Runacunapac; 30 personas, en los casos de ERPE y Radio Latacunga; y más de 30, con los teleauxiliares y profesores voluntarios, en los casos de IRFEYAL, Radio Federación Shuar y La Voz del Upano de Macas.

- *Infraestructura y Equipamiento.-* Para hacer más pedagógica la presentación de este inciso se ha elaborado el siguiente cuadro comparativo.

#### **CUADRO No. 21**

#### **Comparación del Equipamiento de las Radio Escuelas**

<i>Radio escuelas Comunitarias</i>	<i>Frecuencias</i>	<i>Imprenta</i>	<i>Centro de Capacitación</i>	<i>Cabina de grabaciones</i>
ERPE	AM, FM, OC	si	si	si
IRFEYAL	AM (desde 1995)	si	si	si
Radio Federación	AM, OC (con 5 frecuencias)	si	si	si
Voz del Upano	AM, OC (con 5 frecuencias)	si	si	si
Radio Mensaje	OC, AM	si	si	si
R. Runacunápac	OC,	no	no	no
Radio Latacunga	AM, FM	no	no	Si (9 cabinas)

ELABORACIÓN: Autor de la investigación.

- *Procedencia Institucional.-* Cinco radio escuelas pertenecen a distintas órdenes religiosas de la Iglesia Católica, ERPE (Diócesis de Riobamba), IRFEYAL (Jesuitas), Radio Latacunga (Diócesis de Latacunga); Radio Federación Shuar y La Voz del Upano son fundadas por la comunidad Salesiana; y la Radio Runacunapac es la única emisora gestionada por una comunidad indígena de la Sierra.
- *Membresía y cooperación mutua.-* Cinco radios pertenecen a la Coordinadora de Radios Populares Educativas del Ecuador, CORAPE, a saber: ERPE, IRFEYAL, Radio Latacunga, Radio Mensaje y Radio Runacunapac; mientras que, La Voz del Upano

forma parte de la cadena de la Asociación de las Radios Católicas del Ecuador, ARCE, y de Ecuadoradio, ambas cadenas con sede matriz en Quito; mientras que, Radio Federación, en su etapa inicial (1975-1980) pertenecía a ALER, pero luego se desafilió, y desde entonces no pertenece a ninguna cadena radiofónica. Todas han colaborado entre ellas y han participado en actividades de capacitación radiofónica, por ejemplo, en seminarios, encuentros y talleres organizados por CIESPAL, AMARC, CORAPE, ALER. Para sus programaciones han compartido materiales radiofónicos producidos y difundidos por ALER, AMARC, CORAPE, ARCE y CIESPAL, como radionovelas, series radiofónicas, por ejemplo, *Un tal Jesús, Jurado No. 13*; programas ecológicos, como *El Sabio Feliciano*, entre otros.

## 7.6. ROL DE LA RADIO COMUNITARIA EDUCATIVA

La radio comunitaria educativa comparte ciertos rasgos generales con la radio pública y con la radio comercial; por ejemplo, la estructura de la programación es común a cualquier tipo de radio. Todas tienen la misma estructura de programas con informativos, musicales, culturales, entretenimiento y los “enlatados” donados por radios internacionales y difundidos, sobre todo, los fines de semana. Inclusive en radios comerciales podemos encontrar programas de carácter religioso; por ejemplo, Radio Quito, en la Semana Santa, acostumbra a realizar programas especiales al respecto. Pero lo que le hace ser diferente a la radio comunitaria educativa frente a la radio pública y comercial, son los objetivos y el enfoque de trabajo con la audiencia. Existen grupos de audiencia vinculados con los programas educativos, y por la identificación del medio con las causas de los oyentes. Los trabajadores, indígenas, movimientos sociales y grupos de mujeres, niños y jóvenes, encuentran en la radio comunitaria una voz amiga que les acompaña en sus luchas y anhelos; que comparte sus necesidades y da respuesta a ellas. La radio comunitaria educativa se basa en los gustos y preferencias de sus audiencias para responder con programas útiles de educación, información, entretenimiento, cultura y evangelización. El modo de producir estos programas se lo hace con la participación activa de la propia comunidad. Los líderes, representantes, reporteros populares, coordinadores educativos y las personas comunes del barrio o comunidad son los protagonistas, los actores principales de los programas educativos y comunicaciones, dentro del área de cobertura de la emisora. Y esto no sucede ni en la radio comercial ni en la radio pública.

En resumen, las radios comunitarias educativas, aunque con ciertas diferencias entre ellas, poseen una serie de rasgos comunes en la mayor parte de ellas, en cuanto se refiere a los objetivos, enfoques y modo de producción de los programas. La concepción de la comunicación, la educación y la identificación de la radio comunitaria con las audiencias es muy concreta y particular. A continuación explicaremos estos elementos recurrentes encontrados en el estudio de las radios comunitarias educativas y que reseñamos a continuación.

### **7.6.1. COMUNICACIÓN**

*Infraestructura:* La población rural, campesinos e indígenas, vive en general muy dispersa en áreas rurales, donde no hay o no funciona la infraestructura tradicional de comunicación (transporte, teléfono, correo). La radio es el mejor o único medio para intercambiar información entre comunidades lejanas.

*Servicio:* La radio difunde avisos y noticias locales, un servicio que complementa las vías tradicionales de comunicación entre las comunidades. Las organizaciones indígenas y campesinas utilizan el medio comunicativo como un "*chasqui*", un mensajero que transmite convocatorias y comunicados. El mensaje llega a mucha gente, rápido y a la vez.

*Democracia:* La radio alcanza a analfabetos que no pueden leer el periódico, o a hogares que no tienen luz eléctrica para la televisión. Además, la radio comunitaria llega en la lengua materna a la población que no entiende el castellano en la prensa y por la televisión; pero también es bilingüe, y como tal es un canal para la interculturalidad. La radio comunitaria no niega a sus audiencias la información como otros medios. Es más democrática.

*Organización:* Las organizaciones ciudadanas utilizan la radio para fortalecer su estructura y posición. Es la portavoz hacia fuera y un canal abierto para el debate. Con una discusión constante por la radio se mantiene y desarrolla la dinámica organizacional, y los miembros participan de las buenas ideas junto con la directiva. La radio se convierte en "un lugar de encuentro".

*Acción popular:* Se puede resolver problemas a través de la radio, o difundir soluciones que se han encontrado en otras comunidades. Las organizaciones utilizan la radio para explicar y acompañar sus decisiones, acciones y proyectos de desarrollo para obtener apoyo de sus miembros.

*Participación:* La radio es el medio donde las audiencias, con su propia voz, en su propio idioma e idiosincrasia pueden dar a conocer sus opiniones. Es otro aspecto democrático y cívico. Comunicación no sólo es transmitir, sino también recibir y contestar. Es un diálogo entre las comunidades y la organización, y además entre diferentes comunidades. Una radio comunitaria popular exige participación en su gestión.

#### **7.6.2. EDUCACIÓN**

*Alfabetización:* La campaña de los años 60 fue el primer uso de la radio educativa en las áreas rurales. Aclamada y criticada, pero con nuevas pedagogías la radio sigue combatiendo el analfabetismo en las zonas rurales de Ecuador. Aunque, la necesidad todavía existe.

*Capacitación:* La escuela radiofónica ha crecido y se ha ampliado hacia una "*universidad permanente*". Las radios creen que ya no es necesario dar cursos formales. Los oyentes pueden aprender más de programas temáticos, por ejemplo sobre novedades científicas, técnicas agrarias o la salud de los niños. Aprenden mientras hacen otras cosas, por ejemplo trabajando en sus propias casas.

*Concientización:* La radio puede dar conocimientos de los derechos humanos y los derechos del indígena como ciudadanos ecuatorianos. Su tarea es combatir la ignorancia. La educación cívica ayuda a romper estereotipos y viejos prejuicios. Es la base necesaria para un desarrollo endógeno de liberación e independencia. La conciencia de esto da un valor en sí que inspira más educación.

*La radio educativa:* No se puede hablar de radio popular sin la participación activa de la audiencia en un proceso de educación. Asistir, participar y hacer programas radiales da capacidad y conocimientos en varios campos, desde el manejo técnico hasta mejorar las

condiciones de vida de los oyentes. También, es un canal de expresión que da una sensación de ser parte de un equipo creativo.

### 7.6.3. IDENTIFICACIÓN

*Identidad:* La radio comunitaria también contempla el desarrollo de la radio campesino-indígena. La identificación dentro de un grupo étnico cultural da una relación más cercana que una radio que habla por los intereses del pueblo en general. Si el resto de ideas puede ser válido para otros tipos de radio, la identificación con una relación a la radio campesino-indígena tiene una relevancia propia.

*Recuperación cultural:* La migración y la integración en la sociedad ecuatoriana son dos factores que han interrumpido el proceso de identidad cultural de muchos campesinos-indígenas. La organización campesino-indígena utiliza la radio para revalorizar los valores culturales y unir al pueblo.

*Idioma:* En las radios comunitarias de indígenas, los locutores nativos hablan en su lengua materna que entienden sólo los miembros del grupo étnico. Es un servicio exclusivo para los excluidos de la información nacional y general. Es una oportunidad para que los jóvenes recuperen el idioma de sus padres. La radio da un estatus de mayor categoría a la lengua hablada en las comunidades. El idioma propio, el dialecto local como la forma de hablar de la comunidad tiene una gran significación para el grupo étnico. Otras radios hablan en tonos oficiales o ajenos. En la radio comunitaria indígena los locutores y oyentes tienen las mismas expresiones, el mismo lenguaje y los mismos marcos culturales de referencia.

*La memoria común:* Conocer y reconocer su historia es un enlace fuerte entre la gente. La radio puede ayudar en la búsqueda de la memoria colectiva de los pueblos. Da un contexto y un sentido a las vivencias de la población.

*Tradiciones:* Por la radio habla la gente sobre las expresiones culturales en la vida cotidiana y sobre el fortalecimiento de su organización comunal. Puede educar sobre sabidurías propias y originales, por ejemplo modos de producción, medicina natural, artesanía

tradicional, la flora y la fauna locales. Hablar sobre hábitos, modos de ser y sentir, la manera de relacionarse con grupos, es retomar los elementos esenciales de la vida.

*Literatura oral:* Por la radio pueden recordar y contar viejos cuentos y leyendas culturales de los antepasados. Como la cultura moderna va imponiéndose, solamente son los ancianos quienes todavía recuerdan y transmiten esas tradiciones. Nunca han sido escritos estos cuentos y leyendas. Pero pueden seguir viviendo gracias a las grabaciones y a la magia de la radio.

*Música:* La misma función tiene la música autóctona que no puede ser reproducida en forma escrita. Grabar y transmitir la música de los indígenas revaloriza a todo el pueblo. Este tipo de música casi nunca se escucha en las emisoras comerciales.

*Integración:* La función principal de la radio comunitaria es, como las escuelas radiofónicas de los sesenta: integrar al campesino-indígena en la sociedad. Pero esta vez no en la sociedad nacional ecuatoriana, sino en su propia sociedad, donde el campesino-indígena mantiene su identidad y el mismo decide las condiciones. En los años noventa las organizaciones campesinas indígenas tratan de rescatar su estructura, que 500 años de influencia extranjera ha querido destruir y buscar un desarrollo según sus propios valores. Hacer su propia integración es una manera de enfrentar la integración del estado o de intereses extranjeros. Se trata de participar en la sociedad nacional sin perder su identidad. En este proceso la radio tiene una función importante.

## 7.7. CONCLUSIONES

En Ecuador existen 35 radios comunitarias asociadas en la *Coordinadora de Radios Populares Educativas del Ecuador, CORAPE*; y además, casi todas están afiliadas a ALER, AMARC, o a alguna otra organización nacional o regional. Por ejemplo, *La Voz del Upano*, de Macas, forma parte de la cadena *Ecuadoradio*, de carácter comercial, y en su día era parte de ALER.

Los objetivos de las radios comunitarias apuntan a apoyar la formación, la comunicación participativa y la organización de la población marginal. En cuanto a la

educación, estas radios buscan lograr mejores niveles educativos en las audiencias. En cuanto a la comunicación, las radios comunitarias han pasado de una comunicación cerrada, con audiencias específicas para sus programas educativos (años sesenta y setenta), a programas más incluyentes y participativos (años ochenta y noventa). Ahora, estas radios hablan de programas masivos e interactivos, en los cuales los miembros de la audiencia participan en todo el proceso comunicacional.

En cuanto a la organización, las radios comunitarias apoyan los procesos organizativos de los oyentes con programas educativos y culturales, enfocados a rescatar los valores tradicionales de sus pueblos. Las audiencias tienen un motivo más para vincularse a la radio comunitaria, en cuanto buscan revalorizar la cultura y la identidad local, regional y nacional, a través de la música, las manifestaciones culturales y las fiestas.

Otro elemento común a todas ellas es la audiencia. A excepción de *Radio Federación Shuar* que trabaja con niños y adultos, las radios comunitarias cubren a las poblaciones adultas, hombres y mujeres, mayores de 15 años; ya sean blanco-mestizos, indígenas y negros. La mayor parte de sus audiencias, no suelen estar en los centros urbanos, sino en las áreas periféricas, sobre todo, en los sectores urbano-marginales, y en el sector rural.

Las radios comunitarias, a excepción de *Radio Federación Shuar*, pertenecen a más de una de las cadenas. Pues, están vinculadas a la *Coordinadora de Radios Populares Educativas del Ecuador, CORAPE*; a la Asociación de Radios Comunitarias, AMARC, a la cadena ARCE, de la Asociación de las Radios Católicas del Ecuador.

A través de las redes señaladas, las radios comunitarias han participado en procesos de capacitación de radio. En talleres de formación de reporteros populares, en la producción de formatos cortos: sociodramas, entrevistas, cuñas educativas, puntadas y otros; en la estructuración de bloques informativos, noticieros, flashes, boletines breves; y, últimamente, se debate en la radio comunitaria, el manejo gerencial de la radio, el autofinanciación y la legislación de la radiodifusión.

## **CAPÍTULO VIII.**

### **ESTRATEGIAS INTERACTIVAS EN LAS RADIO ESCUELAS**

## **VIII. ESTRATEGIAS INTERACTIVAS EN LAS RADIO ESCUELAS**

En este capítulo se analizan *Las Estrategias Interactivas en las Radio escuelas*, a través del método “estudios de caso”. Tomamos tres experiencias de radio comunitaria educativa del Ecuador (*ERPE, IRFEYAL y Radio Federación Shuar*) para estudiarlos con detenimiento a la luz de los conceptos de “radio comunitaria” y “radio interactiva”. A ellos nos referiremos en los primeros apartados.

Luego, para analizar las estrategias interactivas en las radio escuelas tomaremos en cuenta la hipótesis central de la presente tesis. Esta hipótesis nos guía el trabajo de investigación como un eje transversal que cruza todo el contenido de la tesis, y es la siguiente:

*Si la radio comunitaria educativa de América Latina y Ecuador utiliza estrategias interactivas con eficacia en la programación radiofónica educativa, entonces mejorará el acceso, la participación y el aprendizaje de la audiencia.*

Con el análisis en profundidad de las experiencias de radio comunitaria de América Latina y de Ecuador, a través de los casos estudiados, habremos desarrollado hasta aquí dos de los tres niveles de la tesis (el macro y el meso). El tercer nivel (micro) nos reservamos para el estudio concreto de la *Clase Radiofónica de la Radio escuela IRFEYAL*, análisis que se lo hará luego en el capítulo 10.

### **8.1. CONCEPTO DE RADIO COMUNITARIA**

Como se ha dicho, la radio comunitaria surgió en contraste explícito a los dos modelos previos de radio: el modelo de libre mercado y el modelo de servicio público estatal.

La radio comunitaria trata a sus oyentes como sujetos participantes. En la práctica de la radio comunitaria se intenta ofrecer a los oyentes el poder de controlar sus propias

definiciones de sí mismos, de decidir las noticias y lo que es agradable o significativo de su propia cultura.

La comunidad es definida geográficamente o en términos de agrupaciones de interés, idioma, cultura o etnia. Muchas radios pueden servir a múltiples comunidades que se superponen. Está en la esencia de este tipo de radio que cada comunidad participe en la política de la emisora, en la producción de programas y en el funcionamiento.

Esto se consigue mediante una variedad de estructuras democráticas que aseguran la representación, tanto de los oyentes como de personal remunerado o voluntario en la administración y producción de la emisora.

La presencia de voluntarios no es el resultado del intento de ahorrar sino que se trata de un medio esencial para contactar con las comunidades implicadas, y asegurar que estén representadas en el funcionamiento de la emisora.

Las emisoras comunitarias no tienen objetivos lucrativos y, generalmente, intentan diversificar la financiación para evitar la dependencia de cualquiera de sus fuentes de ingresos. La financiación pública, la publicidad selectiva, los avisos sociales constituyen, entre otras formas, la mayor fuente de ingresos, aunque son objeto de controversia por motivos ideológicos.

La lógica de la radio comunitaria ha sido defender los derechos humanos contra las obstrucciones del Estado y del capital (LEWIS y BOOTH, 1992: 34-36).

Los autores del *"Medio invisible"* discuten cómo la radio comunitaria se ha adaptado a los modelos occidentales para conseguir programas de desarrollo. Muestran cómo la radio respalda los cambios revolucionarios. *"Los radio-forums, campañas y escuelas permanecen en la tradición de las emisiones educativas, presuponiendo la recepción en grupo, el estudio de publicaciones de apoyo, el debate y las acciones concretas, y todo ello coordinado por los líderes de grupo locales"* (LEWIS y BOOTH, 1992: 36).

En los países de América Latina estas emisiones, entre otras, son un medio con un fin: la educación y el desarrollo del radioyente; pero se reconoce la autonomía del oyente-sujeto, el cual no puede "ser desarrollado", sino sólo desarrollarse él mismo. "*En Latinoamérica, este tipo de radio, la mayoría bajo la protección de la Iglesia, traza una línea muy estrecha entre la marginación y el disentimiento*" (LEWIS y BOOTH, 1992: 240).

El concepto de radio comunitaria se complementa operativamente con el concepto de interactividad, como un método de la pedagogía de la comunicación aplicado actualmente a la radio.

Para el estudio de los casos de la radio en el Ecuador, se utilizará el concepto (tipo ideal weberiano) de "radio comunitaria", por cuanto este concepto subsume al de "radio interactiva".

## **8.2. RADIO INTERACTIVA**

La radio interactiva se ha desarrollado desde los años setenta, sobre todo, en algunos países de América Latina. La "*radio interactiva*" es un método educativo en sí mismo. Es un método que combina el uso convencional de la radio como medio tecnológico de difusión, con la aplicación de los principios pedagógicos que estimulan la participación de la audiencia (UNESCO-CII, 1994:1).

El término "*interactivo*" es utilizado aquí para mostrar que se involucra a la audiencia en la producción del contenido radiofónico, inclusive en las políticas de la programación de la radio. El diálogo radiofónico estimula la creatividad de los oyentes, y entre éstos y el locutor (UNESCO-CII, 1994:1). Como se puede advertir, este concepto coincide con algunas ideas de la radio comunitaria, planteadas por LEWIS Y BOOTH (1992).

Los proyectos de radio interactiva se desarrollan en varios países del mundo (Radio Hill Tribes en Tailandia, Radio Sunshine en el Pacífico, Radio Quele en Guinea-Bissau, Radio Appam en Ghana, Radio Kayes en Malí, Foro nacional de radios comunitarias de

Sudáfrica, Radio Sud de Senegal, Radio San Gabriel en Bolivia, 60 emisoras comunitarias asociadas a la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica -ALER- y las radios afiliadas a CORAPE en el Ecuador). Estas radios tienen como propósito, entre otros, mejorar la calidad de la educación y la promoción de las audiencias en las áreas rurales y en los sectores urbanos marginales de las grandes ciudades.

Las aplicaciones de las radio escuelas comunitarias han brindado algunas aportaciones a la teoría y práctica de la comunicación educativa, como por ejemplo, el guión en la radio-interactiva debe tratar de romper el carácter unisensorial que tiene la radio, provocando que el oyente "*vea*", "*toque*", "*huela*" y hasta "*saboree*" a través de los segmentos dramatizados. *"Pero más que nada un guión para la radio-interactiva debe promover respuestas orales, mentales y motoras"* (SEDLAK y DÍAZ, 1992: 226-227).

Según estos autores, *"esta metodología es la que más estimula la comunicación de retorno, en un medio técnicamente unidireccional. Su aplicación ha sido a nivel de niños, faltaría experimentar con grupos de adultos y comprobar si es posible el aprendizaje"* (SEDLAK y DIAZ, 1992: 228).

Otros autores señalan que la señal auditiva se convierte a través de un proceso de transformación en imagen, por lo que el radioescucha participa activamente, y la teoría afirma que el mensaje adquiere mayor potencia emocional, es más insistente, más persistente y de mayor eficacia pedagógica (TRILLA, 1993:146).

El respeto a la tradición oral es un aspecto esencial de la cultura latinoamericana. Por esto, la *radio interactiva* se adecua a la transmisión de mensajes a través de la palabra hablada. En la radio educativa interactiva los estudiantes participan en su propia lengua y en la definición de las políticas de la emisora, creando un eslabón entre la radio y los oyentes (GALARZA, 1995:4).

Autores como FRANQUET y MARTÍ se habían preguntado sobre la incidencia que tendrían los cambios de la radio en relación con formas de vida, expectativas de la población adulta, *"la mejora de los niveles de instrucción y su incidencia sobre la demanda radiofónica"* (FRANQUET y MARTI, 1985: 89) Consideramos que la radio comunitaria

educativa, a través de las estrategias interactivas (programas educativos, comunicación participativa, capacitación a reporteros populares, etc.), desarrolladas desde la emisora con los oyentes, es una fuente de respuestas concretas a esas interrogantes; de ahí que sea importante avanzar en el desarrollo de este conocimiento.

A continuación haremos una aplicación empírica de los conceptos citados anteriormente al análisis de tres proyectos de radio comunitaria educativa de Ecuador. Para lo cual comenzamos planteándonos ¿cuáles serían los criterios de selección para el estudio de los tres casos de radio educativa en Ecuador?

### **8.3. CRITERIOS DE SELECCIÓN PARA EL ESTUDIO DE CASOS**

Bajo estos antecedentes, analizamos tres experiencias de radio escuelas comunitarias desarrolladas en Ecuador, a la luz de los conceptos presentados anteriormente. Los criterios para hacer la selección de los tres casos se basaron en los siguientes aspectos:

- 1) *Pertenencia de la entidad*: que cada una perteneciera a distinto tipo de organización social y mostrara si la radio escuela hubiese sufrido cambios en la administración.
- 2) *Distribución geográfica*: que las radio escuelas estén ubicadas en diversas zonas de la geografía nacional del campo y la ciudad.
- 3) *Cobertura poblacional*: además que beneficien a diversos grupos humanos, blanco-mestizos, indígenas y sectores urbano-marginales.
- 4) *Programa educativo*: que los tres tipos de radio funcionen con programación de educación formal y/o no formal al momento de nuestra investigación participante (1998-2000).
- 5) *Uso de lenguas oficiales*: que los programas educacionales utilicen en sus mensajes y contenidos los idiomas oficiales de Ecuador: Quichua, Shuar, Castellano.
- 6) *Acceso garantizado a las fuentes*: que el investigador tenga las posibilidades de acceso y las facilidades para obtener documentación y testimonios en fuentes primarias.

## **8.4. ESTUDIO DE CASO: ERPE**

### **8.4.1. CONTEXTO**

En el Ecuador, a comienzos de los años sesenta, más del 60% de la población era analfabeta, y no llegaba al 10% los campesinos e indígenas que habían pasado por la escuela elemental. Estos sectores marginados vivían en la ignorancia, miseria, abandono y desprecio, a consecuencia de la explotación e injusticias de terratenientes y políticos autoritarios.

Entonces, la necesidad urgente de los campesinos e indígenas era la alfabetización y la promoción integral. Para solventar esta realidad, un sector progresista de la Iglesia Católica siguió el ejemplo de Radio Sutatenza y concibió el proyecto de las Escuelas Radiofónicas en Ecuador.

Con pocos recursos y a bajo costo se implementó el proyecto con una radio emisora de Onda Corta (O C.), de un Kilovatio de potencia; un mínimo equipamiento para grabaciones y emisión; y 10 radiorreceptores de sintonía fija. Así comenzó la alfabetización radiofónica con 10 radio-escuelas ubicadas en las chozas campesinas de los indígenas del Chimborazo. Pero a medida que crecía la demanda se implementó por todo el país.

### **8.4.2. MISIÓN Y FINALIDADES**

La misión de ERPE se puede apreciar claramente con las palabras de su fundador, el obispo católico Leonidas Proaño: *"Las Escuelas Radiofónicas del Ecuador deben ser esto: un esfuerzo constante de acercamiento al campesino para abrirle la inteligencia a la luz, por el conocimiento del alfabeto y la lectura; abriendo su voluntad al bien por medio del consejo, del estímulo; despertándole de su sueño de siglos a un mundo nuevo de inquietudes y mejoramientos"*. Fueron las palabras de Mons. Leonidas Proaño en la inauguración de la Radio en 1962 (ERPE, s/f: 1).

Los fines de ERPE, fijados en sus Estatutos, han sido:

- Promover la educación integral del pueblo marginado a través de la alfabetización, empleando la radio.
- Procurar que la sociedad reconozca y valorice la cultura indígena.
- Procurar una mejora económica de los campesinos merced a la producción, la comercialización y el ahorro.
- Unificar y organizar a los indígenas.

Los propósitos se hicieron realidad con la colaboración de los voluntarios, la producción de materiales y el equipamiento técnico a bajo costo. Los servicios siempre contaron con la participación popular y el apoyo financiero local y externo. Los servicios implementados fueron:

- La radioemisora educativa, con una programación variada, educativa e informativa, en castellano y quichua, difundida a través de sus tres frecuencias.
- El centro de capacitación campesina para talleres de auxiliares y maestros, además sobre corte y confección, salud, cocina, medicina natural, producción de programas, capacitación de reporteros populares, etc.
- El servicio médico para consulta, urgencias y hospitalización.
- La hospedería campesina
- La cooperativa de ahorro y crédito, y
- Una imprenta

#### **8.4.3. METODOLOGÍA PARTICIPATIVA**

Las *Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador, ERPE*, han cubierto desde 1962 varias etapas de trabajo educativo: 1) La alfabetización por radio entre 1962 y 1975; 2) la aplicación del *Sistema de “Teleducación”*, un proyecto de educación básica, ejecutado entre 1976 y 1986; y 3) educación y comunicación popular masiva a partir de 1987.

Durante la primera etapa se difundían diariamente las clases de alfabetización, escritura y aritmética en quichua y castellano. Los campesinos e indígenas, a más de

escuchar la radio, participaban directamente presentando canciones, coplas, música autóctona y recitaciones.

La programación radiofónica se completaba con la realización de cursos presenciales y a distancia sobre agricultura, mejora del hogar, cuidado de los niños, deportes, entretenimiento, cooperativismo, desarrollo de la comunidad y evangelización liberadora.

Los cursos eran programados en función de las necesidades de los campesinos e indígenas, quienes participaban en las reuniones, asambleas, mingas y evaluaciones con los promotores de ERPE. Las comunidades enviaban a sus líderes y auxiliares a los distintos cursos programados en la radio. Un aspecto importante para las comunidades era la preparación de los coordinadores y auxiliares porque ellos eran el motor dinamizador del proceso alfabetizador.

El marco referencial de la actividad educativa de las Escuelas Radiofónicas fue el *método psicosocial concientizador* de Paulo Freire. Los resultados fueron varios. El aprendizaje de la lecto-escritura en tiempos relativamente cortos, así como también una mayor participación consciente de los campesinos e indígenas, la valorización de su cultura, dignificación y autorrealización, como personas dispuestas a emprender su propio desarrollo.

En síntesis, estratégicamente el proyecto alfabetizador combinó tres herramientas interdependientes: los guiones educativos (radio), las cartillas del estudiante (material escrito) y el refuerzo presencial de los auxiliares comunitarios (recursos humanos). La factibilidad, bajo costo y efectividad del proyecto motivaron a los promotores para extender la novedosa experiencia a lo largo de todo el país.

#### **8.4.4. COMUNICACION PARA EL DESARROLLO**

Cerca de 14 años de alfabetización y los 18.000 campesinos e indígenas alfabetizados pedían en lo educativo algo más que respondiera a su mejora personal y comunitaria. Como necesidad nacida de los propios beneficiarios surge un proyecto

educativo como respuesta propia a esa necesidad sentida. El programa de Teleducación es un sistema educativo para adultos marginados del sistema educativo regular. Esta propuesta de ERPE no se limitó a transmitir conocimientos, sino, fundamentalmente, a convertirse en un medio de desarrollo, y a responder a las necesidades concretas de la comunidad e integrarse a otras acciones de aprendizaje y participación dirigidas a los marginados (AUCANCELA, 1993: 220).

La segunda etapa del proceso de ERPE, que comenzó a partir de 1974, fue fruto de los resultados de la evaluación realizada mediante una investigación socioeducativa en las propias comunidades. Entonces, se planificó el sistema de Teleducación con el fin de ofrecer a los adultos marginados de la educación formal, una educación básica y profesionalización de nivel medio. Previo al lanzamiento del sistema de Teleducación, el Ministerio de Educación había resuelto autorizar el funcionamiento del programa de ERPE, como "*servicio de educación compensatoria dentro de un régimen especial abierto para quienes no concluyeron la educación básica regular*" (ERPE, s/f.: 12) y con el reconocimiento oficial de los estudios, según el espíritu del Convenio "Andrés Bello" de Integración Cultural y Educativa de la Subregión Andina.

A inicios de los años ochenta, Radio Nederland, RNTC, de Holanda cooperó para que ERPE ampliara los servicios como "Radio participativa". El proyecto incluía ampliación de los equipos radiofónicos, capacitación del personal, actuación de los reporteros comunitarios y la ejecución de una serie de talleres y seminarios de formación en radio, educación y desarrollo. Los reporteros comunitarios eran y son periodistas populares encargados de recoger y seleccionar las noticias e informaciones que se registran en las propias comunidades. Las reportan a la radio para difundirlas de retorno a las propias comunidades locales y en el ámbito nacional a través de la Cadena de la Asociación de las Radios Católicas del Ecuador, ARCE, y de la Coordinadora de Radios Populares Educativas del Ecuador, CORAPE. Este proyecto que fue denominado "Emisora regional para la liberación y el desarrollo", por sugerencia del fundador Monseñor Leonidas Proaño, brindó una programación con un gran porcentaje de participación de los propios campesinos e indígenas, no sólo en los contenidos de los bloques de programación, sino también en las evaluaciones y planificaciones del trabajo cotidiano de radio.

En 1985, ERPE realizó una evaluación del programa de Teleducación con la participación de los propios actores del proceso educativo. Los criterios de los beneficiarios de la teleducación fueron: *"A través de la radio nos han manifestado cómo debemos organizarnos, cómo debemos llevar la organización de la comunidad, qué pasos debemos dar y a dónde debemos acudir"...* "Nos han motivado, ya se han formado algunas organizaciones"..."El programa de Teleducación nos ha ayudado para traer el agua, hemos hecho una granja agrícola comunitaria". "Tenemos la posibilidad de abrir nuestros talleres de costura"..."Hemos formado organizaciones de segundo grado. Comercializamos nuestros productos entre algunas comunidades, ha sido muy positivo ingresar a estudiar en el Sistema de Teleducación de ERPE" (ERPE: s/f: 15).

Sin embargo, la experiencia entró en crisis, quizás porque los indígenas y campesinos no veían en el programa una respuesta integral a sus intereses de desarrollo. A pesar de ser la teleducación un sistema con una nueva modalidad y metodología, al final la respuesta no se adecuaba a las necesidades educativas de un pueblo que crecía en aspiraciones y en demandas diversas, que un medio de comunicación no las podía responder.

La tercera etapa del proceso radiofónico de ERPE es la comunicación popular masiva, iniciada en 1987 y que continúa hasta la fecha. Se cambió la tarea de educación formal y no formal. Se cerró el programa de alfabetización (1974) y el sistema de teleducación (1986). Entonces se entró en la comunicación popular masiva como un método para ampliar la educación integral del pueblo. Para este propósito, ERPE ha desarrollado un proceso de capacitación interna para integrar los aspectos teóricos e investigativos de la comunicación, y los de carácter práctico de la producción radiofónica. Además, el contacto permanente con la gente del campo es otro recurso de formación en terreno.

En la actualidad, los mensajes informativos, educativos y musicales de la programación de Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador, ERPE, son difundidos por sus tres frecuencias. El principal objetivo de la programación es lograr un cambio radical en el status de vida de la población. Los oyentes del centro del país durante 24 horas de programación diaria escuchan una programación social variopinta: mujeres, niños, jóvenes,

barrios, artistas, ecologistas, todos tienen un espacio y la participación en la emisora (ANÓNIMO, 1998: 8).

ERPE es socia fundadora de las redes CORAPE y ALER, con quienes intercambia una serie de programas que son distribuidos vía Internet y satélite. Además, contribuye a los noticieros nacionales de la cadena ARCE y CORAPE.

#### **8.4.5. RESULTADOS Y CAMBIO SOCIAL**

Los resultados de la labor alfabetizadora realizada durante 10 años (1962-1972), fueron evaluados con la participación de las comunidades involucradas, Escuelas Radiofónicas y el Ministerio de Educación. Los datos mostraron a 18.000 indígenas y campesinos alfabetizados en 10 provincias, repartidos en 350 radio escuelas; y a 900 auxiliares capacitados, dispuestos a continuar con las tareas de educación radiofónica.

El proceso de ERPE provocó una revolución político social porque muchos de los neoalfabetos y auxiliares fueron y son líderes activos en las poderosas organizaciones indígenas y campesinas del Ecuador, y miembros de organizaciones continentales que logran articular sustanciales demandas ante los organismos de los estados.

La presencia de líderes valiosos en un contexto propiamente campesino indígena, sin vínculo con la institución radiofónica, es uno de los resultados notables de la promoción humana que cobra importancia en el ámbito nacional en el plano político y social. La concientización realizada por ERPE ha sido catalogado como un proceso emancipador del miedo y del conformismo del marginado para enfrentar hoy con decisión el nuevo contexto socio-político que vive el país (AUCANCELA, 1993: 212).

#### **8.4.6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO**

La experiencia de las Escuelas Radiofónicas del Ecuador tuvo un éxito real, porque los indígenas no sólo recibieron un proceso educativo de calidad, sino que también hubo una respuesta satisfactoria al método educativo.

#### **8.4.6.1. LOGROS Y DIFICULTADES DEL PROGRAMA**

Varias razones explican el éxito de la radio educativa.

1. El uso de un método integrado y orientado culturalmente. El respeto a la tradición oral, es un aspecto esencial de la cultura latinoamericana. La radio educativa se adecuó a este modo de transmisión a través de la palabra hablada.
2. Un producto radiofónico adaptado a la cultura de la audiencia. Los contenidos de los cursos fueron adaptados de la cultura hispana a la cultura quichua. Y valorizados los saberes tradicionales.
3. Una tecnología familiar, pues la radio está integrada a la vida cotidiana de la comunidad.
4. Una tecnología de bajo costo, la radio no es un medio caro, y por tanto el costo de la educación radiofónica es barato.
5. La participación de la audiencia. En la radio comunitaria educativa los estudiantes participaron en la definición de las políticas de la emisora, creando un vínculo efectivo entre radio y oyentes.

Mientras que los obstáculos más comunes fueron:

1. El monitoreo, refuerzo presencial y la distribución de materiales, así como la falta de baterías, reparación de receptores y la renovación de equipos han sido problemas recurrentes para la administración.
2. Los costos de inversión inicial, compra de equipamiento, capacitación de maestros, producción de materiales y el soporte técnico fueron problemas pulidos sobre la marcha del proyecto.

3. Los fondos financieros del proyecto obligaron a operar pobemente reduciendo el número de las radio-escuelas y estudiantes. Si bien se comprende esta situación, no obstante, al reducir la potencialidad del proyecto, se alargó la brecha de la marginalidad que se intentaba paliar.

4. Profesionales y capacitados de la radio cumplían otras tareas fuera del proyecto debido a los bajos salarios. El voluntariado no era suficiente para mantener una programación educativa de buena calidad.

5. Las políticas de cooperación no siempre reforzaron una misma línea, ante lo cual la administración tenía que adecuarse para continuar siendo sujetos de crédito.

## **8.5. ESTUDIO DE CASO: IRFEYAL**

### **8.5.1. ANTECEDENTES**

El Instituto Radiofónico Fe y Alegría, IRFEYAL, se funda en 1974 en la ciudad de Guayaquil, como una entidad privada sin fines de lucro. Sus antecedentes se remiten a las experiencias de educación de adultos a distancia emprendidas por la Orden Jesuita en Venezuela, Chile y Centro América. El pionero en el Ecuador fue el Padre José María VÉLAZ S. J. Actualmente el director general es don Pedro NIÑO CALZADA, S. J.

Fe y Alegría, Movimiento de Educación Popular Integral, nació hace 32 años en Venezuela como respuesta a las necesidades educativas de los pobladores de los barrios marginales de ese país (BORJA, R., 1998: 121).

*"El Movimiento Fe y Alegría crea escuelas para niños y jóvenes, pretendiendo a través de una formación integral hacer ciudadanos críticos y creativos que con un ideal de servicio y reconocimiento a los demás como hermanos e hijos de Dios sean capaces de hacer un mundo más justo y fraternal"* (MINISTERIO DE EDUCACIÓN Y CULTURA, MEC., 1981: 96).

IRFEYAL se autodefine como “*un espíritu, una mística que inspira y sostiene el compromiso educativo de millares de personas en servicio a los hermanos más necesitados de los sectores marginados latinoamericanos, desde aquella institución original (ECCA) de 1955*” (ALER, 1987: 21).

Voluntarios universitarios, inspirados en las enseñanzas de los fundadores del movimiento IRFEYAL ayudaron a propagar esta misión. Así, en Venezuela, en una barriada de Caracas, crean el Primer Centro Educativo de Fe y Alegría, luego se propaga a otros centros venezolanos. Más tarde, la iniciativa se proyecta a Ecuador, Perú, Bolivia, Panamá, Brasil y Colombia, y a las repúblicas Centroamericanas de El Salvador, Guatemala y Nicaragua.

Con este ideal de servicio desde 1974, como ampliación de su cobertura, se crea, también para los adultos, el Sistema de Alfabetización y Post-alfabetización a distancia.

La situación era igual con los adultos, por tanto había que buscar una solución universal y apropiada para esta gente que no tenían ni tiempo ni capacidad monetaria para continuar su formación. Así se fundaron los Institutos Radiofónicos (IRFEYAL), cuya estrategia metodológica combinaba un medio masivo de comunicación (la radio), unos esquemas escritos y las reuniones cada semana (ALER, 1987: 32-33).

En resumen, la organización de FE y ALEGRÍA se fundamenta en los siguientes aspectos:

- 1) Autonomía funcional en países, regiones y centros, dentro de una comunión de principios y objetivos y de una intercomunicación y solidaridad en inquietudes y proyectos.
- 2) Carácter eclesial del movimiento como Pueblo de Dios, en el que resalta la presencia y acción de laicos comprometidos y de instituciones de vida consagrada (voluntarios), en corresponsabilidad con la Compañía de Jesús, fundadora y animadora del movimiento, y con las iglesias locales.
- 3) Esfuerzo para que en la organización y funcionamiento de centros, regiones y países se reflejen los valores y objetivos de Fe y Alegría.

4) Uso de las relaciones públicas y de los medios de comunicación social como estrategia de apoyo a la labor de Fe y Alegría, manteniendo la identidad y su independencia (ALER, 1987: 23-30).

Así los IRFEYAL, en varios países latinoamericanos, han dado una respuesta a las necesidades sentidas de la gente, en cuanto a su formación técnico profesional y también espiritual.

### **8.5.2. MISIÓN Y OBJETIVOS**

IRFEYAL, como parte de un movimiento de educación popular, pretende facilitar a los mayores de quince años el acceso a la educación integral. Mediante ésta se pretende lograr que el adulto se convierta en un agente de su propio cambio y colabore en la construcción de un Ecuador justo y fraternal.

IRFEYAL persigue que sus alumnos:

- Aprendiendo a leer y escribir superen la condición de analfabetos.
- Renueven, amplíen y fundamenten los conocimientos básicos para superar la etapa de formación de estudios primarios.
- Lleguen a tomar conciencia de la realidad nacional y se constituyan en agentes de su propia historia.
- Lleguen a profundizar en el sentido cristiano de tal manera que manifiesten su amor a Dios preocupándose por el bien de sus semejantes.
- Se estimulen en el proceso de autorrealización y auto responsabilidad para constituir una sociedad más justa y humana.
- Amen su tierra y su trabajo como misión propia de su existencia (MINISTERIO DE EDUCACIÓN Y CULTURA, MEC., 1981: 97).

### **8.5.3. EL SISTEMA IRFEYAL**

La educación a distancia de IRFEYAL se efectúa en los niveles de alfabetización y postalfabetización, ciclo básico y bachillerato a distancia. En la actualidad los programas

educativos de IRFEYAL se difunden en 25 emisoras culturales y privadas, distribuidas por todo el país. La población meta de IRFEYAL está asentada en las áreas urbano-marginales de la provincia de Pichincha, Guayas, Loja, Imbabura y Manabí. Pero luego, la experiencia se ha extendido por todo el país.

En este sentido, IRFEYAL adopta la experiencia del método creado por Radio ECCA (Emisora Cultural Canarias de Las Palmas de Gran Canaria, España). IRFEYAL sigue las líneas metodológicas fundamentales del sistema ECCA con el programa *El Maestro en Casa*, adaptándolo a la realidad ecuatoriana. Este sistema fue acogido también por otros países como Costa Rica, República Dominicana, Venezuela y Bolivia.

Desde 1995 IRFEYAL tiene una estación radiofónica propia en Quito, de 1090 Kcls. en AM y está al servicio de una programación generalista y específica de educación a distancia para adultos. En este sentido, la audiencia de Radio IRFEYAL trasciende a un público amplio entre los que se cuentan los participantes de los programas educativos.

En este contexto, la coordinación y asistencia técnica están a cargo de los Departamentos de producción gráfica y radiofónica, apoyados por el voluntariado. Este equipo, además de guiar y orientar el intercambio, es el nexo de comunicación entre la Oficina y los participantes, garantizan la organización y la distribución del material y ayudan a la retroalimentación de los esquemas y de las clases radiofónicas en las sesiones presenciales de fin de semana.

#### **8.5.4. ESTRUCTURA DEL PROGRAMA EDUCATIVO**

El sistema educativo de IRFEYAL comprende los programas de Alfabetización, Postalfabetización, Ciclo Básico y Bachillerato. Su cobertura abarca los sectores urbano, suburbano y rural. Los programas educativos son distribuidos por 25 radios, a más de la suya propia; ahora su señal llega a todas las provincias del país. Sus audiencias van más allá de los participantes de los programas educativos, puesto que, la radio ha creado una programación interactiva con los oyentes, quienes participan directamente en la radio.

La financiación de estos programas de educación radiofónica, corre a cargo en un 20% al propio alumnado, en el 30% al Ministerio de Educación y Cultura y en el 50% a IRFEYAL, institución que se financia con proyectos apoyados por donaciones de fundaciones amigas (BORJA, R., 1998: 121), sobre todo, del exterior.

#### **8.5.5. METODOLOGÍA**

De acuerdo a la experiencia de trabajo de los aprendices adultos y al análisis de experiencias similares en otros países, se utilizó para la lecto-escritura el método analítico-sintético, que consiste en el siguiente proceso:

Oración

Palabra generadora { Análisis

Sílaba

Nuevas palabras

Nuevas oraciones { Síntesis

*"La Oración que se utiliza como punto de partida, en su mayoría es una Pregunta que lleva a la problematización del gráfico que se presenta y que a al vez obedece a un contenido concientizador. Facilita el diálogo y participación en la Clase Radiofónica y Centro de Intercambio, a través de distintos mecanismos: entrevistas, debates, mesas redondas, testimonios" (NIÑO, 1992: 187).*

#### **8.5.6. LOGROS Y DIFICULTADES DEL PROGRAMA**

La metodología utilizada permitió obtener los siguientes logros:

- 1.- Relacionar los conocimientos instrumentales con la realidad, facilitando el diálogo, la crítica, y resolver las inquietudes de los estudiantes por medio de acciones concretas en la comunidad y su participación en la radio.
- 2.- Favorecer el trabajo en equipo y el valor de la solidaridad en actos comunitarios e interpersonales.
- 3.- Se fomentó mayor agilidad en el mecanismo de la lecto-escritura.

Mayor participación y relación con el medio: letreros, revistas, cartas diálogos, cuentas, etc.

Por su parte, las principales dificultades detectadas fueron:

- 1.- Los que tienen poca noción de escritura a veces se confunden y prefieren la letra manuscrita.
- 2.- Por la diversidad de realidades en todo el país, ciertas palabras generadoras no son de uso frecuente para todos los estudiantes.

#### **8.5.7. EVALUACIÓN**

En 1992, IRFEYAL se planteó como objetivos el determinar los lineamientos básicos para la renovación del sistema. Entonces "*se propuso que los esquemas consideraran los aspectos creativos, cristianos, con un matiz de amor y unión; populares y realistas; amenos, agradables, de fácil lectura e interpretación*" (NIÑO, 1992: 185).

Los *esquemas* deben seguir los principios de la educación programada: una cadena sistemática de conocimientos intuitivos; los nuevos conocimientos deben partir de la práctica; los ejercicios deben partir de la práctica diaria, evitando la memorización; los contenidos se ajustarán a los temas centrales detectados en el proceso de investigación realizado previamente (NIÑO, 1992: 185).

Lo que implica esta nueva mentalidad es el tipo de Educación Popular Participativa, bajo el sistema de la radio y una metodología que responda a este tipo de educación.

Toda esta realidad se plasmó en la búsqueda de los siguientes objetivos como estrategias para el cambio personal y grupal:

- Que el adulto adquiera los conocimientos instrumentales que le ayuden a tener una mayor seguridad y confianza en sí mismo y ante la vida.
- Lograr que el adulto relacione los conocimientos instrumentales con la realidad en que vive mediante el intercambio de experiencias basado en el diálogo, la crítica y el interés hacia una participación responsable en la vida comunitaria.

- Lograr la participación de las organizaciones populares dentro del proceso de alfabetización y de educación continuada como pilar importante dentro de todos los objetivos que se pretenden alcanzar.

IRFEYAL actualmente tiene vinculaciones nacionales y mundiales como socia de las redes CORAPE, ALER y AMARC, con quienes intercambia programas y proyectos vía satélite, como la red informativa ALRED.

## **8.6. ESTUDIO DE CASO: RADIO FEDERACIÓN SHUAR**

Desde 1964 se comienzan a institucionalizar proyectos educativos para la población Shuar de la selva amazónica ecuatoriana. Se proponen rescatar su cultura y asegurar el asentamiento territorial de todas las comunidades.

La Federación de Centros Shuar, institución autónoma sin fines de lucro, cuenta con 24 asociaciones o agrupaciones de comunidades y más de 285 centros shuar (radio escuelas). Tiene un directorio que reside en el centro de la amazonía, Sucúa, provincia de Morona Santiago, y está organizado en comisiones para la gestión de sus problemas y necesidades. Estas son las siguientes comisiones: arbitraje y tenencia de tierras; de trabajo y cooperativismo; de salud; de medios de comunicación social, que dirige Radio Federación; y la comisión de educación (SERBISH, 1990).

El Sistema de Educación Radiofónica Bicultural Shuar, SERBISH, inició sus labores el primero de octubre de 1972 con un equipo de telemaestros shuar, un alumnado experimental de 506 escolares de primer grado de primaria y un coordinador general. Las emisiones radiofónicas se extienden actualmente a las cuatro provincias amazónicas del Ecuador, aunque la sintonía de la Radio Federación, con programación educativa y musical bilingüe, es escuchada en el ámbito regional y nacional.

El programa que presentamos corresponde a la educación radiofónica bicultural shuar-español, enmarcado dentro de la educación formal e incluye un programa de alfabetización y postalbabetización.

Los programas oficiales de alfabetización del gobierno ecuatoriano para las poblaciones indígenas no habían sido efectivos debido a la verticalidad. Frente a lo cual, la Federación Shuar, con el apoyo de la Misión Salesiana, optó por conducir todo el proceso.

El sistema radiofónico bicultural shuar tiene la finalidad de formar al shuar como ciudadano, fortalecer la cultura considerando la psicología shuar, impedir la disolución de la comunidad, retomar los valores culturales ancestrales, propender al desarrollo del pueblo shuar y conocer la realidad de Ecuador (GARCÍA, A., 1986: 12).

El Sistema de Educación Radiofónica Bicultural Shuar, SERBISH, desde 1964 comienza a preparar a sus propios profesores, pues la idea de los Shuar fue tener educación con sus propios profesores indígenas. Además, construyen ellos mismos sus propias aulas escolares y material didáctico. MANUEL VINZA, dirigente de la Federación Shuar, dice: *"Actualmente tenemos suficientes profesores que se graduaron en este Instituto (pedagógico de la misma Federación), y ellos son los que en este momento están trabajando en las comunidades. Ha sido un gran esfuerzo de los dirigentes (...) y más que todo de los padres y madres de familia que se unieron para que esta educación sea propiamente para los Shuar"* (VINZA, M., 1993: 195-196).

Se decidió escolarizar a todas las familias y comunidades. La escolarización de niños en edad escolar alcanzó al 98%. Los materiales tienen la ventaja de estar en shuar y castellano, dirigidos y controlados por los propios miembros de la etnia, lo que asegura la efectividad del uso de todos los materiales y medios. Los maestros provienen de las propias comunidades shuar. El propio desarrollo de las comunidades hace surgir en ellas el pedido de un programa de alfabetización y postalfabetización. Este es el primer paso del Ciclo Básico que termina en el Bachillerato, pero que no conduce obligatoriamente a la universidad, sino más bien permite la pronta incorporación del individuo al mercado de trabajo. Las salidas son diversificadas en función de las necesidades de la comunidad, tales como desarrollo rural y económico, artesanía, huertos familiares, medicina tradicional, pedagogía comunicacional y antropología shuar (KALINOWSKI; CUCULIZA, 1991: 47).

El primer año, los estudiantes aprenden a leer y escribir únicamente en shuar, el segundo y tercer año lo hacen en shuar y castellano. En forma autogestionaria, la

Federación diseña y controla los programas educativos y elige y capacita a los profesores, mientras el gobierno apoya a través de la Dirección Intercultural de Educación Bilingüe. La financiación proviene de diversas fuentes nacionales y extranjeras. No obstante, se tiende al autosostenimiento, con el aporte significativo de la propia comunidad beneficiaria. Las limitaciones son básicamente económicas, especialmente para la reproducción del material y guionización de contenidos para la radio (KALINOWSKI; CUCULIZA, 1991: 47).

Este proceso educativo se realiza partiendo de la base cultural shuar, pero busca complementar los conocimientos y cultura con la ciencia y la tecnología transferidas adecuadamente. Por estas razones, se trata de un proyecto educativo liberador, endógeno de las potencialidades cognitivas de los shuar, pero a la vez es prospectivo y se orienta hacia el futuro. En la educación se cuida que exista una relación estrecha entre la producción de contenidos y la preservación del ecosistema para potenciar a la comunidad.

En resumen, el programa educativo de la Federación Shuar de Sucúa, Ecuador, utiliza la radio como un medio de enlace entre los estudiantes y la comunidad, ya que la población se encuentra dispersa. Se apoya el proceso educativo con impresos que responden a cada nivel, tanto en alfabetización como en postalfabetización. Según Arvelio GARCÍA (1986), de UNESCO Ecuador, la experiencia es positiva por cuanto es una respuesta al aislamiento y se apoya en la integración cultural de la comunidad shuar, interactuando y favoreciendo la autogestión educativa (GARCÍA, A., 1986: 12). Por las características del programa educativo, se advierte que se trata de una experiencia que ha sido recomendada en otros países del continente con iguales características de la Amazonía ecuatoriana.

Los formatos educativos abarcan el 50% de la programación total, sobre todo, temas relacionados con las materias curriculares: agropecuaria, higiene, salud para primaria y secundaria. El resto de la programación regular se completa con mensajes personales y de los centros shuar, y con informaciones que dan los dirigentes. También se incluye una revista informativa con noticias locales y lectura de los periódicos nacionales (BORJA, R., 1998: 222-223).

Radio Federación Shuar no tiene vinculaciones con CORAPE ni ALER, esto le ha confinado a vivir un tanto apartada de los procesos de la comunicación masiva, y no está aprovechando los servicios que prestan esas redes a sus socias, como por ejemplo la capacitación y el intercambio de producciones entre otras nuevas ideas. Su programación regular es la misma desde hace muchos años, no tiene reporteros comunitarios, y sus locutores tienen una capacitación limitada, lo cual ellos reconocieron en la entrevista que mantuvimos en Sucúa.

## **8.7. ANÁLISIS DE LAS ESTRATEGIAS INTERACTIVAS**

A continuación expondremos como aportes que se desprenden del estudio, las estrategias interactivas utilizadas por las radios educativas comunitarias de los tres estudios de caso analizados, pero también nos referimos a los casos de las demás radios comunitarias de Ecuador, descritas brevemente en el capítulo anterior. Consideramos que son puntos de partida para investigaciones posteriores más profundas sobre esta temática, pues como sabemos el medio radio ha permanecido abandonado por los investigadores y académicos en Ecuador y en la región.

1. Las tres experiencias de radio comunitaria educativa descritas con sus métodos de trabajo y sus programas han demostrado que la audiencia potencial es amplia y no pueden restringirse a una audiencia reducida con una programación únicamente de corte educativo instruccional. Algunas radios comunitarias ya han abandonado los programas de alfabetización que usan la radio sólo como instrumento pedagógico, para ampliar sus audiencias a proyectos masivos de comunicación para el desarrollo. Los cambios en este sentido son los realizados por ERPE e IRFEYAL como una estrategia orientada de radio comunitaria.
2. La renuencia actual de utilizar la radio únicamente como instrumento pedagógico en tareas instruccionales está relacionada también con un replanteamiento del "para qué" de la tarea pedagógica instruccional. El propósito es enmarcarla dentro de opciones educativas más amplias, como rescate de la función social del lenguaje oral y escrito, y no meramente del aprendizaje mecánico de la lecto-escritura.

3. La radio educativa como estrategia de cambio es un método válido, sobre todo para comunidades rurales y regiones alejadas, en donde los procesos de educación presencial son difíciles de implementar, no existen infraestructuras o resultan demasiado costosas, y tampoco pueden ser atendidas por ningún otro medio de comunicación: satélite educativo, televisión educativa, etc. Esto nos demuestra el caso de la Radio Federación Shuar con sus programas educacionales en la selva amazónica, y Radio Runacunapac Yachana de Simiátug, en donde no existen otros medios de intercomunicación.
4. La radio comunitaria tiene una audiencia fiel, pues llega a sus públicos en más momentos del día que otros medios. Esto porque tiene la posibilidad de ocupar más tiempo en la vida de la gente, de acompañarlas, de estar inmediatamente presente en los entornos comunitarios y en los proyectos personales y comunitarios de las audiencias. Es el caso de algunas radios de CORAPE (ERPE y Radio Latacunga), que tienen una audiencia fiel durante varias horas del día.
5. La estrategia interactiva de la radio educativa, en la tarea de formación y guía de sus audiencias, tiene un poderoso impacto en el desarrollo de esas personas. Esto lo demuestran los procesos de la capacitación de promotores de los programas educativos y de comunicación para el desarrollo. Los proyectos de radio educativa que cuentan con procesos de capacitación permanente apoyados por ALER o CORAPE, aportan de mejor manera a la autogestión y a la financiación del proyecto educativo.
6. La apertura de la radio comunitaria para interactuar con los sectores organizados de la audiencia es una estrategia sinérgica. La población se ha sentido identificada con la radio educativa y con los procesos educativos y de intercomunicación, sobre todo cuando sus líderes son convocados por la radio para participar en la elaboración de los mensajes radiofónicos, en el diseño de materiales impresos y en la distribución y gestión de los programas. En el caso de Radio Federación Shuar estos líderes son los auxiliares, en el caso de ERPE son los coordinadores y reporteros populares; y en el de IRFEYAL son los profesores voluntarios.
7. La radio comunitaria, cuyo uso se ha hecho, ya sea como herramienta instruccional o de apoyo a procesos más amplios de comunicación masiva, ha utilizado como

estrategia el principio de que los mensajes que se construyen desde la propia percepción de los destinatarios les permite a estos identificarse, reconocerse y sentirse representados en la programación y contenidos de la radio. Esto hace sentir a los oyentes co-propietarios o al menos copartícipes de la emisora.

8. La combinación de programas educativos a distancia con sesiones presenciales con los voluntarios de la radio permite un mayor acercamiento de la radio con la audiencia. Por tanto, es una estrategia interactiva que posibilita un profundo involucramiento mutuo, en los programas educativos, informativos y lúdicos. Esto hemos apreciado con mayor claridad en los casos de ERPE, de Radio Federación Shuar y de IRFEYAL, cuyos programas combinan los recursos presenciales con los mensajes radiofónicos.
9. La experiencia de la radio educativa en el uso de material instruccional impreso, en la nueva etapa de la comunicación masiva, sigue utilizando este tipo de material, sobre todo en las campañas de educación ambiental, salud, series ecológicas, de educación cívica, de tránsito, etc., como un recurso cultural que completa los mensajes radiofónicos de una manera pedagógica. Esta estrategia comunicacional es un factor clave que apoya el desarrollo formativo de la audiencia.
10. La articulación de mensajes radiales, impresos y sesiones presenciales es una estrategia central para la percepción y aprendizaje, sin embargo se debería estudiar con mayor profundidad para poder descubrir los métodos y técnicas que mejor se adecuen al diseño de los materiales impresos y su articulación con los mensajes radiales y las sesiones presenciales con el personal administrativo de los programas.
11. Los programas de la radio comunitaria que se insertan en el marco de una estructura organizativa son una estrategia exitosa para el logro del proyecto de la radio. Estos proyectos han abarcado todo un conjunto de acciones relativas a fomentar la organización, mejorar las condiciones de vida de los pobladores y dotarles de instrumentos para el trabajo. Así, la radio y la organización comunitaria se han convertido en un poderoso aporte a los procesos de desarrollo de la gente.

12. Algunas radios comunitarias han encontrado dificultades, no tanto derivadas de la técnica del medio radio, sino de las concepciones ideológicas tradicionales de algunos administradores del medio, lo cual ha dificultado en algunos momentos las tareas comunicativas con la audiencia. Esto ha sucedido en más de una radio. Sin embargo, los problemas han sido superados con cambios de timón, que se han plasmado en "nuevas etapas" del proceso institucional de las emisoras. La superación de estos inconvenientes ha permitido la instauración en las radios de procesos de capacitación interna para toda la planta y a veces con la participación de los líderes de la audiencia. En el caso de ERPE este proceso se ha implementado en forma permanente. IRFEYAL se encuentra en un proceso de renovación de sus programas para entrar en una nueva etapa de comunicación masiva.
13. Las radios comunitarias han tenido que sufrir, por otra parte, el embate de los tiempos neoliberales y la audaz competencia de los medios comerciales. Las radios comunitarias, en su mayoría sin finalidad de lucro, han tenido que superar esta dificultad con el aporte económico externo, que a la vez también escasea. Han recurrido a la publicidad, más bien de carácter social que comercial, pero no han abandonado la opción por los marginados; ni la comunicación para el desarrollo, y tampoco la línea educativa que impregna a toda la programación. Una estrategia efectiva de los comunicadores comunitarios es hacer uso de la creatividad e imaginación para elaborar formatos "calientes", lúdicos, livianos y flexibles, para que sus programaciones resulten atractivas, tanto en la forma como en el contenido y provoquen un ambiente interactivo con la comunidad.
14. Como sabemos, la radio frente a otros medios audiovisuales, tiene la desventaja de utilizar sólo el canal auditivo, sin embargo, esto depende también de las características del manejo de la radio, del programa y del público. Por ejemplo, es posible combinar la capacidad de convocatoria de la radio comunitaria que es una de sus ventajas, con actividades interactivas muy ricas como reuniones, concursos, eventos, lecturas, entrevistas en directo con profesionales que conversan con los oyentes. Esto permite aprovechar el medio tanto en procesos de reflexión sobre la realidad de los propios oyentes, como en proyectos efectivos para el cambio y el desarrollo personal y social.

Estos recursos son utilizados por ERPE y Radio IRFEYAL con gran sintonía y expectativas en la audiencia.

15. La vinculación con las redes AMARC, ALER y CORAPE es una estrategia muy útil para las radios educativas y comunitarias por cuanto les permite diversificar la programación, aprovechar los procesos de capacitación y asesorías, participar en las redes de distribución de programas vía Internet y satélite, y tener una mayor presencia e impacto nacional e internacional.
16. En resumen, las estrategias utilizadas por las radios para su vinculación con los oyentes han sido las siguientes:
  - 16.1. Priorizar como opción de trabajo los sectores rurales y urbano marginales.
  - 16.2. Desarrollar diversos programas de educación radiofónica para niños, jóvenes y adultos, marginados del sistema regular.
  - 16.3. Utilizar la combinación de medios presenciales y a distancia.
  - 16.4. Implementar en forma permanente y participativa los procesos de planificación, investigación, capacitación y evaluación involucrando a los beneficiarios de los programas.
  - 16.5. Utilizar la infraestructura organizativa del entorno, ya sea eclesial, comunal y estatal, para la ejecución de cursos, capacitaciones, encuentros y asambleas, etc.
  - 16.6. Involucrar a líderes locales en la implementación de los programas (líderes comunales, eclesiales, cooperativistas y educacionales).
  - 16.7. Establecer estructuras organizativas educativas en el ámbito comunal y zonal para el desarrollo de las actividades socioculturales y educativas.
  - 16.8. Vincular a todo el personal de la radio para que apoye y acompañe el trabajo comunicacional en terreno.
  - 16.9. Coordinar el trabajo radiofónico con instituciones afines y participar activamente en las redes locales, nacionales y continentales.
  - 16.10. Participar en los eventos de capacitación y formación convocados por las redes creadas para apoyar a las radios.
  - 16.11. En el último decenio, entrar en la comunicación masiva para trabajar con audiencias más diversificadas.

16.12. Incorporar los adelantos tecnológicos, como el satélite y la computadora, para mejorar la calidad y la distribución de programas, como socias de CORAPE, ALER y AMARC.

16.13. Mejorar la calidad de los contenidos de los programas educativos, informativos y de entretenimiento para ampliar el *rating* de sintonía y lograr el autofinanciación con publicidad seleccionada, avisos comunales y otros aportes.

## **8.8. ANÁLISIS COMPARATIVO RADIO COMUNITARIA - RADIO COMERCIAL**

El siguiente análisis comparativo entre la radio comunitaria educativa y la radio comercial de Ecuador será elaborado tomando como base la hipótesis central de la tesis, la misma que está planteada al inicio de este capítulo. La meta de este análisis comparativo será obtener una relación de los aspectos positivos y negativos, es decir las bondades y las limitaciones de las experiencias de educación radiofónica estudiadas por nosotros.

### **8.8.1. BONDADES DE LA RADIO COMUNITARIA EDUCATIVA**

Los aspectos positivos o las bondades de las experiencias de la radio comunitaria educativa de Ecuador serán obtenidos sobre la base de un análisis comparativo de la radio comunitaria con la radio comercial, en consideración a los siguientes aspectos, acceso, participación y aprendizaje de la audiencia, elementos fundamentales de nuestra hipótesis de trabajo. He aquí el cuadro comparativo mencionado.

**CUADRO No. 22**  
**Análisis comparativo entre Radio Comunitaria y Radio Comercial**

RADIO COMUNITARIA EDUCATIVA	RADIO COMERCIAL
<b>Acceso a la Programación.-</b> En la programación de la educación radiofónica han tenido acceso los niños, los jóvenes y los adultos.  Las poblaciones indígenas, bajo la cobertura de la	<b>Acceso a la Programación.-</b> No cuenta con una programación radiofónica educativa para la audiencia. Por lo tanto, no hay acceso a este tipo programación.  Las audiencias indígenas tienen acceso muy limitado

<p>radio comunitaria, han tenido singular acceso a los programas de alfabetización, de post-alfabetización y de servicios.</p> <p>Las mujeres y los niños tiene acceso a los programas generalistas, en los cuales existen espacios producidos por las mujeres y también por niños.</p> <p>Los productos radiofónicos informativos, formativos, de música y de entretenimiento son elaborados y adaptados con esmero a los valores socio culturales de las audiencias.</p> <p>Persiguen una rentabilidad socio cultural.</p> <p>A través de las programaciones se revaloriza los <i>saberes</i> ancestrales, los valores culturales, las costumbres y tradiciones de los pueblos blanco-mestizos y de los indígenas.</p>	<p>en este tipo de radios; únicamente en aviso clasificados, comunicados y en ciertos espacios de música étnica.</p> <p>Son muy pocos los espacios en donde se dé cabida a los colectivos de mujeres, niñez y minorías indígenas.</p> <p>No hay interés en adaptar las emisiones a los valores socio culturales de la audiencia, sino sobre la base de lo que dicta el mercado.</p> <p>Persiguen una rentabilidad económica lucrativa.</p> <p>No existe este tipo de motivaciones en esta radio. Su audiencia corresponde por lo general a la población urbana y de clase media.</p>
<p><b>Acceso a la tecnología.-</b></p> <p>Utiliza una tecnología familiar que busca un acercamiento e integración a la cotidianidad de la comunidad.</p> <p>Personal de la comunidad es entrenado por estas radios como reporteros populares, coordinadores de los centros tele-educativos o como profesores orientadores en las comunidades.</p> <p>El acceso a la tecnología de la radio de bajo costo les ha permitido desarrollar programas de educación radiofónica con un mejor costo-beneficio.</p>	<p><b>Acceso a la tecnología.-</b></p> <p>Utiliza tecnologías de punta sobre todo para poder ser más competitivas en un mercado saturado por este mismo tipo de radio.</p> <p>Cuenta con corresponsales profesionales sobre avances de noticias o reportajes de informaciones oficiales.</p> <p>Utiliza la tecnología convencional pero no se ha destinado a programas de formación o que pretendan una rentabilidad socio cultural de las audiencias.</p>
<p><b>Participación en la gestión y producción.-</b></p> <p>Las radios comunitarias educativas, sobre todo, aquellas que pertenecen a cooperativas, a organizaciones de la sociedad civil y a fundaciones permiten la participación activa de la audiencia en la definición de las políticas de la emisora.</p>	<p><b>Participación en la gestión y producción.-</b></p> <p>No se permite la participación de la audiencia en la gestión de la radio. Esto es un asunto que controla de manera exclusiva el propietario o el directorio de la empresa de radio.</p>

También en la selección de los contenidos de los programas y, en la producción de los mensajes, por medio de un interlocutor de la radio que guía o coordina el programa.	La participación de la audiencia se limita sólo a esporádicas llamadas telefónicas, a recibir eventuales quejas de situaciones barriales y en espacios de saludos de programas musicales.
<b>En cuanto al método comunicacional.-</b>  En la programación, sobre todo de carácter educativo, se utiliza una metodología que refuerza el diálogo, el sentido crítico y la libertad de expresión de las audiencias.  Favorece la generación de los valores humanos como la solidaridad, el trabajo en equipo, la tolerancia, el respeto a la naturaleza, a los otros, etc. Además, fomenta las relaciones interpersonales y grupales. Estos valores se hallan tanto en las programaciones regulares como en las actividades formativas, sesiones, talleres y foros a los cuales asisten los miembros de la audiencia.	<b>En cuanto al método comunicacional.-</b>  No existe una preocupación por emplear algún método de concientización o de desarrollo de la ciudadanía. Su naturaleza es de carácter comercial, vender y vender bien un programa o un producto.  No invierte recursos ni fomenta explícitamente este tipo de ideales. Sin embargo, algunas emisoras en sus planes estratégicos pueden considerar algunos valores o fines socioculturales junto con los de carácter mercantil.
<b>Aprendizaje por parte de la audiencia.-</b>  La audiencia estudiantil que pasó por los diversos programas de educación radiofónica, sean éstos, formales o no formales e informales aprendieron una serie de conocimientos específicos que encontramos en los casos reseñados en nuestra investigación. Estos son:  Niños, niñas y adolescentes escolarizados en primaria y secundaria en lenguas castellana, shuar y quichua, respectivamente.  Adultos alfabetizados por radio en castellano, quichua y con métodos bilingües.  Adultos, sobre todo mujeres, han seguido carreras de formación continuada en materias técnico profesionales de nivel medio.  En general, las audiencias han recibido formación para mejorar la calidad de vida y para ejercer de mejor manera sus deberes y derechos ciudadanos.	<b>Aprendizaje por parte de la audiencia.-</b>  No existe este tipo de programas en esta radio. Sin embargo, algunos programas de educación radiofónica ( <i>IRFEYAL, Voz del Upano</i> ) han sido retransmitidos en muy pocas radios comerciales y de la radio pública. Espacios que han sido cedidos voluntariamente, o vendidos con publicidad, o intercambiados por otros programas informativos, deportivos, etc.
Las radio comunitarias educativas como ERPE, Federación Shuar e IRFEYAL, han generado sus	No se conoce un caso de esta naturaleza.

<p>propios programas de educación radiofónica, en algunos períodos subvencionados con fondos públicos del Ministerio de Educación y Cultura.</p> <p>Algunas experiencias exitosas de las radios comunitarias educativas han sido recomendadas para otros países. O también, han sido retomadas por <i>empresas mediáticas</i> como es el caso del programa AME, Actualización de Maestros de Educación, que gerencia el Grupo Cisneros, en cuyo programa ha dado una valiosa asistencia el Dpto. de Comunicación Audiovisual de la Universidad Autónoma de Barcelona.</p>	
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

FUENTES: Capítulos 6, 7 y 8 de la presente tesis.

AUTOR: Autor de la investigación.

A continuación pasaremos revista a las principales limitaciones de la radio comunitaria, siempre con relación a los mismos aspectos planteados en la hipótesis central, es decir, acceso, participación y aprendizaje de la audiencia. En este apartado no hace falta hacer la comparación con la radio comercial, por cuanto las deficiencias de ésta se obtuvieron de forma evidente en la columna derecha del cuadro anterior.

### **8.8.2. LIMITACIONES DE LA RADIO COMUNITARIA**

Hacemos aquí una síntesis de las limitaciones más recurrentes que hemos hallado:

- 1) Costos de inversión inicial altos, las emisoras no contaban con recursos suficientes para comprar equipos, producir el material radiofónico, elaborar esquemas escritos, desarrollar la capacitación y mantener el servicio técnico.
- 2) Falta de recursos económicos y de personal para cumplir con las tareas de seguimiento, refuerzo presencial y distribución de materiales en las comunidades.
- 3) El voluntariado no siempre es suficiente para operar un sistema radiofónico permanente y de calidad.

- 4) No todos los líderes de las organizaciones locales están preparados para manejar una estación de radio. La falta de entrenamiento les relega de este tipo de cargos. Sin embargo, en algunas radios comunitarias la administración se suele llevar de manera corporativa, por comisiones o por encargos rotativos entre los miembros de la asociación. Este mecanismo es una autoescuela para incursionar al frente de una radio comunitaria.
- 5) Los programas de educación radiofónica son realizados exclusivamente por profesores y profesionales de las asignaturas respectivas. Los miembros de la audiencia participan eventualmente de forma guiada en aspectos puntuales de las emisiones. En otros programas es más común la participación de la audiencia. Algunas radios han cedido espacios a miembros de la audiencia para que elaboren sus propios programas (mujeres, jóvenes, grupos cívicos, etc.)
- 6) Algunos programas de educación radiofónica alejan a sus alumnos. Las causas, entre otras, por falta de creatividad y de persuasión para captar su atención.
- 7) Repeticiones continuadas de ciertos programas desmotivan a los estudiantes, alejándolos del proceso de la radio educativa.
- 8) Clases radiofónicas no adecuadas a las necesidades de los estudiantes, también producen desinterés y en consecuencia el abandono de la educación a distancia.
- 9) La falta de *feed-back* presencial y oportuno de profesores y orientadores produce un enfriamiento de la interrelación maestro-alumno, lo cual termina alejando a ciertos estudiantes de los centros de teleducación.
- 10) La carencia de una certificación oficial oportuna por los estudios realizados en el sistema frustra a ciertos alumnos, quienes sienten que han perdido tiempo y recursos, durante su permanencia en el programa. Como la mayoría de estudiantes son adultos, ven en los certificados una acreditación para optar por mejores condiciones de empleo o para continuar con sus estudios regulares.

## 8.9. CONCLUSIONES

Brevemente señalaremos lo más importante de lo encontrado en el presente capítulo.

El concepto de radio comunitaria surge como contraste a los modelos de la radio pública estatal y al modelo de la radio comercial. La radio comunitaria trata a sus oyentes como sujetos activos con capacidad para poder controlar la política de la emisora, la producción de los programas y su funcionamiento.

Por su parte, el concepto de radio interactiva es un método educativo en sí mismo, puesto que combina el uso de la radio como medio de intercomunicación con la aplicación de principios pedagógicos, basados en la participación de la audiencia. Este concepto fue desarrollado desde los años setenta en Latinoamérica.

La experiencia de las *Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador –ERPE-* fue un proyecto exitoso por cuanto el producto radiofónico fue adaptado a la cultura de la audiencia. Es decir, la programación educativa fue adaptada de la cultura hispana a la cultura de la audiencia indígena. Se utilizó una tecnología familiar y de bajo costo; la radio se había integrado a la vida cotidiana de la gente, rescatando los saberes tradicionales de la comunidad.

Los presupuestos de inversión para el equipamiento, materiales, capacitación de telemaestros y soporte técnico no siempre estuvieron a disposición, lo que obligó a reducir la potencialidad del proyecto y en consecuencia limitar el objetivo final.

El proyecto del *Instituto Radiofónico Fe y Alegría –IRFEYAL-* tiene una ejecución desde 1974 y las enseñanzas acumuladas sobre esta metodología son valiosas. El programa El Maestro en Casa, operó con una metodología adaptada de la *Radio Cultural Canarias* (España) llamado *Sistema ECCA*, que consiste en combinar el uso de la radio con los esquemas escritos y la tutoría del maestro con los participantes del curso. Los programas educativos de IRFEYAL se han adecuado a la práctica cotidiana del estudiante. El éxito del programa está en lograr que el adulto relacione los contenidos educativos con la realidad mediante el diálogo y la participación responsable en la comunidad.

El *Sistema de Educación Radiofónica Bicultural Shuar –SERBISH-* de *Radio Federación Shuar*, nació en la provincia amazónica de Morona Santiago, en 1972, con un equipo de telemaestros y 506 niños shuar de primer grado. El programa educativo

bicultural hispano-shuar, está enmarcado en el subsistema de la educación formal a distancia del sistema de educación oficial de Ecuador. El éxito del proyecto se debe a que logró producir los contenidos de los mensajes educativos en shuar y castellano y procurar que la política del programa sea dirigido y controlado por los propios miembros de la etnia shuar. La gestión del programa se apoya en la integración cultural de la comunidad shuar, donde la radio es utilizada como una herramienta interactiva entre el SERBISH y la comunidad.

Los tres casos analizados dan cuenta del contenido de los conceptos de radio comunitaria y radio interactiva. En los tres casos, las radios y sus programas educativos tratan a los oyentes (estudiantes y telemaestros) como sujetos activos, cuya participación en el programa se busca consolidar con los mensajes radiofónicos y los esquemas escritos, producidos por los propios miembros de la comunidad una vez capacitados; y mediante la presencia de tutores de las mismas comunidades. Estas radio escuelas estudiadas han posibilitado que los participantes se involucren organizadamente en la definición de las políticas del proyecto educativo, en la capacitación de los productores radiofónicos y de gestión de la radio. A su vez, una limitación importante hallada es en relación con la falta de recursos económicos, lo cual se debe al hecho de ser radios comunitarias sin fines de lucro. El personal voluntario presente en estas emisoras no resuelve todos los problemas, puesto que, se requieren de los recursos necesarios y suficientes para la producción de materiales educativos, para la capacitación del personal involucrado, para la producción de los programas y el mantenimiento de las instalaciones.

Basados en los análisis acerca de las bondades y limitaciones de la radio comunitaria educativa queremos compartir algunas aportaciones. Estos aportes se presentan aquí como sugerencias a ser consideradas en nuevos proyectos de educación radiofónica y que podrían ser útiles haciendo las respectivas acotaciones a los nuevos contextos y realidades.

Por lo tanto, las sugerencias de mayor interés basadas en las potencialidades de la radio educativa son las siguientes:

1. **Manejo de la radio educativa** basado en la participación de la audiencia. La radio comunitaria educativa puede ser dirigida por un miembro de la audiencia, o de la sociedad civil organizada, siempre y cuando sea nominado por la organización comunitaria o cívica y que al menos obtenga un entrenamiento básico en los aspectos sustantivos del proceso radiofónico.
2. La dirección del programa de educación radiofónica deberá considerar un **sistema de retroalimentación** permanente como espacio para el intercambio de experiencias educativas (interacción), para brindar un refuerzo preciso a la audiencia estudiantil y para obtener segmentos de participación de la audiencia en los programas. Este último aspecto no se había contemplado en los casos analizados.
3. Una radio comunitaria educativa deberá definir de antemano a qué **audiencia meta** quiere influir con su programación, puesto que en función de ésta se preparará el contenido de los mensajes de educación radiofónica.
4. Deberá trazar ciertos criterios básicos de cómo piensa **dar acceso** a los miembros de la audiencia y cómo éstos participarán en los segmentos de la programación de la radio. Se tendrá que preguntar, cuáles espacios se deben crear, cómo se establecerá su participación, quién guiará o conducirá esa participación, y hasta qué punto. Las consideraciones para eso tendrán que ser prácticas y no de carácter demagógico.
5. La radio comunitaria educativa deberá optar por un **plan estratégico institucional**, en el cual constará con claridad la misión, la visión, los valores socioculturales, los objetivos y el programa que piensa implementar para influir en la audiencia bajo su cobertura. En la elaboración del plan pueden participar el personal de la radio comunitaria, los miembros de la organización ciudadana y de la audiencia.
6. Se establecerá un **modelo de comunicación** que se considere útil desarrollar con la audiencia. Este modelo orientará y reforzará los valores de la rentabilidad sociocultural, así como también informará de los factores de interactividad, es decir, los canales de acceso y de participación que se considere establecer entre la radio comunitaria y los miembros de la audiencia.
7. El **personal voluntario** de la radio comunitaria podría dar su mayor aportación en la etapa del diseño de la propuesta de la programación radiofónica. Mientras que la

producción de los programas debe estar a cargo de profesionales de las respectivas áreas temáticas de la educación por radio.

8. Los programas de educación radiofónica deben ser producidos con la mayor dedicación posible, utilizando con eficacia los recursos del **lenguaje radiofónico**, con gran imaginación, creatividad y persuasión para impactar de manera positiva en la formación de la audiencia.
9. Antes de salir al aire con un programa de educación radiofónica, la radio comunitaria educativa deberá contar con las **emisiones completas** a fin de no repetir programas por falta de las secuencias.
10. Una tendencia actual de los grupos cívicos de radio comunitaria es diseñar una **radio FM de sonido digital de bajo costo**, con equipamiento liviano y con instalaciones montadas con recursos del medio. En lugares con acceso a Internet, se podría vincular el programa de educación radiofónica con la tutoría (orientación al alumno) a través de esta red.
11. Establecer **vínculos con sociedades de radio comunitaria** es una excelente idea con el fin de intercambiar experiencias, programas y ganar conocimientos para cuestiones tan concretas como, en dónde encontrar el equipamiento preciso, cómo conseguir la legalización para emitir, en qué y cuando empezar con la capacitación y el respaldo institucional mutuo. En el mundo existen algunas organizaciones, está AMARC -como ya hemos mencionado-; en América Latina y el Caribe se encuentran -ALER- y en varios países de la región están las Coordinadoras Nacionales de Educación Radiofónica, como CORAPE, en Ecuador.
12. Como hemos constatado anteriormente, el mayor aporte a las sociedades contemporáneas y al crecimiento de las personas como ciudadanos con derechos y obligaciones han provenido de las radios comunitarias, pese a que han sido relegadas en sus procesos de legalización y de su participación selectiva en la pauta publicitaria. Sus contribuciones han sido más ricas y de **mayor impacto social, cultural y educativo**, que aquellas que pudieron haber dado, en su momento, las radios comerciales de carácter lucrativo.

## **CAPÍTULO IX.**

### **COMUNICACIÓN Y LENGUAJE RADIODÓNICOS**

## **IX. COMUNICACIÓN Y LENGUAJE RADIOFÓNICOS**

En este capítulo exponemos las características, funciones y limitaciones de la comunicación radiofónica y los conceptos centrales del lenguaje radiofónico, con el fin de tener una fundamentación teórica básica para luego aplicar a los análisis que se realizarán en el capítulo siguiente.

En primer lugar, se hace un estudio somero de algunas definiciones importantes de la comunicación radiofónica. Luego se explora las principales funciones de este tipo de comunicación, en general (formativa, informativa, persuasiva y entretenimiento), y específicamente, de la radio cultural educativa. Además, para nuestro objetivo, ha sido interesante analizar las teorías de la proximidad y los enfoques de la comunicación interactiva, así como también, la relación mensaje radiofónico y audiencia.

En segundo lugar, se estudia las teorías y conceptos del lenguaje radiofónico. Se hace una comparación entre las características del lenguaje radiofónico con las del lenguaje escrito. Luego, se analizan, brevemente, los elementos del lenguaje radiofónico, a continuación se hace una descripción de las principales características de los géneros radiofónicos y de los modelos más usuales para la clasificación de los géneros. Y finalmente, se estructuran algunas importantes conclusiones.

El método que hemos empleado para construir este capítulo, ha sido partir de lo general para arribar a lo particular en cada subtema. Hemos recurrido a una serie de autores iberoamericanos. Se ha revisitado a los clásicos de la comunicación radiofónica, pero también, hemos acudido a las valiosas fuentes de los autores contemporáneos, con cuyos aportes se ha logrado robustecer nuestros análisis.

### **9.1. LA COMUNICACIÓN RADIOFÓNICA**

La comunicación de masas se transmite por medios técnicos, en forma directa y unilateral, a un público disperso o a una colectividad. MALETZKE subraya cinco rasgos característicos que ayudan a entender el fenómeno de la comunicación social: “una

*transmisión pública de mensajes, indirecta y unilateral, realizada por medios técnicos y destinada a un público disperso o colectividad*" (MELETZKE, 1976: 27).

La comunicación social es pública porque no requiere un conjunto de receptores limitado y definido de modo personal; es indirecta porque media una distancia espacial o temporal entre los participantes de la comunicación; es unilateral porque no hay intercambio de respuestas entre los que emiten y los que perciben mensajes; se dirige a un público disperso; es decir, a colectividades que no forman cuerpos sociales duraderos (MALETZKE, 1976: 44).

Ahora analizaremos los términos de esta definición de comunicación.

1. En cuanto a la "comunicación indirecta", el mensaje radiofónico no necesita de un soporte físico para llegar hasta su destinatario, como necesita la prensa; tampoco es necesario el uso de la vista para poderlo recibir en perfectas condiciones, como ocurre con la televisión. Estas diferencias juegan a favor de la radio, haciendo que el proceso de la comunicación sea más parecido al de la comunicación directa cara a cara -boca a oído-, resultando la menos indirecta de las que se establecen en los medios colectivos.
2. En cuanto a que "toda comunicación transcurre de modo unilateral", la radio es el medio que hace menos difícil un intercambio de los papeles entre emisores y receptores. La radio propicia un *mayor grado de participación*: inmediata e instantánea, características imposibles en los medios escritos, y más sencilla que en la televisión.
3. En cuanto a que la "comunicación social es pública", el emisor radiofónico pretende que el mensaje llegue al mayor número de oyentes, para lo cual establece una comunicación pública. Sin embargo, la comunicación radiofónica ofrece la apariencia de privacidad a pesar de ser la radio un medio masivo y público.

La radio es el medio de comunicación social que mejor reproduce la relación interpersonal y el que mejor puede comunicar. El cúmulo de apariencias que genera la

comunicación radiofónica es, por tanto, resultado de una doble dimensión simbólica, por un lado I) el lenguaje hablado, y por otro II) su traducción radiofónica. Sobre esta doble dimensión simbólica se posibilitará la impresión de la comunicación interpersonal y de la comunicación radiofónica.

Existe en la comunicación radiofónica un permanente propósito de captar la atención y el interés del oyente. Esto condiciona el uso de un lenguaje adecuado y una presentación formal de los contenidos, lo suficientemente atractiva, para que el destinatario desee mantenerse expuesto al mensaje.

Cuando este medio fue creado para la difusión a un público amplio, el mensaje sonoro de la radio surgía básicamente como discurso que imitaba la expresión de la naturaleza a través del sonido, del universo de la palabra-sonido. Con el desarrollo de la tecnología de la reproducción sonora, la profesionalización de la producción radiofónica, la adaptación al nuevo contexto perceptivo imaginativo y el convencimiento de que el mensaje sonoro de la radio podía transformar la expresión de la naturaleza, a través de la ficción dramática principalmente, se crearon nuevos paisajes sonoros y nuevas posibilidades para el desarrollo de la comunicación radiofónica (BALSEBRE, 1994: 20 – 21).

La estabilidad de estos códigos y de las convenciones sonoras y narrativas en que se agrupan una gran parte de los mensajes (géneros radiofónicos) son la muestra del carácter genuino de la comunicación radiofónica (BALSEBRE, 1994: 21).

Por su parte, las características de la comunicación radiofónica han sido tradicionalmente señaladas. Para Emilio PRADO (1981:14) la radio posee cuatro características básicas como la *inmediatez*, la *instantaneidad*, la *simultaneidad* y la *rapidez*, las cuales contribuyen a hacer de la radio el mejor, el más adecuado y eficaz medio al servicio de la sociedad.

MUÑOZ y GIL (1988: 17) abunda en la rapidez de la comunicación de la radio y nos presenta otras características complementarias e igualmente importantes:

*Rapidez*: que puede llegar hasta la inmediatez, debido a la simultaneidad entre la transmisión y la recepción del mensaje.

*Economía*: bajo coste de emisión.

*Cobertura*: capacidad para llegar allí donde no llegan otros medios masivos.

*Fugacidad*: el mensaje dura en tanto se emite. Y sólo se puede volver a "oír", si se ha registrado por otros medios.

A este respecto, la radio abandona su carácter de medio perecedero. Los soportes digitales, sobre todo la red, detienen la fugacidad de la radio. El orden y el tiempo sincrónico de la secuencia narrativa de la radio se rompen con el consumo diacrónico realizado en diferido y de forma selectiva (MARTÍNEZ-COSTA, 2001: 3: <http://www.saladeprensa.org>).

Todo proceso de comunicación registra un proceso de degradación del mensaje. Si en la comunicación personal "*vis a vis*" hay una degradación, más aún lo hay en los medios colectivos, como la radio, ya que el acto comunicacional se ve sometido a diversos filtros. Veamos algunos de ellos:

- 1) *Por el rol social del comunicador*: interviene la formación cultural y científica, la cualificación profesional y su actitud ideológica. A mayor conocimiento y objetividad, mejor será la captación de los conceptos o hechos que se propone comunicar.
- 2) *El filtro económico* tamiza el mensaje desde diversos ángulos: desde la cantidad, calidad y variedad de los medios para la elaboración del mensaje, hasta la valoración económicamente dicha del esfuerzo y producto comunicativo.
- 3) *El filtro profesional*: que moldea el mensaje desde las limitaciones e imposiciones de su tratamiento o conversión en elementos comunicables. Es la fase de codificación o tecnificación. En la radio las normas generales del tratamiento de la comunicación y la utilización del lenguaje, influyen en el resultado final.
- 4) *El dispositivo tecnológico*: que sirve de soporte, de conducto físico al proceso de captación, transformación y emisión; supone un nuevo molde que influyen en la forma y

en el fondo del producto comunicativo. La radio determina que el mensaje se ciña sensorialmente al sonido: cualquier deformación sonora supone una degradación del mensaje.

5) *El filtro de la recepción*: el oyente tiene sus propios filtros, sus limitaciones y sus prejuicios, inclusive sus propios filtros o barreras culturales, formativas y experienciales.

KAPLÚN (1978) ha resumido en cuatro aspectos las limitaciones que tiene la radio a fin de contrastarlas con sus posibilidades. Estas posibilidades pueden ser potenciadas para conseguir una comunicación interactiva en la radio cultural educativa.

**1. Unisensorialidad – Poder de sugestión.**- La radio requiere del sentido del oído. No hay visualización y por tanto hay necesidad de mayor concentración. Frente a este problema, existe la posibilidad de la compensación a través de la "sugestión": así se lanza un mensaje al aire y el oyente hecha a volar su imaginación. La eficacia del mensaje radiofónico depende de la capacidad de alimentar la imaginación del oyente con una variada propuesta de imágenes sensoriales.

**2. Ausencia de interlocutor – Comunicación afectiva.**- El profesor-locutor está solo; su interlocutor es el educando, y no puede intervenir. En una clase por radio, el profesor locutor no puede captar la reacción del invisible alumno ni adecuarse a ella. De ahí que sea un error el tratar de reproducir por radio el modelo de la clase presencial.

Una comunicación auténtica se da mediante la potenciación de la capacidad empática del comunicador. La empatía es la capacidad de proyectarnos nosotros mismos en la personalidad de los demás, anticipando sus respuestas ante nuestros estímulos. Esta aptitud es fundamental para una buena comunicación interactiva.

**3. Condicionamiento del auditorio - Empatía.**- La empatía se produce en una relación de identificación. La identificación está en la base misma de todo proceso de comunicación. La calidad empática del mensaje educativo por radio dependerá de la inserción en la realidad del oyente. Sólo en este sentido se establecerá una interacción comunicacional basada en la identificación entre el mensaje educativo y el oyente.

**4. Fugacidad del mensaje radiofónico - Creatividad.**- Un programa educativo radial insiste en sus mensajes debido al carácter fugaz de los mismos. Por eso es importante seleccionar la información y repetirla, sin llegar a la monotonía. La utilización de técnicas radiofónicas creativas es importante para superar estas limitaciones (KAPLÚN, 1978: 70-71).

FAUS BELAU (2001) también entiende que la radio es cuestión de intimidad, casi como una relación pasional entre emisor y oyente. Este autor señala que este pálpitó lo hemos sustituido por la rutina informativa, la narración fosilizada y el contenido predeterminado. La radio trabaja la actualidad como la única forma posible de realidad, pero lo real es lo permanente; no lo fugaz. Cada día la narración es más rígida, menos fresca. *“Hay mucha gente que “habla por la radio” y muy poca que hace radio al hablar. Hemos perdido gran parte de la capacidad de sorprender, de impulsar la imaginación; de entretejer la realidad y la emoción del verbo, la actualidad y la estética”* (FAUS BELAU, 2001; <http://www.comunica.org/chasqui>).

### **9.1.1. EL ROL DE LA RADIO**

Teóricamente, la radio es *“el medio de la palabra por excelencia, el procedimiento de comunicación más directo, más cálido y más accesible”* (SAIZ, 1998: 33-34). Esta idea sencilla es la que mejor caracteriza a la radio como medio oral, directo, sugerente y al alcance de todos.

Esta principal esencia comunicativa de la radio no excluye la importancia de sus dimensiones informativa y expresiva, pues el proceso comunicativo de la radio se nutre de noticias y emociones que amplifican los efectos comunicativos del medio. Sin embargo, a diferencia de la prensa (noticias) y del cine (emociones), los principales argumentos comunicativos de la radio están más relacionados con la función del medio como servicio, compañía y entretenimiento, casi como sucede en la televisión, pero mucho menos caro de producir, más fácil de recibir y constituyendo un sistema más interactivo (BALSEBRE, 2001:10).

Los estudiosos sostienen que la radio entretiene, informa, educa, condiciona e influye a través de sus diversas programaciones. Asimismo, el bajo costo para el oyente hace que la radio tenga una amplia cobertura y permita conocer los acontecimientos que se producen en el ámbito local y en el mundo.

La comunicación radiofónica implica un proceso en el cual intervienen al menos un emisor, un receptor y una mediación técnica. LÓPEZ HERRMANN (1976) considera que la palabra hablada es ampliada y significada en su impacto y alcance por la radiodifusión.

Según BURRIEL (1984: 4), la principal característica de la radio es su "*virtualidad para trascender hasta la categoría de auténtico fenómeno social*". La radio nació para servir tanto de sistema como de medio de comunicación, pero ha llegado a superar las funciones del simple transmisor de hechos y ha conseguido influir incluso sobre los acontecimientos. La radio ha sido desde su nacimiento un termómetro fiel de los cambios sociales y ha cambiado ella misma, siendo radio-instrumento, radio-negocio y radio-medio de expresión.

GUTIÉRREZ y PERONA (2002: 8) expresan que el desarrollo tecnológico ha hecho replantear algunas de las características hasta ahora diferenciales del medio. No solamente se debe a la progresiva implantación del *Digital Audio Broadcasting (DAB)*, sino a la gradual presencia de la radio en Internet. La radiofonía web suprime las imposiciones espaciales o las barreras geográficas y temporales (horarios), gracias a la mejora en la interactividad que permite el acceso a múltiples contenidos de esta radio. La radio pasa de la tradicional fugacidad, antes criticada como una seria limitante, a tener una oferta permanente y variada para el *ciberyoyente*.

*"Desde la óptica del receptor, la manera de acceder a los servicios a los que se ha hecho referencia, sobre todo la radio a la carta, implica una modalidad de interactividad y de relación con el medio hasta ahora impensables en el ámbito de la comunicación radiofónica, ya que es el oyente quien decide qué quiere escuchar, a qué hora y en qué lugar. El ciberyoyente es también el que determina qué texto le resulta atractivo para leer o qué imágenes desea ver"* (GUTIÉRREZ y PERONA, 2002: 19).

BURRIEL afirma que la radio ha dejado de ser instrumento de comunicación colectiva (*mass-media*), y se ha convertido en instrumento de comunicación personal (*self-media*). El fenómeno de la dispersión de la audiencia ha obligado a los programadores radiofónicos a la creación, adaptación, en dos tipos de modelos radiofónicos: *la radio que se oye* y la radio que se escucha. La primera se basa en una adaptación puramente funcional (música al trabajar, estudiar o al emprender una actividad). Mientras que la característica básica de la radio que se escucha es la de servir de modelo mixto de *radio-información*, *radio-música* y *radio-cultura*; es decir, es una combinación de los modelos simples para obtener un modelo superior, rico en contenidos. En este orden, los radioteatros, la información política o deportiva, la cultura, la música y la educación, pueden constituirse en programas más ricos y específicos. "*De esta manera la radio se ha convertido en un sujeto susceptible de ofrecer compañía, información, estudio, capacidad de reflexión, etc., desde el punto de vista elegido por el oyente*" (BURRIEL, 1984: 55).

Este autor asevera que el mensaje de las ondas radiofónicas fomenta la imaginación y la estimula, porque el mensaje sonoro se transforma en una imagen pensada o inconsciente (véase también BALSEBRE, 1986). La radio estimula la imaginación individual para crear una sensibilidad en la audiencia. Junto a la palabra, la información en radio posee otros recursos expresivos como la utilización de música de fondo, sonidos ambientales y silencios, que empleados con moderación brindan una adecuada capacidad expresiva.

### **9.1.2. FUNCIONES DE LA COMUNICACIÓN RADIOFÓNICA**

Es posible ir configurando los requisitos que exige la narrativa específica del medio radio, es decir la razón de ser, los fundamentos y los elementos de la *retórica radiofónica*, definida ésta como el arte de combinar adecuadamente los distintos elementos que constituyen el mensaje con el fin de persuadir al destinatario del mismo (MERAYO, 1992: 17).

Partiendo de los propósitos comunicativos del emisor, receptor, y contenido del mensaje radiofónico, SANABRIA dice: "*existen cuatro grandes categorías de*

*contenidos: informativos, persuasivos, formativos o culturales y diversivos. Acaso sea necesario añadir que no existen tipos enteramente puros, que éstos coincidiendo se entremezclan en un mensaje" (SANABRIA, 1974: 298).*

Por tanto, entretenir, formar, persuadir e informar no son funciones que aparezcan en estado puro. Desde luego, se producen hibridaciones. Por ejemplo: un programa musical, si está radiofónicamente bien concebido, es ante todo entretenimiento y formación estética. Pero también es información y ese carácter debe ser el que el emisor otorgue al programa. Asimismo, deberá como cualquier otra emisión radiofónica, captar la atención del oyente, o lo que es lo mismo, persuadir.

Las funciones de la comunicación radiofónica se operativizan a través de la programación. Ésta ha sufrido una serie de cambios. Es así que la evolución de la programación radiofónica ha menoscabado el concepto *género*, pues, con el paso del tiempo los géneros informativos, dramáticos, concursos y musicales, han evolucionado a nuevos programas fruto de mezclas e hibridaciones entre diversos géneros (HUERTAS y PERONA, 1999: 31-32).

Pero a pesar de la hibridación de los géneros, GUITIÉRREZ y PERONA (2002: 12) también señalan una contradicción: "*la homogeneización de la oferta programática, parecidos programas con contenidos similares en franjas horarias que entran en competencia, etc., pero esta mimesis alcanza también a la forma, es decir a la aplicación que del lenguaje radiofónico se hace. No en vano, es frecuente sintonizar análogos recursos expresivos, bajo el supuesto de que si le funcionan a un emisor también pueden resultar válidos a otros*".

La comunicación radiofónica, a través de la programación y sus contenidos, cumple una serie de funciones ante la audiencia, que desarrollamos a continuación. Cabe insistir que las funciones no son excluyentes unas con otras, al contrario, pueden enriquecerse por sus múltiples combinaciones entre ellas.

#### **9.1.2.1. FUNCIÓN PERSUASIVA**

Los clásicos definían el concepto *discurso* en el sentido más amplio de la palabra, como la persuasión sobre cualquier asunto. En sentido para ARISTÓTELES "*la retórica es la facultad de considerar en cada caso lo que cabe para persuadir*, (o el) *arte de dar al lenguaje la eficacia suficiente para deleitar o commover*" (MERAYO, 1992: 18).

Las estructuras retóricas son las que deben aportar ornamentación y cuyo fin práctico es el de commover o entusiasmar al público. Un acto de habla debe ser correcto y estilísticamente adecuado en un contexto específico, lo que exige un efecto óptimo en sentido estratégico; estrategia determinada por la aplicación de estructuras retóricas (MERAYO, 1992: 18).

Como en su día señaló QUINTILLANO, las tres categorías clásicas: *delectare*, *docere* y *movere* corresponden respectivamente a las funciones de formar, entretenir y persuadir. Se debe recordar que, "*docere*" apela a la razón, a la demostración intelectual. El "*delectare*" busca persuadir mediante la diversión, mientras que "*movere*" se dirige a los afectos mediante apelaciones apasionadas al público. En la retórica de la comunicación colectiva, se parte siempre del *movere*, y es una condición todavía más radical en el caso de los mensajes radiofónicos.

En el caso de la radio interactiva, debe buscar desde el primer momento de cada programa, captar la atención del público para que permanezca a la escucha. Tal pretensión es inexcusable para la radio dadas sus condiciones:

I) la radio es un instrumento "*ciego*" de comunicación, sus únicos recursos son la voz, el silencio, el efecto de sonido y la música. Como la radio no tiene la atracción propia del lenguaje visual, obliga al emisor a utilizarlas con toda eficacia.

II) el carácter gratuito de la radio conlleva una menor motivación del destinatario para permanecer a la escucha.

III) una recepción gratificante, el radioyente puede simultáneamente emprender otras actividades mientras escucha la radio. Algo que no sucede con el programa de televisión.

IV) No obstante lo anterior, en la radio se evidencia la barrera cultural. La radio debe compartir los mismos códigos con su audiencia para generar un intercambio de mensajes, caso contrario no se dará el proceso de comunicación como tal.

El emisor radiofónico debe tener en cuenta estas peculiaridades, para incentivar la atención del oyente mediante los recursos expresivos y retóricos, con los que cuenta el medio.

El discurso radiofónico utiliza apelaciones directas con el fin de mantener la atención y el interés del oyente, recursos que no están necesariamente dirigidos a la razón, ni pretenden un divertimento, ya que pueden conseguir la adhesión a través de apelaciones emotivas.

*"Esto es posible gracias a las estructuras retóricas del lenguaje y de lo que podríamos denominar la retórica musical. No es difícil así descubrir recursos retóricos especialmente de repetición, amplificación y apelación que -combinados en adecuada armonía con los efectos, los silencios y la música- es decir, convenientemente ambientados, constituyen el arte de la expresividad radiofónica, encaminada a captar la atención y mantener el interés y la escucha del oyente"* (MERAYO, 1992: 21).

#### **9.1.2.2. FUNCIÓN DE ENTRETENIMIENTO**

La vocación espectacular de la radio, y su función de entretenimiento, no significa que los mensajes suministrados resulten intrascendentes y vacíos. La distracción es el elemento primario, en cualquier tipo de emisión radial. Con independencia de la intención del comunicante, los oyentes de los mensajes utilizan éstos como fines de descanso y distracción, y lo hacen de tres maneras complementarias: percibiendo como juego, espectáculo, y como medio de evasión.

#### **9.1.2.3. FUNCIÓN FORMATIVA**

La formación puede favorecerse desde la radio, como desde cualquier otro medio de comunicación, porque a través de ella, puede difundirse belleza, verdad y bondad, elementos constitutivos y trascendentales de la realidad (MERAYO, 1992: 24).

Para que el proceso formativo sea eficaz se requiere una predisposición voluntad del oyente a aportar cierto esfuerzo. Por su parte, el emisor radiofónico, no debe olvidar que la formación no es exclusiva de determinadas materias y que la cultura no queda circunscrita a ciertas manifestaciones.

La función de formar no sólo se manifiesta a través de los contenidos emitidos, sino que se materializa también, en los modos de elaboración y presentación de tales mensajes.

*"Entendida como interpretación de datos procedentes del entorno, como configuración de actitudes y valores de respuesta al entorno mismo, la formación puede proporcionarse a través de lo informativo, por medio de la persuasión publicitaria, o a través de mensajes divertivos"* (MERAYO, 1992: 25).

#### **9.1.2.4. FUNCIÓN INFORMATIVA**

La función básica intelectual de informar se lleva a cabo, como las anteriores, para satisfacer una necesidad, pero no tanto a través de componentes estéticos o divertivos, sino de la utilidad práctica o del interés inmediato que significa para el oyente el contenido informativo.

La función de informar casi siempre es detectable en el modo habitual con el que actúan los medios masivos. Se ha planteado que las funciones de formar y entretenir no son independientes de las de informar, y que en efecto se engloban en ella.

Los profesionales de la radio pueden testificar que son posibles programas cuya intención principal es la de entretenir, acompañar y divertir. No obstante, algunos consideran que todo lo que se emite por radio es información.

A este respecto, CEBRIÁN HERREROS (1983) señala el carácter informativo del medio y la vinculación que se establece en la radio entre la información y la actualidad:

*"La información le ofrece al hombre lo que sucede a su alrededor, en sus proximidades espaciales y temporales, tanto en el acaecer excepcional como en el ordinario de manera exacta, veraz y actualizada. Lo más actual es precisamente la aproximación en el mismo instante en que se produce o se conoce el hecho, la idea o el dato y desde el mismo lugar en que ha sucedido. La radio nació precisamente para acercar en directo esa realidad informativa al hombre"* (CEBRIÁN HERREROS, 1983: 16).

En síntesis, los contenidos radiofónicos informativos han de ser básicamente entretenimiento porque la expresividad de la radio tiene una inclinación natural hacia el espectáculo. Un espectáculo que busca persuadir la atención del oyente, debe ser radiofónicamente formativo y contener un interés informativo de actualidad.

Una vez que hemos revisado hasta aquí las funciones básicas de la comunicación radiofónica, las mismas que se expresan a través de los contenidos informativos, persuasivos, formativos o culturales y divertidos, nos preguntamos ahora ¿cuáles serían las funciones específicas de la radio educativa?, y ¿cómo se aplican éstas en la radio educativa? La respuesta a estas preguntas es lo que se desarrolla a continuación.

### **9.1.3. FUNCIONES DE LA RADIO EDUCATIVA**

Las emisoras de radio culturales educativas tienen las siguientes funciones específicas operativas:

#### **9.1.3.1. FUNCIÓN EDUCATIVA**

La radio resulta apta para la orientación social, laboral y técnica, sobre todo en regiones aisladas, en donde son importante las emisiones radiofónicas de contenidos prácticos. Es una tarea de "*radio servicio*" como apoyo para actuar en un entorno vital,

social y generar transformaciones culturales. Desde esta perspectiva utilitaria la radio servicio se refiere a todos aquellos mensajes, espacios o programas que rinden una utilidad inmediata y práctica a los oyentes; por ejemplo, la información al público con avisos, cartelera, consejos prácticos, indicaciones sobre circulación vehicular, etc. (MUÑOZ y GIL, 1988: 106).

Juan DÍAZ BORDENAVE -citado por KAPLÚN (1978: 33)- argumenta: «*la comunicación y la educación tienen por objeto ayudar a la persona a problematizar su realidad tanto física como social. En ella se busca estimular la inteligencia del hombre, para que ella crezca en el sentido de hacer más compleja su estructura y más rápido y flexible su funcionamiento*». En ella el sujeto «aprende a aprender» y razona por su cuenta, pues según este autor «*lo que el adulto carente de educación necesita no es sólo tantos conocimientos, sino instrumentos para pensar*».

Una educación que cultive más la inteligencia que la memoria. En un constante ejercicio de inteligencia y voluntad, una educación liberadora que devuelva al hombre su propia humanidad. BORDENAVE insiste que «*el mayor triunfo de este tipo de educación es la toma de conciencia de la propia dignidad, del propio valor como persona, de la libertad esencial que el hombre tiene para realizarse plenamente(...)*» (KAPLUN, 1978: 35).

Para BALSEBRE, también es importante una “*pedagogía de la escucha*” que intente desarrollar las facultades de concentración, atención, aprender a hacer la diferencia entre *oír*, que consiste en percibir por el sentido del oído, y *escuchar*, que es prestar atención de manera activa para oír mejor. La pedagogía de la escucha, en un proceso comunicativo radiofónico tan condicionado por la instantaneidad de los mensajes, alimentaría el grado de inteligibilidad de la palabra, la velocidad de emisión del discurso, la calidad vocal del locutor y el ruido ambiental (BALSEBRE, 1994: 218 – 219).

#### **9.1.3.2. FUNCIÓN CULTURAL**

La cultura es cultivo, es todo factor enriquecedor de la personalidad que le ayuda a ser más libre, a comprenderse a sí mismo, a entender a quienes le rodean y transformar su entorno. Su importancia, volumen o intensidad dependerá, por una parte, de la calidad del mensaje, y por otra, de su efecto en cada oyente. Hay mensajes que no son semilla de conocimientos, pero preparan el terreno intelectual de los receptores para futuras siembras culturales o sirven de abono a mentes ya preparadas (MUÑOZ y GIL, 1988: 100-101).

Según MUÑOZ y GIL, la radio en su función cultural tiene grandes posibilidades:

- *Recoger los hechos culturales de la historia que aún se conservan y transmitirlos*

Hay tradiciones, cuentos, leyendas, canciones, que tienen su origen en tiempos lejanos y que se han transmitido oralmente de generación en generación. Muchos de estos tesoros culturales, folklóricos o no, se encuentran en peligro de desaparecer. La radio, como medio de captación, conservación y difusión sonoro, tiene la oportunidad de impedir que se pierdan y olviden.

- *Servir de espejo de la cultura*

La primera tarea del radiofonista es considerar lo que es patrimonio cultural y determinar qué elementos tienen valor y la originalidad con que merezcan ser traspasados a los oyentes. Entonces, la tarea es transmitirlos de forma inteligible para que sean bien comunicados.

- *Enriquecer la difusión de lo cotidiano*

Íntimamente relacionada con la anterior, está la forma de enriquecer en lo posible lo cotidiano desde el punto de vista del significado, del lenguaje y la estética.

Las posibilidades del profesional radican en su preparación intelectual y académica, en el rigor del planteamiento, en el lenguaje que utilice y en la forma técnica en que presente los mensajes. Porque hasta en el tratamiento formal de temas aparentemente nimios se puede contribuir a enriquecer el acervo cultural de la audiencia.

- *Interrelacionar los diversos ámbitos de la cultura*

La radio debe ser como un "*cordón umbilical*" de comunicación con los lugares donde se toman las decisiones políticas que les atañen y donde existen más opciones para acceder a la información y a la formación.

- *Ser vehículo de las culturas regionales*

La participación en el conjunto de las emisiones se concibe como una desconexión que da paso a programas simultáneos de difusión limitadas. En este sentido, las cadenas desaprovechan las posibilidades de difundir a escala nacional programas elaborados desde los ámbitos regionales, con contenidos propios que sirven para estrechar los vínculos culturales con otras regiones.

- *Estimular la creación de cultura*

La radio puede fomentar la creación literaria, artística o científica. Al difundir los hechos culturales de los creadores o especialistas, hace posible que su trabajo tenga eco. Los radiofonistas pueden organizar actos, promover certámenes o recabar colaboraciones, lo cual constituye un estímulo cultural valioso.

- *Investigar en materia de comunicación audio-cultural*

Todavía falta aprovechar el vehículo sonoro de la radio como medio de expresión de cultura. Sin embargo, el lenguaje tiene un potencial comunicativo suficiente como para adaptarse a los más diversos canales. Un ejemplo es la "*geofonía*", o descripción de un lugar por medio de sus sonidos; difundir este tipo de programas es muy valioso.

Desde el lenguaje de la radio, BALSEBRE ubica las funciones de la radio. Los radioyentes hacen suya la comunicación radiofónica en su contacto diario. Son distintos los géneros y los programas de la radio en donde se conjugan una variedad de funciones, tales como la “radio-servicio”, la “radio-compañía”, la “radio-ritmo”, la “radio-ambiente musical” y la “radio-información”, pero a través de un idioma propio: el *lenguaje radiofónico* (BALSEBRE, 1994: 8).

#### **9.1.4. TEORÍA DE LA PROXIMIDAD**

La radio es el medio que mejor aleja la soledad. La radio de servicio desempeña una función acompañante; el oyente se identifica con el presentador, quien le mantiene agradablemente ocupado durante sus actividades rutinarias. Pero también hay un deseo de participar en la vida social; es decir, no sólo de oír, sino también de hacerse oír.

La teoría de la proximidad informativa explica que el interés, la capacidad de captación y la utilidad individual de los mensajes, decrecen a medida que el canal comunicativo se hace más distante y complejo (MUÑOZ y GIL, 1988: 20).

La radio juega con un elemento de fácil asimilación intelectual: el sonido. Con respecto a otros medios (televisión), tiene obvias desventajas de espectacularidad, pero gana en la proximidad al receptor: es un *medio “caliente”*.

Esta condición favorece la capacidad de crear mitos. El locutor o el actor radiofónico trascienden de su dimensión personal para convertirse en símbolos. Pueden ser admirados o denostados, o ambas cosas a la vez, pero no cabe duda que juegan un importante papel social. Contribuyen a convertir los actos individuales en hechos sociales.

En la radio, el destinatario *oye* la palabra de otro en condiciones de gran proximidad sensorial. La voz es un signo naturalista y de enorme expresión humana; esta proximidad sensitiva se da porque se habla a un *oyente* concreto, no a una *audiencia* en general (BAREA; MONTALVILLO, 1992: 11-12).

BAREA (1998: 178) plantea que para representar el espacio interpersonal a través del sonido siempre se recurrió a trucos técnicos, pues con ellos era posible fingir la distancia. La “distancia oída” o intuida en la información del sentido del oído, es sobre todo una construcción retórica; implica a los hablantes/emisores entre sí y al espacio virtual entre hablantes con el oyente/receptor. No obstante, sin modificar la tecnología de captación/transmisión de sonido es posible obtener procedimientos de raíz expresiva oral capaces de escenificar virtualmente en un plano fónico la distancia interpersonal, el volumen de los cuerpos, o las magnitudes espaciales referidas.

Este autor, halla una serie de indicadores de distancia interpersonal para la radio que no tienen como soporte exclusivo la tecnología. Estos artificios retóricos complementan, refuerzan y fundamentan la sugerencia de espacio físico virtual que parecerá tridimensional, *“hasta visible, tangible, sabroso y con color, allá donde la dimensión es única: un sonido en el tiempo”* (BAREA, 1998: 178).

Los indicadores de distancia no vinculados a la tecnología serían, entre otros, la administración del silencio (BALSEBRE, TERRÓN), predominio de lo verbal o vocal (STANISLAVSKI), rigor en la dicción, grado de formalización del lenguaje, aspectos de ritmo, silencios y prosodia, formatos fónicos, forzamiento del tono o el timbre, respeto de los turnos de intervención, riqueza de la información fonoestésica (RODRÍGUEZ BRAVO), diferencias relativas entre trancos sonoros consecutivos (BALSEBRE), etc. En otras palabras, los indicadores anotados, podrían suplir la evocación de la distancia interpersonal, sin importar únicamente la cantidad de sonido (BAREA, 1998: 179).

En el caso de la radio educativa interactiva, es básico superar las limitaciones de la unisensorialidad, ausencia del interlocutor, perceptor condicionado y fugacidad de la información, mediante la potenciación del estímulo a la creatividad, por medio de técnicas radiofónicas creativas. Todo esto circunscrito en una visión participativa de la comunicación, cuyo programa radiofónico educativo debe incorporar los requerimientos de la audiencia, promoviendo la empatía y la identificación para lograr una eficiente comunicación interactiva entre la radio educativa y los oyentes.

La familiaridad con el código y con las propuestas narrativas de los programas es un factor inductor y de refuerzo de la participación comunicativa del oyente. Una de las consecuencias psicológicas de la participación es la atenuación de la separación entre el sujeto y el objeto de percepción, a través de los efectos de proyección o empatía y de identificación. La representación artificial, radiofónica, de la realidad tiende a convertirse de esta manera en “*vivencia real*”. Tomando el concepto de *empatía* como punto de referencia –la empatía descrita como la capacidad de percibir los sentimientos y emociones de los demás como si fueran propios-, resultan comprensibles los niveles de eficacia comunicativa que en el proceso de percepción radiofónica consiguen algunos profesionales de la comunicación radiofónica (BALSEBRE, 1994.: 222 – 223). Por ejemplo, en el caso de la *Radio escuela IRFEYAL*, en las entrevistas que hicimos a los estudiantes de la muestra, algunos anhelaban conocer al profesor-locutor Juan Carlos BOADA, porque -según ellos- era una persona que compartía sus angustias, necesidades y buscaba soluciones a los problemas cotidianos.

#### **9.1.5. COMUNICACIÓN INTERACTIVA**

El meollo de esta tesis aborda el tema de la radio interactiva con cuyos elementos trataremos de analizar las clases radiofónicas *del Instituto Radiofónico Fe y Alegría (IRFEYAL)*, de ahí que sea importante estructurar esta teoría que dará luces para nuestro propósito.

La teoría de la información denomina “*feed-back*” a la respuesta que el receptor del mensaje da al emisor. Es el eco o la reacción -favorable o no- en dirección inversa a la del proceso convencional de la comunicación. La respuesta puede ser a través del mismo canal o medio. El *feed-back* o retroalimentación implica la interacción entre productores y receptores a través del establecimiento durante las transmisiones del programa y el “*derecho de comentar o criticar*”.

El *feed-back* es una forma de participar en el proceso de comunicación a través de la manifestación o constatación de actitudes. Sin embargo, hay otras formas de participación más efectivas: aquellas que suponen una influencia real en los mensajes, bien aportando contenidos, bien orientándolos o controlándolos.

Bertolt BRECHT (1932) ya había planteado en su *Teoría de la Radio*:

*"La radio podría ser el aparato más formidable de comunicación que imaginarse pueda para la vida pública, un sistema de canalización enorme, o mejor dicho, podría serlo, si supiera no solamente hacer que el oyente escuchara, sino que hablase; no aislarlo, sino ponerlo en relación con los demás. Sería preciso que la radio, abandonando su actividad suministradora, organizase este aprovechamiento por obra de los mismos oyentes"* (BRECHT, citado en: IBARRA, 1991: 61).

PRADO (1981) cuestiona que las potencialidades anunciadas por BRECHT no se han llevado a la práctica y propone. Otra estructuración del medio, que interrelacionase la fuente con el receptor, habría conseguido la “comunicación colectiva ideal” cuyo objeto último es la *interacción*, o mejor dicho, el proceso de asunción mutua de papeles por los dos polos. Y sin una abusiva persuasión unidireccional, sino recurriendo a la comunicación y estímulo social, así como al debate y al intercambio de roles, atenuando la división obsoleta entre emisor y receptor (PRADO, 1981: 13-14).

Por su parte, KAPLÚN (1997: 83-84) plantea una proposición para analizar la comunicación en la educación basado en un modelo dialógico: “*dime qué comunicación prácticas y te diré qué educación propugnas*”. Si lo que se enfatiza es inseminar contenidos y/o moldear comportamientos, lógico es que se opte por una *comunicación-monólogo*, de locutores a oyentes; pero cuando se aspira a una educación encaminada a formar sujetos autónomos, críticos, creativos y ciudadanos participantes, entonces practicamos la *comunicación-diálogo*, entendida como intercambio o *interacción*, en una relación comunitaria y solidaria, comunicación que en lugar de entronizar locutores potencie *inter-locutores*.

Se habla de los medios de comunicación de masas, pero la multiplicidad de las fuentes de emisión de mensajes y el desarrollo tecnológico están causando la desmasificación de los canales. En vez de que unos pocos mensajes vayan destinados a gran número de receptores, infinitos mensajes se distribuyen ahora a través de los nuevos medios de comunicación a grupos más reducidos y diferenciados.

Por otra parte, no está tan clara la división entre emisores y receptores, puesto que existe no sólo un intercambio en la comunicación, sino también una real interacción y de modo más claro y evidente en la radio comunitaria.

La patentización de las opiniones, actitudes e intereses de los receptores influyen en los emisores, lo que produce así un fenómeno de *retroalimentación*. La proximidad que caracteriza a la comunicación radiofónica, en cuanto a la distancia imaginaria emisor-receptor, convierte a la audiencia de este medio en especialmente propensa a la respuesta, a exponer sus opiniones sobre los mensajes. Este tipo de comunicación se denomina también comunicación recíproca, pues, los elementos combinan continuamente sus papeles: el emisor se convierte en receptor y éste en emisor; es decir, es la comunicación de retorno, que se realiza en forma inmediata (RAZA, 1994: 80).

Como ya hemos dicho, en la actualidad el término “*participación*” tiene un sentido nuevo. Es una consecuencia del ejercicio democrático y una manifestación del derecho a la libertad de expresión. Esto ha entendido la radio comunitaria y permite que los oyentes participen en algunos procesos de gestión y producción de la emisora (LEWIS y BOOTH, 1992: 240-241).

La participación de la audiencia se daría en las siguientes formas:

1. *Contacto con la audiencia para tomar decisiones en la programación radiofónica*, ya sea: I) mediante cogestión: en la política de programación, se tiene en cuenta la conveniencia y los gustos de la comunidad, interviniendo activamente las asociaciones de oyentes y los consejos asesores, o II) a través de la autogestión.
2. *Contacto con los oyentes como parte integrante de los programas*. En este caso desempeña un papel fructífero la radio comunitaria, pues su ámbito de difusión es más delimitado, entonces se plasma de mejor manera la opinión, la actitud y reacción de la comunidad, frente a hechos considerados importantes.
3. *Contacto para valoración de programas mediante la investigación de audiencia*. La mayoría de las radios comunitarias realizan pequeñas investigaciones o sondeos, que

aportan datos cuantitativos y cualitativos, que redundan en beneficio de los actores del proceso.

Como vemos el fenómeno de la interactividad no es nuevo. La comunicación humana es una comunicación interactiva por excelencia. No obstante, con el propósito de delimitar este concepto, se cita a PRESTANARI (1994), para quién el fenómeno de la interactividad es el "*proceso comunicativo en el cual tanto el comunicador como el fruidor participan activamente, de manera correlativa y recíproca para determinar el efecto (o significado)*" (HARO, 2000: 277).

A partir de esta definición, es preciso resaltar tres ideas importantes, I) la presencia de interlocutores en un contexto de interacción, II) los interlocutores participan de manera activa, correlativa y recíproca, cumpliendo un doble rol de emisor-receptor, y III) la acción de los dos polos participantes que conlleva un efecto. Así la participación del receptor puede traducirse en una selección (interactividad de selección), o en la contribución a la creación del mensaje, o a la modificación de su sentido (interactividad de contenido) (HARO, 2000: 278).

En síntesis, el receptor no sólo es parte del sistema, como sucedía anteriormente, sino que pasa a tener un rol decisivo, de participación activa en el proceso comunicativo. Sin embargo, la participación no es completamente libre. El aprendizaje histórico sugiere un acceso guiado del receptor.

A continuación revisaremos la relación entre los mensajes y la audiencia, como elementos fundamentales en el sistema de la comunicación radiofónica, además de la fuente.

#### **9.1.6. RELACIÓN MENSAJE AUDIENCIA**

La relación que existe entre el mensaje y la audiencia es importante, puesto que de ella depende el contenido y la forma del mensaje a emitir. A continuación se detalla lo que implica esta relación y las características que debe tener el mensaje para tener eficacia:

- a) El mensaje debe estar conformado de tal manera que atraiga la atención del receptor a quien se intenta llegar.
- b) El mensaje debe emplear símbolos que estén en relación con la experiencia común de la fuente y del receptor, de manera que se entiendan y armonicen.
- c) El mensaje debe respetar las necesidades individuales del receptor y sugerir alguna forma de cubrir sus necesidades.
- d) El mensaje debe sugerir alguna forma de llenar sus expectativas, que sea apropiado con la situación del grupo en que se encuentra el receptor.
- e) El mensaje debe tener significado para el receptor. Debe ser apropiado para él. El contenido determina la audiencia.
- f) El mensaje debe ser puesto en términos sencillos. Las palabras deben significar la misma cosa tanto para el receptor como para la fuente. Cuanto mayor distancia tenga que recorrer el mensaje, éste debe ser lo más simple (LÓPEZ FORERO, 1976).

Para PRIETO (1990), cada sistema de difusión pone requerimientos a quien va a elaborar el mensaje. Cada medio tiene formas específicas del lenguaje, a las cuales está habituada la audiencia.

En cuanto a la *referencialidad* (alusión al tema), todo mensaje es una versión de algo. Muchas veces llega a tener mayor peso social la versión, que la realidad a la que ella alude. En un mensaje no sólo se trabaja con una conciencia clara de los contenidos, sino que las formas son también fundamentales. El autor sostiene que el éxito de los mensajes dominantes está en ellos, y en la manera en que la población percibe las cosas, en los códigos estéticos vigentes, en los códigos de interpretación.

Los mensajes se escogen según la intencionalidad del emisor y su relación con el perceptor. Es decir, que el mensaje depende de lo que quiere obtener el emisor y de cómo ve el emisor al perceptor. El emisor se evalúa asimismo y evalúa a los destinatarios. De esta evaluación depende el modo en que se habla, en que se alude a un tema: el modo de elaborar el mensaje. Evaluar significa atribuir un valor a los demás y el mensaje es elaborado según tal atribución. El mensaje está sujeto a un proceso de selección temática y referencial, donde se pone en juego la intencionalidad del emisor,

donde se intenta, o no, distorsionar algo, conducir o dirigir la conciencia ajena (PRIETO, 1990).

Según Francisco GARCÍA (1997: 46) "*Las imágenes mentales comparten bastantes propiedades en su funcionamiento con los elementos figurativos de la realidad que representan*". Esta afirmación es de gran interés para la formación de la imagen del locutor y del propio receptor. A través de la voz no sólo identificamos al locutor, sino que lo imaginamos y generamos juicios de valor, deducimos las emociones que le embargan. Pero no sólo los receptores tienen imágenes de los locutores, sino que éstos también crean las suyas respecto a los oyentes. En principio la imagen que el receptor tiene del emisor está relacionada con el grado o nivel de presencia del locutor en el acto comunicativo. Naturalmente el grado de presencia tendrá consecuencias importantes en la comunicación con respecto al *feed-back* y relaciones de intercambio comunicativo (GARCÍA, F., 1997: 47).

#### **9.1.7. EL MENSAJE RADIOFÓNICO**

Para COHEN (1983), el estudio de las características del mensaje radiofónico debe efectuarse en función del medio, de los componentes del mensaje, del sentido auditivo y del receptor.

El mensaje en función del medio radio:

1. *Inmediatez*: el tiempo que transcurre entre la emisión de la voz y la percepción de la misma es prácticamente nula, por lo cual el mensaje llega de inmediato. Esto supone la eliminación de factores de tiempo y espacio.
2. *Unidad*: la inmediatez y simultaneidad hacen del mensaje una unidad de emisión sucesiva, alcanzable sólo en el presente y muy difícilmente en el pasado.
3. *Irrepetibilidad*: cada mensaje radiofónico es distinto de los demás; tiene su propio contenido, su momento propicio, su técnica, etc.

4. *El mensaje en función del sentido auditivo:* la recepción sonora no requiere preparación cultural o técnica previa como ocurre con la lectura o el análisis de imágenes en movimiento. Esto explica la amplia utilización de la radio para emitir programas educativos y culturales.
5. *El mensaje en función del receptor:* la recepción de mensajes sonoros supone una ampliación del campo auditivo, lograda por medios tecnológicos. Las ondas hertzianas no conocen otros límites que los derivados del equipo técnico o incapacidades económicas, físicas o idiomáticas.

Por otra parte, según COHEN, para que un mensaje radiofónico sea eficaz, se deben considerar los siguientes factores:

*Claridad:* se refiere a los aspectos técnico electrónicos y a los técnico radiofónicos. También coopera en la claridad del mensaje la aptitud fonatoria, la inteligencia y la cultura verbal.

*Comprendibilidad:* se obtiene disminuyendo los desajustes culturales entre emisor y receptor, y utilizando códigos comunes que permiten lograr la mayor difusión posible.

*Adecuación:* la eficacia de cada mensaje aumenta en la medida en que ha sido tratado con la técnica adecuada al medio y al propio contenido. La adecuación supone un dominio consciente del medio, contenido y condiciones de recepción.

*Factores de audiabilidad:* comprenden las circunstancias de recepción del mensaje (en casa, campo, auto, aula, solo, acompañado, etc.) y los tipos de relación: ambiental, compañía, atención concentrada y selección intencionada (COHEN, 1983).

El mensaje radiofónico se inscribe en una comunicación funcional, cuya semántica genera un intercambio de ideas, conceptos, relaciones interindividuales, pero simultáneamente el mensaje de la radio sorprende, emocionada, excita la sensibilidad del radioyente, a través de los niveles denotativo y connotativo.

Para BALSEBRE (1994: 163) “*el Mensaje Radiofónico es la sucesión ordenada y continua, sintagmática, de los contornos sonoros de la realidad, representada por la palabra, la música, los efectos sonoros y el silencio, y clasificados según el sistema semiótico del lenguaje radiofónico*”.

En el contexto secuencial de la significación radiofónica, donde el mensaje se localiza en una cadena significante de relatos, el concepto sintagmático tiene un valor decisivo en el proceso de percepción y atribución de sentido. Una producción de sentido en función siempre de la relación significativa que establecen entre sí los acontecimientos sonoros siguientes con los precedentes. Por ejemplo, el uso descriptivo de la música radiofónica, definirá el relato y la asociación sintagmática de unas imágenes auditivas con otras en el proceso de percepción que desarrolla en su imaginario el radioyente, como si se tratase de una “*película radiofónica*” (BALSSEBRE, 1994.: 105).

#### **9.1.8. LA AUDIENCIA**

COHEN (1983) sostiene que la audiencia es uno de los principales factores que condicionan la actividad de la empresa radiofónica, por ser la destinataria de los mensajes y quien justifica su existencia.

La audiencia condiciona al medio cuando el mismo medio lo permite, cuando su propósito es servir a las necesidades del público y no servirse de él para saciar intereses económicos o políticos.

Si existe conciencia de que la radio es un vehículo de inapreciable valor para transmitir cultura, para formar, educar, se permitirá que la audiencia condicione los mensajes. Este condicionamiento surge de los estudios de audiencia, de las consultas a los oyentes, de sus deseos y opiniones.

Este autor afirma que en un estudio de audiencia es necesario conocer datos de carácter general (estratificación social, ocupación, costumbres, etc.) y datos específicos (nivel de estudios, grado de instrucción, prestigio social, interés por las cuestiones

públicas, deseos de participación, necesidades informativas, musicales, artísticas, culturales, educativas, etc.). En los estudios de audiencia, también se deben considerar las condiciones de recepción del mensaje.

El lugar y las circunstancias que rodean al oyente configuran distintas formas de escucha, relacionadas con el grado de interés y la actitud ante la emisión radiofónica. Así, se identifican cuatro tipos de escucha:

1. *La radio ambiente*, utilizada sólo como medio musical o de palabras.
2. *La radio que se escucha*, utilizada durante el desarrollo de alguna actividad paralela y a la que se presta una atención marginal.
3. *La atención concentrada*, cuando el oyente aumenta el volumen de su aparato receptor, rechazando los ruidos del ambiente y concentrando la atención en el mensaje.
4. *La radio selección*, supone el grado máximo de interés, cuando el oyente selecciona determinado programa.

De estos tipos de escucha se derivan las actitudes en el oyente: "oír" como simple percepción, "escuchar" como actitud más activa, "atender" que implica una intencionalidad y "comprender" como resultado de escuchar y atender, cuya finalidad es asimilar. PRADO (1983) retomó un esquema con los diversos tipos de fruición de los mensajes, los mismos que aún continúan en vigencia:

**OÍR RUIDO-SONIDO.** El oyente enciende la radio para que produzca un flujo de ruido, sonido. Es decir, enciende desprovisto de cualquier intencionalidad comunicacional. Solo desea romper el silencio que lo circunda sin implicarse en los mensajes.

Este estilo es el típico de quien debe tener la mente ocupada en algo que no le gratifica. También es el caso de quien se encuentra en una situación de introspección y necesita una presencia viva a su alrededor para continuar el soliloquio.

La radio, como ruido de fondo, sirve de testigo de vitalidad y no tiene ninguna función más que cuando se enciende por hambre de estímulos. Este estilo representa la expresión de una orientación de audición *monopersonal*.

**AUDICIÓN-AFILIACIÓN.** El oyente enciende la radio para encontrar una persona que habla, empujado por el deseo de entrar en contacto con otros.

La ventaja es doble: la radio no solo asegura compañía constante sino que consiente al individuo mantener en la relación una posición pasiva. La radio se hace cargo del costo mantener activa la relación, dejando que el individuo se afilie cuando sienta necesidad.

La radio no es apreciada por lo que dice o por quién habla, sino porque transmitiendo cualquier cosa, asegura la presencia de una voz, una compañía.

Esta posición se caracteriza como profundamente manipuladora frente a los mensajes emitidos, no reconocidos en su especificidad de significado sino instrumentalizados en función del propio deseo.

Paradigmática, en este sentido es la fruición de la radio como "compañero imaginario"

**AUDICIÓN-PARTENERSHIP.** Es la relación de la radio con el oyente, además de satisfacer sus propios deseos de reconocimiento y aceptación, identifica más allá del canal un interlocutor que se manifiesta expresando ideas, valoraciones, reflexiones, estados de ánimo, etc.

La radio ya no es para el oyente una voz confusa. Entrar en relación con una u otra voz se convierte en el problema fundamental del oyente ya que aquí la relación significa una implicación interpersonal, de confrontación de las propias ideas, de confirmación o negación de sus valores en un plano de "partnership".

**AUDICIÓN VOYERÍSTICA.** El oyente enciende la radio movido por el deseo de saber qué ocurre en el mundo, pero se mantiene ajeno a los hechos.

En este caso escucha sin exponerse. Curiosea, espía, descubre lo que se está diciendo sin manifestarse él a su vez. Quiere complacerse, extrañarse, traumatizarse por lo que oye y, al mismo tiempo, pensar que la noticia no le afecta directamente.

En este sentido, es posible identificar un "*voyerismo acústico*" como aspecto sobresaliente en la relación con la radio.

*AUDICIÓN-INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN.* El oyente busca en la radio un auténtico medio de información que la permita "encontrar dentro", participar en los acontecimientos. Además, le permite orientar sus comportamientos teniendo presentes más hechos que aquellos de los que es actor (PRADO, 1983: 239-241).

## 9.2. EL LENGUAJE RADIODÓMICO

Hace años atrás, RIANCHO y SÁNCHEZ (1969) afirmaban que era indispensable que la radio singularice su lenguaje; es decir, que se lo presente con unos rasgos de inconfundibilidad capaces de configurar por sí mismos los caracteres de una técnica privativa.

Hoy, la radio se acerca a su perfección en la medida en que se aleja de todo lo que sea confuso, reiterativo u oscuro. El buen arte radiofónico es un arte de síntesis. El lenguaje radiofónico puede llegar al máximo de eficiencia como instrumento de cultura y entretenimiento. El lenguaje es como una caja de herramientas que señala el dispositivo artesano para que pueda ser hecho en busca de una utilidad social que excluye lo anacrónico, rebuscado, pedante o pesado frente a la levedad del aire popular que tiene que constituir la atmósfera ordinaria de la radio.

Según COHEN desde que se inventó la radio se ha planteado el problema del lenguaje radiofónico. Muchas veces se confunde dicho problema como una simple cuestión morfológica referida a la forma del guión, o a la prestación de los textos para leer.

Para fines de nuestra investigación analizaremos los diversos elementos que configuran el lenguaje radiofónico. Los especialistas manifiestan que el estudio del lenguaje radiofónico comprende dos planos: uno lingüístico (de forma y estilo) y otro temático. En este sentido, el proceso de elaboración de productos radiofónicos es diferente tanto en su producción como en la realización del producto literario.

### **9.2.1. TEORÍA DEL LENGUAJE DE LA RADIO**

La actividad comunicativa empezó con el uso de signos y se vio ligada a esa palabra que le distingue de las demás especies. El hombre puede comunicarse por la acción de presencia, con el gesto y la voz. Se puede servir de la palabra, de viva voz, dirigiéndose al destinatario, cara a cara; ya mediante la radiodifusión, frente a un destinatario que no se ve; ya utilizando la cinta magnetofónica, pudiendo diferir la comunicación a voluntad; ya archivándola en un disco (BENEYTO, 1973: 20).

La expresión de cualquier contenido se produce por el lenguaje; el cual constituye un sistema general de comunicación, ligado a la lingüística, pero también a la paralingüística que da trazos, tonos y variantes.

El lenguaje constituye ontología en acción. Existe en el equilibrio entre la lengua y la palabra. En el lenguaje hablado juegan la lengua y los vocablos: aquélla con factores de constancia o continuidad, ésta en cuanto refleja evolución o mutación. En algunas lenguas el sonido se enlaza con la voz dándola tonos diversos (BENEYTO, 1973: 22).

La voz dispone de un entero círculo de instrumentos pero suele renunciar a utilizarlos. Según BENEYTO (1973) la voz es suficiente para inferir deducciones concretas acerca de quien habla, o de juicios con numerosas referencias contando solamente con la voz, hasta el punto de que la caracterización interna suele ser más limpiamente apreciada y aprehendida que la externa. Con la radiodifusión puede decirse que la voz, que pareció ladeada por la escritura, vuelve a cobrar vida.

### **9.2.2. LENGUAJE RADIOFÓNICO VERSUS LENGUAJE ESCRITO**

Es necesario partir de una radio educativa, de una radio de transformación, y sin entrar de lleno en el tema de la producción, podríamos enumerar algunos de los problemas que entraña, dirigidos específicamente a lo fundamental para nosotros: el lenguaje radiofónico.

Según CASTRO (1997), es el nivel del habla la base del lenguaje radiofónico, y precisamente la clave de la importancia educativa de la radio reside en que si todos hablamos, pocos escribimos, desde el principio de las escrituras hasta nuestros días (CASTRO, 1997: 8).

Por otra parte, la radio y la televisión aunque similares en algunas cosas, pero poseen diferencias que podrían coincidir con las de la literatura y el cine. “*La radio entra exclusivamente por el sentido del oído –como la literatura lo hace por el de la vista-, y se atiene, de forma inmediata, a nuestros sistemas de comprensión por ese medio, y, por supuesto, a la cantidad y calidad de atención y, sobre todo, de imaginación, que podamos agregarle*” (AURA, 1997: 1).

Para BENEYTO (1973), la voz da a la palabra presencia en libertad, en cambio la escritura la violenta. La palabra escrita carece de la fluidez propia de la voz. Pero en contraste y gracias a tal violencia la palabra escrita se matiza y se fuerza hasta lograr concretarse al fijarse. La escritura que ata la palabra es un sistema convencional de dibujos estereotipados que permite comunicar a un tercero un contenido cualquiera. No escribimos como hablamos, sino que tendemos a hablar como escribimos (BENEYTO, 1973: 22).

Según LÓPEZ FORERO (1994), existe una forma de narrar tradicional y la forma de contar radiofónica. No existe un paralelismo entre estas dos formas de narración. La diferencia surge de la propia naturaleza del lenguaje de los medios impresos y sonoros, cuya comparación nos sirve para comprender el alcance del lenguaje radiofónico (LÓPEZ FORERO, 1994: 294 - 295).

Los procesos de creación literarios y radiofónicos difieren desde la intencionalidad y afectan la globalidad de cada medio.

Desde el inicio, cuando se concibe producir una pieza para la radio, el producto radiofónico queda condicionado a ser solamente escuchado. En el proceso creador esto debe ser tenido en cuenta, pues se marca ya un prerrequisito que hace al producto radiofónico distinto del literario. Mientras, en el quehacer literario la acción creadora es individual, en el quehacer radiofónico, el proceso de producción debe contar con la participación de varias personas.

Las posibilidades expresivas de los dos sistemas no son equiparables. La forma de contar en radio difiere sustancialmente de la forma de redactar para cualquier medio impreso. El relato radiofónico puede ser enriquecido con una serie de elementos no utilizables en la obra literaria. La música, los efectos sonoros, el timbre, las matizaciones de la voz, y los silencios, son algo más que meros recursos morfológicos que pueden variar el contenido y la fuerza del mensaje.

Para LÓPEZ FORERO (1994), el mismo hecho de la necesidad de adaptar las obras literarias para su difusión por radio es una muestra de la incompatibilidad de ambos sistemas de códigos. En radio, crear sobre productos preexistentes supone siempre adaptar; es decir, desvirtuar la intencionalidad original para dotarla de una nueva. El trabajo de "recreación" es algo habitual en la radio preocupada en tener un sonido radiofónico.

El modo de contemplación de un producto radiofónico y uno literario es distinto. Uno es pensado para ser leído y el otro para ser oído. Esta diferencia determina una serie de consecuencias en el receptor, que van desde la actitud personal, hasta las repercusiones de orden psicológico derivadas de la lectura y audición: condiciones estática y dinámica; las condiciones del entorno en el momento de la recepción del mensaje y de la actuación de la vista y del oído (LÓPEZ FORERO, 1994: 295 - 296).

Las posibilidades de comprensión de un mensaje impreso y otro auditivo no son iguales. Lo radiofónico es por naturaleza fugaz, mientras que lo impreso es permanente. Cuando escuchamos un mensaje radiofónico, si no lo captamos de una vez, es difícil volver atrás; al contrario, cuando se trata de un material impreso es fácil volver a leer. Esta circunstancia hace que los mensajes radiofónicos sean más difíciles de comprender, a

menos que su estructura y lenguaje sean claros y expresivos. Es decir, la manera de contar de la radio es distinta de la de los medios impresos.

Según MARTÍNEZ ALBERTOS (1977), una oposición menor se da entre lenguaje periodístico impreso y lenguaje periodístico radiofónico. La oposición entre ambos es notablemente menor al contraponer entre un poema escrito y una conversación usual entre hablantes.

Según este autor, el primer elemento diferencial entre ambas lenguas periodísticas radica en la entonación. La lengua escrita tiene la limitación de dar cuenta de la entonación. Los signos de puntuación ayudan de alguna manera a suplir la carencia de entonación en el lenguaje escrito, sin embargo, las diferencias entre las dos modalidades se mantiene igual. Pues, las diferencias fonéticas por razón de la entonación son las más destacables entre la lengua oral y la lengua escrita, pero no son las únicas (MARTÍNEZ ALBERTOS, 1977: 186 - 187).

La otra diferencia es la identificación psicológica que se establece entre el oyente y los sujetos emisores de mensajes orales. *"La identificación entre oyente y personaje de teatro, orador o locutor no es comparable a la impregnación psíquica de la prensa aun en el caso en el que la literatura hace con su arte presente lo ausente, y vivo lo fingido. Esta identificación es el secreto del influjo del periodismo hablado sobre el lenguaje escrito"* (MARTÍNEZ ALBERTOS, 1977: 188).

Por estas razones, el lenguaje radiofónico usa todos los elementos que tiene a su alcance: palabra, sonido, efectos y silencios, con unos criterios de valoración muy similares, sin establecer una valoración jerárquica a favor de la palabra. Es decir, la organización del lenguaje radiofónico es el resultado del empleo armónico y creativo de estos recursos.

La lengua hablada difundida por radio aparece envuelta y protegida por los demás elementos radiofónicos. Incluso en el empleo de la palabra, considerada aislada de los demás elementos radiofónicos, se ha llegado a configurar un estilo literario adecuado al oído, y que puede resumirse en los siguientes enunciados: oración corta, breve; palabra

concreta, sencilla, y con hincapié al final de la oración ((MARTÍNEZ ALBERTOS, 1977: 189).

La radio cuando sale del amateurismo en los años treinta, comienza a profesionalizarse. La producción para radio procuró nuevos empleos en la industria y el comercio; aparecieron nuevas profesiones. La radio al irse desarrollando define nuevas profesiones: realizador, productor, locutor, animador, periodista, entrevistador y presentador, entre otros.

Al transformarse en un asunto profesional, los programas de radio se especializan. Muchas emisiones retransmiten actividades que no han sido concebidas para la radio: conciertos, canciones, obras de teatro, conferencias, lecturas de libros o periódicos; pero poco a poco, bajo la influencia de la nueva técnica, aparecen nuevos géneros: radioteatro, novelas radiofónicas cuyo efecto sobre el auditorio puede ser sorprendente, como *La guerra de los mundos*, que salió al aire el 30 de octubre de 1938, provocando en los habitantes de Nueva York una gran psicosis al imaginar una invasión de marcianos, escrita por Orson WELLES (ALBERT; TUDESQ, 1993: 40 - 44).

FAUS BELAU (1995) al referirse al nacimiento del lenguaje radiofónico manifiesta que el bloque de palabras se vio pronto enriquecido con lecturas en la radio de todo tipo: poemas, cuentos y relatos breves, hasta llegar a la lectura de obras completas por capítulos. Este fue el nacimiento de las *soap-operas* (o seriados radiofónicos).

Las características de las obras literarias no se adaptaban a las necesidades de la radio. La programación obliga a la creación de un lenguaje distinto: la literatura radiofónica. Esta nueva actividad del modo de expresar radiofónico interesa a muchos autores, a saber: BERTOLT BRECHT, HEINRICH BOLL, PRIESTLEY, GUNTER EICH, ORSON WELLES Y FRIEDRICH DURREMAT, entre otros. En la primera etapa domina la lectura de obras de la literatura frente a la producción radiofónica. En cuanto al bloque de música, la actividad es más variada. Se utiliza el fonógrafo y el gramófono como instrumentos para reproducir música, pero también se contratan solistas instrumentales y vocales. Más tarde, la radio sale a transmitir en directo conciertos, recitales y óperas. Con la aparición de la

grabación eléctrica (1926) se abre una nueva etapa en la programación radial, pues se refuerza la música con lecturas ante el micrófono (FAUS BELAU, 1995: 29 - 31).

Según HUERTAS y PERONA (1999: 18) comprender las peculiaridades del medio radiofónico junto a las propiedades del sentido del oído ayuda a entender que una composición textual válida para un diario no resulta eficaz en radio, pero no preocupa tanto la redacción sino la locución radiofónica. La no permanencia de los mensajes en el tiempo (fugacidad) y, en consecuencia, el aparecer siempre uno tras otro (secuencialidad) determina que el oyente deba escuchar los textos de principio a fin. En cambio en los medios impresos la disposición de la lectura es establecida por el propio receptor.

*"En el ámbito radiofónico, los aspectos que se derivan de uno y otro código son muy importantes, ya que se trata de realizar un texto para ser hablado y no leído. Por esta razón se hace necesario ir todavía más allá del lenguaje escrito, de la composición textual y del código oral, para adentrarnos en la pragmática, que hace referencia directa al habla"* (HUERTAS y PERONA, 1999: 19), y así tener éxito en la comunicación radiofónica.

### **9.2.3. CONCEPTO DE LENGUAJE RADIODÍGNICO**

Entendemos por "*lenguaje*" el sistema de signos que permite la comunicación entre las personas. Este principio hace que bajo la denominación de lenguaje tenga acogida una serie de manifestaciones, unidas todas por un nexo común: el intento de comunicación. Decir algo a alguien, por el medio que sea, es emplear un lenguaje. Que ese algo sea entendido depende de que emisor y receptor tengan un código o sistema de signos en común (BENITO, 1991: 829).

Según el *Diccionario de Ciencias y Técnicas de la Comunicación*: "El lenguaje radiofónico se ha hecho más directo, más acorde con el habla real y coloquial de las poblaciones, con sus giros, modismos y expresiones, lenguas y dialectos, aunque algunas radios conservan un estilo uniforme y un lenguaje radiofónico normalizado como el de hace años" (BENITO, 1991: 1216).

MUÑOZ y GIL (1989: 21) entienden por *lenguaje* "el sistema de signos con los que el ser humano se pone en comunicación". Es decir, a través de este sistema se manifiesta lo que se siente y piensa en un momento determinado. Y para estos autores, el "lenguaje radiofónico" es el conjunto de elementos y signos que intervienen en el proceso radial para crear imágenes. Estas imágenes son sonoras, auditivas, pero casi siempre se convierten en visuales en la mente del receptor. Las imágenes sonoras son estímulos que se transforman en representaciones visuales en el pensamiento del oyente. Así, el lenguaje radiofónico es el lenguaje sonoro de la radio (MUÑOZ y GIL, 1989: 21).

Aunque los principios básicos de las leyes teóricas de la comunicación han estado establecidos en el clásico circuito *boca-oído*, si existe un medio que concreta la forma directa del proceso diferencial de este circuito comunicativo, ese es la radio (SUSSMAN, 1995: 55).

Al margen de las palabras, sonidos y silencios, como forma de producir un "código" para una comunicación comprensible y coherente, la radio nos presenta una serie de utilizaciones de ese código, en forma de programación, que constituye el aspecto "mensaje" del medio. Pero, a más del mensaje y del código, en la radio existen dos factores complementarios a tener en cuenta: el uso del medio en sus vertientes sociales y culturales. Por lo que, la aceptación de la existencia de un lenguaje radiofónico, queda refrendado con la inclusión de estos dos factores complementarios, conformando así una estructura semiótica (SUSSMAN, 995: 56).

Según Jimmy GARCÍA (1998), la pregunta clave en el *lenguaje radial* es "el cómo lo decimos", pues no vasta con decir las cosas sino saberlas decir. Hablar con claridad; que la voz demuestre la seguridad de nuestros conceptos; que no haya incoherencia en las ideas, nerviosismo en los planteamientos, porque lo contrario sería que no estamos seguros de lo que decimos (J. GARCÍA, 1998: 161).

Las expresiones deben tener matiz, color, fuerza, sentimiento, lo cual debe reflejarse en la voz. Para cautivar a la audiencia, debemos hacer lo mismo que el pescador con sus anzuelos: que sean llamativos, inquietantes y que inviten a esperar que se despeje una

incógnita. Pues, lo que se oye, lo registra el subconsciente, a diferencia de lo que se ve, que lo registra el consciente.

Lo que se oye va a los sentimientos y lo que se ve, al entendimiento. Entonces, los mensajes orales deben ser más *sugestivos* y *sugerentes*; que sean las palabras las que formen esa imagen en cada uno de los oyentes, y ellos le den forma y vida, de acuerdo a sus propias vivencias y su relación de ideas (J. GARCÍA, 1998: 163).

En síntesis, el *lenguaje de la radio debe tener un contenido claro, simple y concreto, que cuente cosas y exprese realidades*, que no se pierda en los malabares del estilo o en la vaguedad de la retórica. Debe ser fruto de la experiencia, del razonamiento, de la motivación creadora y sencilla. El lenguaje radiofónico debe producir atención, interés, deseo y acción, como subraya Jimmy GARCÍA.

En la comunicación masiva, la radio no conoce la identidad de sus oyentes, pero hoy en día sabemos que la comunicación radial se ha personalizado. Más aún en el caso de los estudiantes de los programas de radio educativa como en el caso de la radio escuela de IRFEYAL. Los estudiantes y las audiencias abiertas escuchan algunos programas porque casi todos los contenidos son programados en forma especial y con antelación.

Esto permite hablarle al oyente en un tono de mayor confianza, con lenguaje familiar, en un diálogo verdadero, en el cual el oyente es un interlocutor activo, pues, los locutores conocen a sus oyentes, a quienes se están dirigiendo desde la radio.

Según Emili PRADO (1983), las *radios libres europeas* han hecho una contribución al lenguaje radiofónico desde su propia naturaleza. Los sujetos que se expresan por medio de este tipo de radios abandonan el lenguaje formal de la radio oficial o convencional. Abandonan el lenguaje estereotipado, frío, estructurado de una clase social. Un lenguaje que tiende a la creación de *argots* sofisticados y hasta incomprensibles para aquellos miembros que no pertenecen a la categoría que los creó (PRADO, 1983: 111).

Las radios libres producen cambios en el lenguaje, por ejemplo, en Italia han sustituido el italiano uniforme de la radio oficial por los acentos locales. Los locutores hablan del

mismo modo que los habitantes de sus pueblos y comunidades; por primera vez, desde los orígenes de la radio italiana, se emplean palabras del lenguaje popular (PRADO, 1983: 111.).

Como corolario de la discusión precedente, usamos la definición de lenguaje radiofónico de Armand BALSEBRE (1994: 26), para quien el lenguaje radiofónico es “*el conjunto ilimitado de mensajes sonoros del lenguaje radiofónico es el resultado de un número finito de normas y transformaciones (códigos, gramática normativa), aplicadas a un número limitado de sistemas expresivos (palabra, música, efectos sonoros)*”.

En esta *primera aproximación*, BALSEBRE trata la definición del lenguaje radiofónico como un proceso endógeno, a partir de sus elementos constitutivos. Pero desde una perspectiva estructural global, la definición del sistema expresivo del lenguaje radiofónico integra también a las unidades constituyentes, que determinan su significación en el contexto comunicativo.

En la segunda aproximación, dos nociones son consideradas como elementos constitutivos, a saber:

- 1) La noción *tecnología*, como un proceso que deforma la señal sonora original, cuyos recursos expresivos influyen en la codificación del mensaje sonoro. La codificación de éste no puede soslayar que el mensaje percibido e interpretado por el oyente mediante la reproducción sonora, no recoja fielmente la señal original.
- 2) La noción *oyente*, como el elemento que *asigna* significado al mensaje en el proceso interactivo de la comunicación radiofónica. El oyente imagina (producción de imágenes auditivas) según las limitaciones de operación de su sistema sensorial adaptado a las condiciones del contexto de la escucha radiofónica.

BALSEBRE propone una estructura del sistema semiótico radiofónico compuesta por tres elementos: I) lenguaje radiofónico (palabra, música, efectos sonoros y silencio), II) tecnología (recursos técnico/expresivos de la reproducción sonora) y III) oyente (percepción radiofónica).

Los dos momentos de aproximación demuestran la complejidad significativa del sistema del lenguaje radiofónico; pero aun conociendo las limitaciones que supone toda reducción a una proposición breve y comprensiva, -el autor- nos propone una definición más completa del tema que nos ocupa: “*Lenguaje radiofónico es el conjunto de formas sonoras y no sonoras representadas por los sistemas expresivos de la palabra, la música, los efectos sonoros y el silencio, cuya significación viene determinada por el conjunto de los recursos técnico-expresivos de la reproducción sonora y el conjunto de los factores que caracterizan el proceso de percepción sonora e imaginativo-visual de los radioyentes*” (BALSEBRE, 1994: 27).

El lenguaje radiofónico está formado por cuatro sistemas sonoros y no sonoros, que son: la palabra (expresión del lenguaje verbal radiofónico: redacción y locución); la música (lenguaje de las sensaciones); los efectos sonoros (lenguaje de las cosas); el silencio (sistema de signos compuesto por un significado, un significante y un intérprete) (GUTIÉRREZ y PERONA, 2002: 21).

Según los autores citados, de los cuatro sistemas, es la palabra radiofónica la que domina el proceso creativo. Es tal su importancia que, en ocasiones, la concurrencia de los otros sistemas se presenta como complemento pero no como recursos expresivos. “*Así, la música, los efectos sonoros y el silencio se acaban convirtiendo en elementos de refuerzo del lenguaje verbal*” (GUTIÉRREZ y PERONA, 2002: 21).

No obstante, nuestros autores nos hacen una advertencia fundamental. Es la tendencia a sobredimensionar la capacidad semántica de la palabra radiofónica frente a la del resto de sistemas, lo que suele conducir a un abuso del lenguaje verbal, cuando la música o el silencio pueden expresar con la misma intensidad un mensaje que se pretender emitir (GUTIÉRREZ y PERONA, 2002: 23).

El conocimiento del lenguaje radiofónico habilita al emisor para la construcción de productos radiofónicos más creativos donde cada sistema ocupe un lugar, aportando la riqueza de matices que se desprenden de su capacidad expresiva. El emisor debe tener un dominio sobre las características del lenguaje radiofónico y adecuar sus expectativas en los géneros, para respetarlos o propiciar innovaciones. Cada una de las formas sonoras y no

sonoras que configuran este lenguaje pueden cumplir diferentes funciones en el seno de un producto radiofónico y a partir de ese cumplimiento cobran su significado. Los recursos técnicos expresivos, sonoros y no sonoros, junto con los que emergen de las características propias del medio, aportan a la construcción del mensaje radiofónico.

Además GUTIÉRREZ y PERONA (2002: 22) hacen hincapié en el contenido y en la forma, es decir, en la semántica y en la estética del mensaje radiofónico. “*Contenido y forma son inseparables y ambos han de guardar un equilibrio en el nivel de influencia que tienen en el proceso de creación radiofónica*”.

#### **9.2.4. ELEMENTOS DEL LENGUAJE RADIOFÓNICO**

Los elementos que intervienen en la realización de la comunicación radiofónica aportan suficientes valores para ser considerados imprescindibles; sin embargo, la palabra es indispensable, dentro del conjunto llamado lenguaje radiofónico. La palabra, a través de las ondas radiofónicas, permite conseguir una comunicación directa entre locutor y oyente, como si se tratara de un mensaje personalizado, íntimo, único y sobretodo convincente (SUSSMAN, 1995: 60-61).

Sin embargo, BALSEBRE (1994: 29) asevera que la utilización de la música y los efectos sonoros en la producción de enunciados significantes, como signos sustitutivos de una determinada idea expresiva o narrativa, pueden llegar a superar el propio sentido simbólico y connotativo de la palabra.

Según SUSSMAN, la radio, para producir su propio código de comunicación, requiere de la sucesión de sonidos ordenados que, según el proceso de comunicación radiofónica, marcan diversos estados, distintos significados y conceptos, que configuran un código de información semántica.

La clasificación de los elementos del lenguaje radiofónico, basados en una terminología sencilla y de fácil aplicación, es la siguiente:

- 1.- "*palabras*": conjunto de elementos del lenguaje verbal, que utilizan las personas para comunicarse entre sí.
- 2.- "*música*": forma sonora que coordina las relaciones entre diferentes temas, supeditados a la intensidad, timbre, tonalidad, ritmo, duración, etc.
- 3.- "*efecto*": grupo de sonidos (ruidos) naturales o creados, que permiten la comprensión de un mensaje, en el proceso de la comunicación radiofónica.
- 4.- "*silencio*": espacios de duración más o menos extensa, que ayudan a restablecer el justo valor en la combinación entre los tres anteriores términos (SUSSMAN, 1995: 61).

CURIEL (1997) recupera la naturaleza física del sonido radial (intensidad, dirección, refracción) para incursionar en su dimensión estética. Además, enfatiza en dos elementos constitutivos: 1) el que reúne las unidades mínimas del sonido radiofónico, y 2) el que contiene la estructura de la comunicación artística radial.

El primer elemento descubre posibilidades acústicas novedosas. El segundo, recupera, recobra y rehace una práctica olvidada. En el primer caso, CURIEL habla de "*radiosemas*"; en el segundo, simplemente, del guión. Su conjunción insufla el lenguaje de la radio (CURIEL, 1998: 5).

En este sentido, el autor da cuenta de seis "*radiosemas*": palabra, música, efectos especiales, ruidos, silencio, sonido puro. Palabra múltiple, música ya compuesta o por componer, efectos mínimos o complejos, ruidos del hombre o de la naturaleza, silencios elocuentes y sonidos "*geométricos*".

Todo lo cual está sujeto al guión no como *script* sino como estructura. "*En efecto, en tanto el script alivia lo relativo a la fonografía o diagramación de los sonidos en el papel, la estructura resuelve la cabal realización radial. El de la radio es un idioma que va más allá de la palabra*" (CURIEL, 1998: 5).

Para BALSEBRE todo los recursos expresivos fundamentan el sentido simbólico, estético y connotativo del lenguaje radiofónico. Por lo cual, es necesario que el productor radiofónico se acerque al proceso creativo con una actitud diferente, conjugando equilibradamente la dialéctica forma y contenido, información semántica/información

estética; y en el proceso de aprendizaje de los códigos del lenguaje radiofónico, dotando de cierta primacía a la forma sobre el contenido (BALSEBRE, 1994: 30).

Los profesionales de la radiodifusión han dejado sentado que cada fórmula de comunicación tiene una particular forma de presentarse. Un programa musical, en una tertulia política, o en una dramatización literaria, la presentación de la información estará condicionada por el contenido de la misma.

Así, cada comunicación, a causa de su contenido, exige una particular manera de ofrecer el mensaje. Cada mensaje, además de utilizar variantes del código general adaptados a sus necesidades particulares, y algunas veces, la ignorancia de la amplitud de posibilidades que cada comunicación permite, impide comprender la magnitud de expresión que nos ofrece la radio (SUSSMAN, 1995: 58).

Si evaluamos los distintos conceptos semióticos que estructuran el lenguaje radiofónico, tendremos que llegar a considerar la intervención de otros factores especiales, tales como:

*La tecnología aplicada.-* Se refiere a una serie de recursos mecánicos y técnicos que condicionan la señal original del mensaje, al ser sometido a posibles deformaciones; curvas de respuesta, efectos externos o alteraciones de sonido, que reducen la calidad de la grabación y transmiten el mensaje en condiciones menos objetivas.

*El medio ambiente.-* Significa que la presentación del mensaje puede ser manipulada al final con relación al momento, al lugar, a la ocasión, o al ambiente en que sea recibido, provocando una interpretación distinta a la esperada en el mensaje original.

*El oyente y su posicionamiento.-* Es el eslabón final de la cadena, cuya estrategia interactiva debe dejar en claro el concepto, evitando que el sistema sensorial del receptor sea sometido a limitaciones, que le alejen del deseo de continuidad en la escucha radiofónica.

Por su parte, LÓPEZ VIGIL (1998) manifiesta que la radio es sólo sonido, voz, pero una triple voz: I) la voz humana, expresada en las palabras; II) la voz de la naturaleza,

del ambiente, llamados efectos sonoros; y III) la voz del corazón, de los sentimientos, expresados a través de la música.

Las tres voces tienen igual importancia, lo que postergar una, o eliminarla, podría debilitar y empobrecer el lenguaje radiofónico. Igual que un pintor sin colores azules, rojos en la paleta, la seducción de la radio no se logrará sin explotar todas sus posibilidades sonoras, sin una original combinación de las tres voces mencionadas.

Lo propio del lenguaje musical es crear un clima emotivo, calentar el corazón. La música le habla prioritariamente a los sentimientos del oyente. Pero en un programa de radio, es la voz la que protagoniza la emisión, mientras las otras dos refuerzan el mensaje. La palabra gana color y calor con los efectos de sonido y la música (LÓPEZ VIGIL, 1998: 61).

La voz informa, explica, dialoga, acompaña, conversa. Hace avanzar el debate periodístico o la trama de la novela. El tono de la voz debe ir cargado de emoción. "*Y de buen uso de palabras concretas permitirá despertar imágenes auditivas en la mente del receptor*" (LÓPEZ VIGIL, 1998: 61).

Según BENEYTO (1973: 33) "*los juegos de la voz se han llevado a ensayos de radioteatro mediante el encolado del sonido, jugando con las sílabas, componiendo frases desveladoras, reproduciendo tópicos; en fin, produciendo estímulos acústicos*" .

Así, las palabras, los efectos sonoros, la música se complementa con el silencio para producir los mensajes radiofónicos, cuidando la presentación tanto de forma como de contenido; pues, ambos elementos combinados equilibradamente permitirán una mayor perceptibilidad por parte de los oyentes.

Asimismo, TERRÓN BLANCO (1991), luego de hacer un estudio exhaustivo del lenguaje radiofónico y del silencio en particular sobre su papel en la estructura del mensaje radiofónico, llega a las siguientes conclusiones:

La radio posee un lenguaje propio, cuya sintaxis está compuesta por cuatro elementos básicos: palabra, música, efectos sonoros y silencio. En el lenguaje radiofónico los elementos prioritarios son la palabra y la música. Y dependiendo del tipo de programa y formato se utilizará más la palabra o la música, combinados con los demás elementos sonoros y no-sonoros (silencio). Con el proceso de recepción del mensaje, en la memoria del radioyente se recrea una serie de imágenes auditivas, dependiendo, por supuesto, de la calidad del mensaje radiofónico.

Un elemento importante que interviene en el mensaje radiofónico y en la construcción de las imágenes auditivas en el oyente, es el silencio radiofónico, el cual está determinado por el contexto que le permite significar; pero también actúa en el *contexto-medio* que le convierte en un elemento importante del lenguaje radiofónico (TERRÓN BLANCO, 1991: 473-474). “*El silencio, que si bien es cierto es considerado como problemático en la programación radial, en los radioteatros es vital para generar emociones y apelar a la afectividad de los oyentes*” (CUELLO RIVEROS, 2001: 352).

Así, el lenguaje radiofónico es exitoso cuando es rentable, comprensible, moral y útil como estrategia de comunicación interactiva entre los actores del proceso de la comunicación radiofónica: radio y oyentes, es decir, entre emisores y receptores.

Fernando CURIEL, en el *Primer Congreso Internacional de la Lengua Española*, realizado en México, en 1997, nos recuerda a don ALFONSO REYES, quien en 1945 pronosticó:

*"Al cine, la épica; a la radio, la oratoria. Entendemos por oratoria todo aquel sistema sustentado en la retórica en que SÓCRATES fundaba las bases del humanismo político y que QUINTILLANO organizó un verdadero programa de educación liberal"* (CURIEL, 1998: 56).

Prosigue ALFONSO REYES: *"Entendemos por oratoria la educación de la sociedad por el hombre que ora o habla, a través de los recursos de la persuasión, servidos por el encanto artístico"*. Y concluye este autor mencionando, la radio “*es instrumento de primer orden en esta educación que nos espera más allá de los años pueriles y juveniles*,

*más allá de las escuelas, en el aire mismo de la vida, y que acompaña sin remedio toda nuestra existencia y la va modelando a lo largo de nuestros días”* (CURIEL, 1998: 56).

En la visión de este autor, la radio sustituye al ágora, se alza como nueva oratoria, sirve a la pedagogía de la sociedad, no sólo al escolar sino también al adulto; en suma, la radio será un nuevo arte de plena ejecución sonora.

Por su parte, BALSEBRE nos ayuda a comprender cómo es posible que el oyente aprenda de los mensajes radiofónicos, para lo cual es necesario saber cómo percibe el oyente los productos sonoros de la radio. Una pregunta básica es la siguiente: ¿el radioyente cómo percibirá el mensaje radiofónico cuando las impresiones sensoriales son únicamente auditivas?.

Según BALSEBRE, el acto de percibir también comprende el acto de imaginar en radio. La imaginación es un sentido interno que permite evocar y reproducir impresiones sensoriales y perceptivas en ausencia de sus objetos. El oyente conserva los datos suministrados por los sentidos externos, así como las percepciones, y los reproduce en ausencia del estímulo excitante, entonces se evoca una imagen. La imaginación en el proceso de percepción radiofónica será ese sentido interno que, con los datos proporcionados por las sensaciones auditivas y el conocimiento que el radioyente tiene de la realidad referencial, construye una imagen a partir del objeto sonoro percibido, o sea la *imagen auditiva* (BALSEBRE, 1994: 198; ver también BALSEBRE, 1986).

La radio comunitaria educativa permite en el oyente, sobre todo estudiante, una serie de aprendizajes a partir de la evocación de imágenes auditivas, las cuales amplían el conocimiento que tienen los estudiantes sobre una determinada materia o tema de estudio. Los alumnos participan de una comunicación interactiva con el telemaestro, a quién no le ven pero realizan lo que él les pide a través de la radio: saltan, recitan, escriben y hasta realizan ejercicios corporales en el segmento de educación física.

#### **9.2.5. LOS GÉNEROS RADIOFÓNICOS**

El canal elegido como medio para producir un hecho comunicativo no es un simple portador de señales. Es un verdadero código de comprensión cultural, un modo convencional reconocido por emisores y receptores para establecer un tipo especial de comunicación (MATA y SCARAFÍA, 1993: 27).

Como se dijo, el discurso radiofónico está integrado por componentes verbales y no verbales. Es decir, por elementos lingüísticos (las palabras), sonoros y no-sonoros (efectos, silencios) y musicales. Además, forman parte del lenguaje radiofónico los componentes llamados modos expresivos, que son los modos en que se organizan y presentan sus diversos programas.

Uno de los modos expresivos son los “*géneros*”. Un género es una estrategia comunicativa que implica ciertas reglas o leyes de producción y que da por resultado mensajes de diferente tipo. Otro de los modos expresivos del lenguaje radiofónico son los “*formatos*”, o sea estructuras particulares propias de cada género (MATA y SCARAFÍA, 1993: 28).

Y por último, están los modos expresivos llamados “*recursos*”, que son modalidades o técnicas de exposición y transmisión de las ideas o contenidos que no se corresponden estrictamente con un género en particular, sino que pueden utilizarse o formar parte indistinta de varios de ellos (MATA y SCARAFÍA, 1993: 29).

Las tipologías que organizan a los géneros son tan variadas como sus definiciones. Sin embargo, lo importante es preguntarse cuáles son los géneros programáticos que hoy están vigentes y a qué necesidades comunicacionales dan respuesta (LÓPEZ; PINILLA; DÁVILA, 1996: 138).

Mauro WOLF (1984) en una investigación sobre géneros televisivos hace un análisis acucioso sobre los géneros y la complejidad para poder clasificarlos debido a las imbricaciones y la hibridación de sus contenidos y formas. Este autor parte de la siguiente definición:

*"Los géneros se entienden como sistemas de reglas a las cuales se hace referencia para realizar procesos comunicativos, ya sea desde el punto de vista de la producción o de la recepción"* (WOLF, 1984: 189). El género se presenta como un *racimo* de propiedades textuales e intertextuales, por lo que no es fácil definir un género sólo partiendo de las intenciones de los emisores o de los contenidos presentados, o por los efectos sobre el oyente, o por su forma expresiva. La proliferación y la mezcla de géneros hace complejo y difícil su reconocimiento (WOLF, 1984, 196).

Considerando la advertencia de Wolf; los géneros son casilleros de producción y son también modos de relación que establecen emisores y receptores (LÓPEZ VIGIL, 1997: 129), cuyas clasificaciones deben ser consideradas sólo con fines de sistematización.

Desde los orígenes de la radiodifusión, tradicionalmente se han clasificado en tres los géneros. Los géneros "históricos" son: el dramático, el informativo y el musical, cada uno de los cuales aprehenden la realidad desde diversas ópticas: lo político, lo lúdico y el placer como puentes de identidad entre productores y oyentes.

Según MARTÍ, tradicionalmente ha existido una línea clasificatoria, aceptada por los responsables de las radios, en la cual el punto de referencia obligado para establecer una tipología de programas era su contenido. Así, se clasificaban en informativos, culturales, musicales, etc., según la temática predominante (MARTÍ, 1990: 32). Esta línea de clasificación en función del contenido ha sido aceptada entre los programadores españoles, en primer lugar con la clasificación de los géneros tradicionales y luego con la incorporación de los nuevos, aparecidos a partir de la liberación de la información en la radio. Este modelo clasificatorio, basado en el parámetro del contenido, considera seis grandes grupos de programas: informativos, culturales, dramáticos, musicales, variedades y programas especializados. Y a cada una de estas unidades grandes de tratamiento corresponden subgéneros clasificados a partir de un criterio de regularidad. Por ejemplo, a partir de esta idea, en el área de informativos se integrarían los siguientes programas: Avance, Boletín, Noticario, Diario Hablado, Informativo Mixto, Edición Especial, etc. (MARTÍ, 1990: 33). El género informativo ha sido habitual en los contenidos de actualidad, sobre todo, con relación a los asuntos de carácter político; y claramente reconocible en la oferta programática de la radio española.

Sin embargo, el criterio de contenido restringe una mayor descripción y muestra las limitaciones de esta clasificación al no profundizar sobre otro tipo de regularidades que pueden hacer posible un mejor reconocimiento de los géneros. Este problema ha sido detectable en la oferta programática española. Por ejemplo, con relación a la estructura típica de un Magazine se incluye una variedad de programas, algunos de los cuales contienen, además de la información, otros elementos, ya sean lúdicos, musicales, etc. De esta manera, en el apartado de Musicales se incluirían los siguientes subgéneros: programas de música clásica, programas de música moderna, entre otros (MARTÍ, 1990: 35).

La tendencia que se dio en las radios OM de Europa fue la de convertir su programación al estilo "All Talk" americano, la música adquirió un carácter residual como elemento diferenciador de programas y se integró en los grandes contenedores tipo Magazine. Pero en donde si ha tenido un peso específico propio ha sido en las FM, donde llegó a definir su estilo y programación en función del tipo de música y su actualidad, tal como ocurría en la radio americana (MARTÍ, 1990: 35).

No obstante, existen otras lecturas posibles para establecer las clasificaciones genéricas de los programas radiofónicos; por lo cual, *"procede delimitar un marco referencial más ajustado a la oferta actual, atendiendo a las tres características señaladas por WOLF: la intertextualidad, los condicionamientos impuestos por el aparato empresarial-productivo y la originalidad; esta última a partir del parámetro de lo nuevo o de la recreación de los elementos constitutivos básicos de los géneros"* (MARTÍ, 1990: 40).

Como vemos, los contenidos y las formas del discurso radiofónico son cambiantes, los géneros programáticos sufren una variedad de transformaciones que incluso pueden provocar su desaparición. Asimismo, durante la evolución histórica del discurso radiofónico se han ido consolidando diferentes modelos programáticos como marcos referenciales de los aspectos formales de este discurso. Así, un modelo programático constituye un arquetipo del diseño de programación. Igual como vimos en relación a la clasificación de los programas, los modelos pueden definirse también a partir de contenido y estructura (MARTÍ, 1990: 81-82). Aunque en ocasiones, los modelos pueden definirse

también según la época, la temporada, géneros predominantes, tipo de destinatario, frecuencia en los cambios de programas, por el área de difusión, etc.

Según el criterio de definición a partir del contenido, las programaciones se clasifican en dos grandes grupos:

- 1) Convencional o tradicional (programas variados)
- 2) Especializada o radio-fórmula (contenidos similares en todas las horas).

El modelo convencional a partir de la estructura se clasifica en:

- A) Mosaico (habitual, con programas aislados)
- B) Bloque (programas de muy larga duración)
- C) Continuidad (la información es prioritaria en cualquier momento).

**Programación convencional.-** Una programación denominada *convencional* es asimilable a los términos *servicio general*, *radio total*, *servicio completo*, *tradicional*, etc. El modelo de programación convencional se inscribe en un contexto cambiante de los aspectos formales y de contenido. Esta voluntad de reflejar los diferentes aspectos que definen el entorno cultural y social constituyen la motivación básica de la programación convencional y también su principal característica, la variedad de géneros y de contenidos. Una variedad de programas a lo largo de una unidad de tiempo referencial (día, semana, etc.) hace posible conseguir diferentes audiencias para los espacios. Y la segunda característica, que este aspecto introduce, es la distribución de los programas según los niveles de audiencia, definidos por los segmentos de horarios (MARTÍ, 1990: 84). Los tipos de programación convencional son tres: mosaico, bloques y continuidad, cada uno de los cuales es ampliamente explicado por MARTÍ en su libro *Modelos de programación radiofónica*.

**Programación especializada.-** "Las radio-fórmulas o radios de formato constituyen una variante de la radio especializada. Este tipo de programación ha sido definido de maneras bien distintas, una de ella diferenciándola de la radio de programación convencional en función de la primera tiene dos características básicas: la especialización de sus programas y la segmentación de la audiencia, mientras que la segunda se distingue por lo contrario: audiencia universal y programas variados"

(MARTÍ, 1990: 101). La radio especializada es un modelo de programación definido por unos contenidos monotemáticos, ya sean musicales, informativos o de otro tipo, destinado a segmentos específicos de la audiencia, y se configuran como arquetipos bien diferenciados.

La radio especializada tiene dos modalidades, la *Radio monográfica* y la *Radio-fórmulas*. La primera, se especializa en contenidos concretos, de tipo musical, informativo, participativo, etc., servidos a partir de géneros programáticos diferentes y distribuidos en programas de diversa duración y realización. Como no obedece a una estrategia de conexión con hábitos sociolaborales de la audiencia, no acostumbra a realizar una segmentación horaria de la oferta.

En cambio, la segunda, la *Radio-fórmula* es una radio especializada en contenidos y que mantiene una estructura formal repetitiva que actúa a la manera de un único programa para cada día y toda la semana. Su realización es unitaria y homogénea. La especialización puede darse en emisoras AM o FM. Este tipo de radios buscan satisfacer de forma inmediata un gusto especializado del público y en ese momento (MARTÍ, 1990: 102).

Regresando al tema de la clasificación de los géneros de la programación radiofónica, según HUERTAS y PERONA, el grupo investigador de EUROMONITOR, de la Universidad Autónoma de Barcelona, diseñó una clasificación propia para la programación televisiva, y que para evitar el problema de usar únicamente el concepto de *género*, incorporó dos nuevos conceptos, el de *macrogénero* y el de *microgénero*. Luego esta tipología fue adecuada al terreno de la radio en un estudio sobre la programación radiofónica en Cataluña. Allí, se establecieron diez macrogéneros: Información, Música, Entretenimiento, Ficción, Deportes, Religión, Cultura, Participación, Divulgación y Diverso; y además se creó un listado de géneros y microgéneros específicos (HUERTAS y PERONA, 1999: 32-33).

Según MARTÍ, el uso de estas tres variables sirve para determinar con exactitud el carácter de un programa radiofónico. Estos indicadores son capaces de reflejar, a más del contenido, los aspectos tales como la estructura formal de un segmento y la audiencia meta a la cual va dirigido el programa (MARTÍ, 1996: 76).

La distinción entre *macrogénero* y *género* es fundamental porque este último término ha sido utilizado indiscriminadamente y nos ha hecho caer en el error de tipificar un informativo sobre música como una emisión musical. Lo mismo sucede con un Magazine, género que incorpora diversos espacios o secciones, pero que bien puede ser únicamente deportivo, religioso o de entretenimiento. El *microgénero*, por su parte, es un tercer nivel de análisis que permite abordar un alto grado de especificidad para clasificar un programa. Además, el *microgénero* también evidencia el perfil de la audiencia de la emisión analizada. Veamos tres ejemplos de los presentados por el autor en su estudio (ver Tabla 11, en: MARTÍ, 1996: 77).

Macrogénero:	MÚSICA
Género:	INFORMATIVO
Microgénero:	JAZZ, BLUES, ÓPERA, CINE...

Macrogénero:	ENTRETENIMIENTO
Género:	MAGAZINE
Microgénero:	OCIO, CULTURA, JUVENIL...

Macrogénero:	DEPORTES
Género:	INFORMATIVO
Microgénero:	DIVERSO, FÚTBOL, ESQUÍ...

Por otra parte, en América Latina, un equipo de capacitadores de radio ensayó una nueva tipología para los géneros radiofónicos, durante un taller de formadores, realizado en octubre de 1994, bajo la coordinación de CRISTINA ROMO, catedrática del ITESO de Guadalajara, México, y José Ignacio LÓPEZ VIGIL, de AMARC.

En primer lugar, se establecieron tres categorías para agrupar a los géneros:

- 1) El modo de producir, es decir, de acuerdo a los códigos y reglas desde los cuales se usa el lenguaje, se formulan los mensajes y se produce.
- 2) Las intenciones y objetivos, se refieren a la finalidad que el emisor le atribuye al producto y desde la cual quiere interactuar con el oyente.

3) Los destinatarios o interlocutores, aquellos para quienes se concibe y se espera que consuman el producto.

Tomando como referencia y de acuerdo a estas tres categorías, los géneros quedarían agrupados de la siguiente manera:

**- En función del modo de producción:**

- . dramático
- . periodístico
- . musical

**- En función de las intenciones y objetivos:**

- . entretenimiento
- . participativo
- . educativo
- . cultural
- . informativo
- . publicitario
- . religioso
- . otros

**- En función de los destinatarios o interlocutores:**

- . infantil
- . mujer
- . niños
- . jóvenes
- . adultos
- . otros

En segundo lugar y en función de lo anterior, la relación con los productos radiofónicos la ubican desde el modo de producción. Esta categoría expresa y viene a ser la matriz desde la que se organizan los mensajes:

- *Para el modo de producción dramático*: radioteatro, radionovela, sociodrama, cuña, serie, narraciones, dramatizaciones en general.
- *Para el modo de producción periodístico*: nota, noticiero, entrevista, avances, crónicas, reportajes, comentarios, etc.
- *Para el modo de producción musical*: bailable, clásica, folklórica, rock, etc. (LÓPEZ; PINILLA; DÁVILA, 1996: 139-141).

De todas maneras, el oyente reconocerá el género que le resulte de mayor interés o utilidad, o también aquel que lo gratifique; no obstante, siguen predominando dos géneros tradicionales que configuran el eje de la programación en la mayoría de las radios de la región: *el musical* y *el informativo*. La oferta de toda emisora de radio se configura alrededor de un eje (género) que le da coherencia a la propuesta comunicativa radiofónica (LÓPEZ; PINILLA; DAVILA, 1996: 146).

LÓPEZ VIGIL (1997), en su libro *Manual urgente para radialistas apasionados*, resume otra clasificación de géneros radiofónicos en base a tres puntos de vista:

- *Según el modo de producción de los mensajes*:  
Donde aparecen los tres grandes géneros de la radiodifusión, en que habitualmente se ordenan los tipos de programas que se difunden: género dramático, periodístico y musical.
- *Según la intención del emisor*:  
Género informativo, educativo, de entretenimiento, participativo, cultural, religioso, movilización social y publicitario.
- *Según la segmentación de los destinatarios*:

Género infantil, juvenil, femenino, de tercera edad, campesino, urbano y sindical (LÓPEZ VIGIL, 1997: 127-128).

Para este autor, en estas tres casillas podemos clasificar prácticamente toda la producción radiofónica. No obstante, los modos de relación que establecen los distintos géneros no son esquemas rígidos, sino combinables. Se pueden cambiar, combinar y se deben perfeccionar. Muchas veces se dice que son hábitos del oyente cuando en realidad son rutinas de la producción.

Por ello, en las emisoras de radio siempre han existido tres ambientes o lugares bien definidos para la producción radiofónica: el estudio de grabación para el elenco dramático, la sala de prensa y la discoteca. Por lo que, en función de estos elementos, los tres **géneros fundamentales** de la producción radiofónica han sido: *el dramático, el periodístico y el musical*.

Como ya se indicó, en los inicios de la radio, la lista de géneros se reducía a informativos, dramáticos, concursos y musicales. “*Con el paso del tiempo, cada uno de estos apartados ha ido evolucionando, generando programas nuevos y una amplia variedad de formatos que en muchas ocasiones han sido el resultado de la mezcla de componentes de dos o más géneros diferentes, tal como ya preconizaron los docudramas (mezcla de documental y dramático), uno de los primeros híbridos radiofónicos*” (HUERTAS y PERONA, 1999: 32).

Teniendo en cuenta estos presupuestos y únicamente con un propósito metodológico hablaremos de los géneros dramático, periodístico y musical.

#### 9.2.5.1. GÉNERO DRAMÁTICO

Según LÓPEZ VIGIL<sup>4</sup> “*el género dramático tiene relación con los valores, con la ética. ¿Quién tuvo la culpa, quién tiene la razón? ¿Quién es malo y quién es bueno? Estas preguntas son fundamentales en todo argumento dramático*” (LÓPEZ VIGIL, 1997: 131).

---

<sup>4</sup> Por fines metodológicos hemos considerado pertinente tomar básicamente su propuesta de clasificación de los géneros radiofónicos de su libro *Manual urgente para radialistas apasionados*, Quito, 1997.

El drama es género de ficción, muchas veces se inspira en hechos reales, pero trabaja con lo que podría pasar. Eso sí, aunque estemos en el terreno de la imaginación y la fantasía, la acción que se representa debe ser verosímil, pudo haber pasado. Es creíble.

Existen programas radiofónicos de carácter romántico, de aventuras, de misterio, de terror, eróticas, de ciencia ficción, etc. En definitiva, a cada emoción básica que queremos despertar en el receptor (amor, miedo, risa, ansiedad...) corresponde un subgénero (LÓPEZ VIGIL, 1997: 132).

En este contexto, el género dramático abarca una gama variada de productos radiofónicos, he aquí los más interesantes:

- **En la forma teatral.**- Cuando el acento está puesto en el diálogo y la acción de los personajes, tenemos los radioteatros, radionovelas, series, sociodramas, *sketches* cómicos, personificaciones, escenas, diálogos, monólogos.
- **En la forma narrativa.**- Cuando el acento está puesto en la evocación que hace el narrador, están los cuentos, leyendas, tradiciones, mitos, fábulas, parábolas, relatos históricos, chistes, etc.
- **En las formas combinadas.**- Cuando se cruzan con otros géneros, aparecen las noticias dramatizadas, cartas dramatizadas, poemas vivos, historias de canciones y *radioclips*, testimonios con reconstrucción de hechos.

#### 9.2.5.2. GÉNERO PERIODÍSTICO

El género periodístico se vincula con la realidad, con los acontecimientos concretos. La noticia quiere captar la verdad de los hechos. Estamos ante un género documental: se muestra y se demuestra lo que ha pasado. La información que se presenta debe ser verídica.

*Este género se puede dividir en cuatro subgéneros*, tomando en cuenta la misma historia del periodismo: en sus inicios sólo se hablaba de dos especialidades, el periodismo informativo y el de opinión. En una segunda época, se habló del periodismo interpretativo y

desde hace algunos años se establece un cuarto subgénero, el periodismo investigativo. *"Estas cuatro funciones (enterar, explicar, valorar y revelar) se implican mutuamente, son aspectos más o menos acentuados, que intervienen en toda labor periodística"* (LÓPEZ VIGIL, 1997: 133).

El género periodístico abarca numerosos productos radiales, entre los cuales mencionaremos los más utilizados en América Latina:

- En el *periodismo informativo* están las notas simples y ampliadas, crónicas, semblanzas, boletines, entrevistas individuales y colectivas, ruedas de prensa, reportes y corresponsalías.
- En el *periodismo de opinión* encontramos los siguientes: comentarios y editoriales, debates, paneles y mesas redondas, encuestas, entrevistas de profundidad, charlas, tertulias, polémicos.
- En el *periodismo interpretativo e investigativo* el que más se trabaja es el reportaje.

#### **9.2.5.3. GÉNERO MUSICAL**

Si los géneros anteriores se ocupaban de la bondad y la verdad, el género musical es aquel que se relaciona con la *belleza*, con la *estética*, con la *expresión más pura y espontánea* de los sentimientos.

Como se vio anteriormente, después de la palabra, un segundo componente expresivo importante del lenguaje radiofónico, es la música. Inicialmente las radios emitían la música captada al aire libre o en un local cerrado. Más tarde adaptaron acústicamente sus estudios para orquestas o grupos de cámara, e inclusive mantenían sus propios grupos para la producción musical. Finalmente se descubrió las posibilidades expresivas de la música en radio, como otro elemento importante de su capacidad significativa.

Como se conoce, la radio opera con música tanto en las modalidades de su programación, como en el uso de un lenguaje propio convertido en música (indicativos de programas, avisos, etc.).

GARCÍA GONZÁLEZ (2002: 154) presenta tres grandes usos de la música en la radio:

A) Programático: La radio informa de la música grabada en discos y organizada en forma ajena al propio medio, como por ejemplo, conciertos al aire libre, pero siempre introduce un factor técnico propio.

B) Funcional: La radio utiliza la música para diferentes funciones e introduce un nuevo sentido por el contexto, velocidad o ritmo a que la somete. Así, recibe un nuevo sentido según la intención del guionista: sintonía, ráfaga, fondo, contrapunto, etc. La música de esta forma pierde su autonomía y adquiere un nuevo valor expresivo y funcional.

C) Asimilativo: Se trata de la música creada por la tecnología radiofónica y destinada inicialmente para la radio aunque después se le han encargado otras funciones. Surgió esta utilidad con la creación de la música electroacústica realizada en estudios sonoros de radio.

De esta manera, la radio se presenta como un lenguaje armónico evocador de imágenes abstractas que acompañan los mensajes y sus contenidos. Suple la función visual. Cada oyente crea su propia imagen y sus significados, desarrollándose así múltiples posibilidades creativas (GARCÍA GONZÁLEZ, 2002: 155).

Por su parte, GUTIÉRREZ y PERONA (2002) señalan que, las parrillas de programación proponen múltiples usos de la música en función programática. Las parrillas de programación giran básicamente en torno a tres ejes:

1. Oferta global de una emisora (la música es su contenido esencial)
2. Programa específico (programaciones convencionales)
3. Emisión puntual (en un programa no musical).

*"En el primer caso, la música radiofónica se ha acabado convirtiendo en radiofórmula, emisoras que se especializan en un determinado estilo musical buscando atraer un segmento concreto de la audiencia. La edad suele ser el parámetro a la hora de definir la programación, pero pueden intervenir otros elementos como el nivel cultural, el económico, la procedencia geográfica, el sexo, etc. Estados Unidos es el país que más ha experimentado con este formato"* (GUTIÉRREZ y PERONA, 2002: 41).

Resulta complicado hacer una recopilación completa de todos los tipos de radiofórmulas, ya que sus rasgos definitorios se entremezclan, dando como resultado productos híbridos. En definitiva es una adaptación del modelo americano a las particularidades de un mercado audiovisual y un sector empresarial diferente en su historia y desarrollo. A pesar de esto, existen algunos formatos consolidados en el medio español, entre los más importantes están, la Música de listas, la Música del recuerdo y la Música clásica (GUTIÉRREZ y PERONA, 2002: 42).

*Música de Listas.*- Formato de gran calado para jóvenes y adolescentes. Basan su programación en listas de éxitos de las novedades que las discográficas lanzan al mercado.

*Música del Recuerdo.*- Sus posibilidades son múltiples. Si no emiten las novedades discográficas, el resto de temas musicales se adecuan perfectamente al formato.

*Música Clásica.*- Con claras connotaciones, ya que los temas escogidos para la programación pertenecen a la llamada música culta. Hay varios estilos musicales, pero el factor común es su calidad.

Luego de revisar brevemente los usos, funciones y la programación de la música en la radio, retomamos el tema del género musical como parte fundamental de la comunicación radiofónica.

En este sentido y siguiendo al autor latinoamericano, LÓPEZ VIGIL, el género musical se subdivide en los siguientes *subgéneros*, los mismos que sirven para clasificar las discotecas de las emisoras: música popular, clásica, moderna, bailable, folklórica, instrumental, infantil y religiosa.

El género musical utiliza múltiples productos: programas de variedades musicales, estrenos, música del recuerdo, programas de un solo ritmo, programas de un solo intérprete, recitales, festivales, *rankings*, complacencias y otros (LÓPEZ VIGIL, 1997: 134).

La música constituye uno de los contenidos esenciales de los modelos radiofónicos del mundo. No obstante, los géneros programáticos específicos se encuentran diluidos en el ámbito de las radios FM especializadas en música, concretamente en las radio-fórmulas (MARTÍ, 1990: 49). En el caso español, los principales subgéneros musicales, en un inicio copiados de los modelos sudamericanos, pero pasados a su vez por el filtro norteamericano, han sido, el Diario Musical, los Hits Parades o Listas de Éxitos, los Programas Especializados en música y las Ediciones Especiales (MARTÍ, 1990: 49-50).

En resumen, cada uno de estos sistemas de la producción radiofónica tiene sus propias leyes y características, pero además, su uso ha ido creando normas, hábitos y un *saber-producir* y un *saber-escuchar* que forman parte de la experiencia cultural de una sociedad. Entonces, estos productos funcionan como verdaderos códigos comunicativos, en cuanto hacen posible el intercambio y comprensión interactiva entre emisores y receptores.

### 9.3. CONCLUSIONES

1. La radio es el medio de comunicación social que mejor reproduce la relación interpersonal y el que mejor puede comunicar. La Comunicación Radiofónica es el resultado de una doble dimensión simbólica, tanto del lenguaje hablado, como de su traducción radiofónica y en esta doble dimensión simbólica se produce la comunicación radiofónica interactiva.
2. La radio posee cuatro características centrales, la *inmediatez*, la *instantaneidad*, la *simultaneidad* y la *rapidez*, las cuales contribuyen a hacer de la radio un medio de comunicación eficaz al servicio de la sociedad.
3. Hoy la radio abandona su carácter perecedero como resultado del entorno tecnológico, de los soportes digitales, sobre todo, de Internet. La radiofonía web suprime las barreras geográficas y temporales, gracias a la mejora en la interactividad que permite el acceso a múltiples contenidos de la radio. La radio pasa a tener una oferta permanente y variada para el *ciberyacente*.

4. La sugerión, la comunicación afectiva, la empatía y la creatividad en la radio permiten acabar con sus mayores limitaciones (unisensorialidad, ausencia de interlocutor, condicionamiento de la audiencia y fugacidad del mensaje).
5. Los contenidos de la radio como servicio, compañía y entretenimiento son sus principales funciones comunicacionales que la diferencia de otros medios. Además, en la radio, sus mensajes son más baratos de producir, más fácil de recibir y permiten mayor capacidad interactiva.
6. Entretener, formar, persuadir e informar son las principales funciones de la radio, sin embargo éstas no son funciones que aparecen en estado puro. De todas maneras, cualquier emisión radiofónica deberá captar la atención del oyente, o persuadirlo.
7. La radio educativa resulta apta para la orientación social, laboral y técnica, sobre todo en regiones o países, en donde son importante las emisiones radiofónicas de contenidos prácticos. La "*radio servicio*" actúa en un entorno social, en donde busca generar transformaciones culturales.
8. Desde el paradigma de la *educación liberadora*, el triunfo de la educación radiofónica es posibilitar la toma de conciencia de la propia dignidad del individuo, de su valoración como persona y del goce de una plena libertad, elementos esenciales para la realización humana.
9. Desde la *teoría de la proximidad*, la radio educativa debe superar sus propias limitaciones mediante una visión participativa en la comunicación, en cuyos programas deberá incorporar los requerimientos de la audiencia, promoviendo la empatía y la identificación, factores que permiten lograr una comunicación interactiva entre la radio comunitaria educativa y los oyentes.
10. Desde el *enfoque de la comunicación dialógica*. Si se enfatiza en depositar contenidos y moldear comportamientos, se optará por una *comunicación-monólogo*; pero si se aspira a una educación encaminada a formar sujetos críticos, creativos y ciudadanos participantes, practicamos la *comunicación-diálogo*, entendida ésta como *interacción* en una relación comunitaria y solidaria, y en una comunicación que potencie *inter-locutores*.
11. El concepto "*participación*" tiene un sentido nuevo en la comunicación radiofónica. Su origen podría estar en la *teoría brechtiana de la radio*. Es una consecuencia del ejercicio democrático y una manifestación del derecho a la libertad de expresión. Esto ha

entendido la radio comunitaria, la cual permite que los oyentes participen en algunos procesos de la gestión del medio y de la producción radiofónica.

12. La relación entre el mensaje y la audiencia es importante considerar, pues depende de esta relación, tanto el contenido como la forma del mensaje a emitir. El mensaje debe emplear símbolos que estén en relación con la experiencia común de la fuente y del receptor, de manera que se entiendan y armonicen.

13. Si existe conciencia de que la radio es un vehículo de inapreciable valor para transmitir cultura, para formar, educar y entretenér, se deberá permitir que la audiencia condicione los mensajes. Este condicionamiento, en primera instancia, surge de los estudios de audiencia, de las consultas a los oyentes, de la incorporación de sus deseos y opiniones.

14. La voz dispone de un abanico de recursos sonoros y no sonoros, sin embargo, a veces, suele renunciar a utilizarlos. No obstante, con la radiodifusión, la voz, que pareció ladeada por la escritura, vuelve a cobrar vida.

15. El relato radiofónico puede ser enriquecido con una serie de elementos no utilizables en la obra literaria. La música, los efectos sonoros, el timbre, las matizaciones de la voz, y los silencios, son algo más que meros recursos morfológicos que pueden variar el contenido y la fuerza del mensaje. El trabajo de "*recreación*" es algo habitual en la radio preocupada en tener un sonido radiofónico.

16. *"Lenguaje radiofónico es el conjunto de formas sonoras y no sonoras representadas por los sistemas expresivos de la palabra, la música, los efectos sonoros y el silencio, cuya significación viene determinada por el conjunto de los recursos técnico-expresivos de la reproducción sonora y el conjunto de los factores que caracterizan el proceso de percepción sonora e imaginativo-visual de los radioyentes"* (BALSEBRE, 1994: 27).

17. La radio como sustituto del ágora, se alza como nueva oratoria, sirve a la pedagogía de la sociedad, no sólo al escolar sino también al adulto; de ahí que, la radio educativa es un nuevo arte de plena ejecución sonora.

18. La radio educativa permite al oyente-estudiante, una serie de aprendizajes concretos a partir de la evocación de las imágenes auditivas, las cuales amplían el conocimiento que tienen los estudiantes sobre una determinada materia o tema de estudio. Así, los alumnos participan de una *comunicación interactiva* con el tele-maestro, a quién no le ven pero realizan lo que les pide por la radio: leen, recitan, escriben y hasta realizan ejercicios corporales en el segmento de educación física.

19. Según WOLF (1984), el género se presenta como un *racimo* de propiedades textuales e intertextuales, por lo que no es fácil definir un género sólo partiendo de las intenciones de los emisores o de los contenidos presentados, o por los efectos sobre el oyente, o por su forma expresiva. La proliferación y la mezcla de géneros hace complejo y difícil su reconocimiento. No obstante, deben ser considerados sólo con fines de sistematización.
20. Desde los orígenes de la radiodifusión, tres son los géneros fundacionales, el dramático, el informativo y el musical, cada uno de los cuales aprehenden la realidad desde diversas ópticas: lo político, lo lúdico y el placer como puentes de identidad entre productores y oyentes.
21. Actualmente existen múltiples productos radiofónicos que se han convertido en el resultado de la mezcla de componentes de dos o más géneros, dando como resultado nuevos híbridos radiofónicos.
22. Conocer las características, las funciones, las posibilidades y las limitaciones de la comunicación radiofónica ha sido un esfuerzo de gran utilidad para complementar nuestra tesis. Así, logramos estructurar un corpus teórico, con proposiciones, paradigmas, enfoques y conceptos del mundo de la radio, los cuales nos permiten visualizar de una manera más precisa la práctica pedagógica de la radio comunitaria educativa, e indagar con mayor objetividad y profundidad nuestro objeto de estudio, la clase radiofónica de la radio escuela comunitaria *IRYEYAL* de Ecuador.

## **CAPÍTULO X.**

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

## X. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

En lo que llevamos de tesis, hasta el momento, con el análisis en profundidad de las experiencias de la radio comunitaria de América Latina y de Ecuador, hemos desarrollado dos de los tres niveles de este escrito (el macro y el meso). El tercer nivel (micro) lo hemos reservado para trabajar con nuestro objeto de estudio específico, *la Clase Radiofónica del Instituto Radiofónico de Fe y Alegría -IRFEYAL- de Quito, Ecuador*, cuyos análisis desarrollamos en este capítulo.

Concretamente, el capítulo X tiene el propósito de presentar en forma sistematizada los respectivos análisis, cualitativo y cuantitativo, realizados sobre nuestro objeto específico de estudio. Además, hacemos la interpretación de los resultados obtenidos en la investigación en este ámbito y procedemos a la comprobación de las hipótesis que le corresponden. Para finalizar, presentamos las conclusiones del capítulo.

El capítulo se desarrolla en el siguiente orden:

- 1) Reseña de la metodología.- En este apartado recordamos los instrumentos metodológicos utilizados en la recopilación de las informaciones y datos.
- 2) Reseña del sistema de hipótesis.- Tiene el objetivo de recordar las hipótesis que fueron planteadas en el capítulo I, y que serán comprobadas.
- 3) Análisis cualitativo.- Presenta en forma sistematizada la información recogida mediante la Entrevista Grupal (ver Anexo V) aplicada a estudiantes y profesores.
- 4) Análisis cuantitativo.- Ofrece los datos recogidos por medio de la Encuesta Individual (ver Anexo VI) aplicada a los estudiantes que escucharon la clase radiofónica.
- 5) Proceso interactivo.- Aquí se revisan los aspectos interactividad, participación y aprendizaje en la clase radiofónica analizada.
- 6) Sugerencias prácticas.- El estudio cuantitativo nos proporcionó sugerencias concretas que las organizamos en este apartado.
- 7) Comprobación de hipótesis.- A partir de las conclusiones de cada apartado se procede a corroborar o refutar cada una de las hipótesis planteadas para este nivel del estudio.
- 8) Conclusiones.- En el que se hace una relación de las conclusiones principales obtenidas de cada apartado.

## **10.1. RESEÑA DE LA METODOLOGÍA**

Brevemente repasamos los métodos utilizados en esta parte de la investigación. Recordemos que la descripción completa de la metodología que empleamos en la presente tesis está en el capítulo I.

### **10.1.1. ENTREVISTA GRUPAL EN PROFUNDIDAD**

Este método consistió en diseñar una guía de preguntas para conocer en profundidad lo que estaba ocurriendo en el programa educativo y en la clase radiofónica del Sistema IRFEYAL (ver Anexo V "Guía para la Entrevista Grupal").

La entrevista grupal en profundidad fue aplicada a dos grupos focales de estudiantes y dos de profesores, durante dos fines de semana, el sábado 22 de mayo de 1999 y el domingo 13 de junio de 1999, en los centros de intercambio seleccionados y con la autorización de las autoridades de IRFEYAL.

Las entrevistas grupales nos proporcionaron información importante para comprender el contexto del programa y las prácticas comunicacionales y pedagógicas de la Radio comunitaria educativa de IRFEYAL.

### **10.1.2. PRUEBA EXPERIMENTAL**

Para estudiar la eficacia de las técnicas de comunicación interactiva de la clase radiofónica de IRFEYAL, diseñamos una prueba experimental, que consistió en lo siguiente:

Primero, a 20 alumnos se les hizo escuchar la clase radiofónica de Matemáticas, "*Ecuaciones de primer grado con dos incógnitas*" (en Anexo XIII, CD). Para desarrollar este ejercicio, se conformaron dos grupos, el grupo experimental y el grupo de control, con el objetivo de confrontar los datos y lograr mayor grado de confiabilidad.

Segundo, después de escuchar la clase radiofónica se les aplicó la Encuesta Individual a los dos grupos de alumnos (ver Anexo VI "Encuesta Individual").

La prueba con el *grupo experimental* se realizó en el centro de intercambio del Colegio "San Gabriel", el sábado 10 de julio de 1999, por la mañana y con el *grupo de control*, por la tarde, en el centro de intercambio del Colegio "Amazonas". Estos centros están ubicados en el norte y sur de Quito, Ecuador, respectivamente.

Con estos métodos obtuvimos importantes datos cualitativos y cuantitativos sobre la eficacia de las estrategias y técnicas de comunicación interactiva<sup>5</sup> de la radio comunitaria educativa de IRFEYAL y de la clase radiofónica, en particular.

## **10.2. RESEÑA DEL SISTEMA DE HIPÓTESIS**

En primer lugar, debemos recordar nuestro objeto de estudio, y en segundo lugar, las hipótesis que buscamos comprobar con los análisis.

Nuestra tesis plantea como objeto de estudio *la eficacia de las estrategias interactivas de la radio comunitaria educativa en América Latina y, específicamente, de la clase radiofónica de la asignatura de Matemáticas de cuarto curso del ciclo diversificado del Bachillerato a Distancia, en la especialidad de Promoción Social, del Instituto Radiofónico Fe y Alegria, IRFEYAL, de Quito, Ecuador, del año escolar 1998-1999.*

### **10.2.1. HIPÓTESIS DEL ESTUDIO**

Cabe recordar que estas hipótesis están fundamentadas en base a los conceptos de *Radio Comunitaria, Radio Interactiva, Comunicación Interactiva, Interacción*, entre otros. Estos términos están desarrollados en los capítulos I, VIII y IX. Además se hallan en el Glosario, al final de la tesis.

#### **10.2.2.1. HIPOTESIS CENTRAL**

---

<sup>5</sup> Las definiciones de estos conceptos y términos están recogidas en el Glosario que se adjunta a la tesis.

La hipótesis central la hemos manejado como un eje transversal que atraviesa todo el trabajo de la investigación.

- Si la radio comunitaria educativa de América Latina y Ecuador utiliza estrategias interactivas con eficacia en la programación educativa, entonces mejorará el acceso, la participación y el aprendizaje de la audiencia.

#### **10.2.2.2. HIPÓTESIS GENERAL**

- El programa radiofónico en el ciclo diversificado del Bachillerato en Promoción Social de IRFEYAL, del año escolar 1998-1999, no utiliza “estrategias interactivas” con eficacia en los tres componentes metodológicos: clase radiofónica, módulo escrito y profesor orientador, en consecuencia la participación y el aprendizaje de los alumnos adultos son limitados.

Con esta hipótesis hemos estudiado la eficacia de la metodología del programa radiofónico de IRFEYAL, cuyos resultados se presentan más adelante.

#### **10.2.2.3. HIPÓTESIS OPERACIONALES**

Estas hipótesis nos guían el estudio de la eficacia de la comunicación interactiva de la clase radiofónica de IRFEYAL.

1) La clase radiofónica de IRFEYAL no logra superar el carácter unidireccional que tiene la radio, por cuanto no promueve respuestas orales, mentales y motoras significativas en el estudiante del programa radiofónico educativo seleccionado.

2) La clase radiofónica de Matemáticas para cuarto curso del ciclo diversificado del Bachillerato en Promoción Social no utiliza las técnicas de la “comunicación interactiva” con eficacia, por cuanto no logra involucrar al alumno cuando escucha la clase radiofónica.

3) La clase radiofónica de Matemáticas para cuarto curso del ciclo diversificado del Bachillerato en Promoción Social no utiliza apropiadamente los recursos del lenguaje radiofónico (palabra, música, efectos sonoros, silencios).

A continuación exponemos los análisis que nos permitirán comprobar las hipótesis planteadas para este estudio.

### **10.3. ANÁLISIS CUALITATIVO DEL SISTEMA IRFEYAL**

Ante todo, para este análisis tomamos en consideración el objetivo de la investigación y el sistema de hipótesis. En esta línea, nos proponemos hallar **las estrategias interactivas** que se dan en los aspectos metodológicos del proceso radiofónico educativo de IRFEYAL y en la **clase radiofónica**, específicamente.

Además, queremos descubrir los **mensajes interactivos** que se promueven en la interrelación social de los actores del programa de IRFEYAL, y las **técnicas de comunicación interactiva** de la clase radiofónica que promueven respuestas orales, mentales y motoras en los actores del programa de IRFEYAL.

#### **10.3.1. METODOLOGÍA PEDAGÓGICA DEL SISTEMA IRFEYAL**

Es importante recordar la Metodología Pedagógica de IRFEYAL, la cual se apoya en tres pilares fundamentales (IRFEYAL, 1994: 36). Así sabremos con certeza a qué nos estamos refiriendo en los análisis.

**A) LOS ESQUEMAS O MÓDULOS ESCRITOS.-** Es el texto del alumno. Contiene una parte teórica y otra de ejercicios que atraen la atención y promueven la actividad del estudiante. Este material es desarrollado por el alumno con el acompañamiento de la clase radiofónica. Los módulos son elaborados por IRFEYAL en base a los programas oficiales del Ministerio de Educación. Con el esquema, las palabras de la clase radial se encarnan, toman cuerpo, se hacen tangibles, imperecederas. El esquema sin la clase radiofónica sería "letra muerta", sin vida, sin calor (IRFEYAL, 1994: 36). El esquema o módulo llega al

alumno al inicio del año lectivo (ver en Anexo IX, la Hoja de la Lección No. 81 de Matemáticas, la cual es una parte del Módulo).

**B) LAS CLASES RADIOFÓNICAS.-** Los profesores locutores graban las clases radiofónicas en los estudios de IRFEYAL. Y pretenden utilizar un lenguaje coloquial y dialógico. Nunca emiten en directo con el fin de corregir imperfecciones del lenguaje, la falta de claridad de conceptos, el exceso de tiempo empleado, etc. (IRFEYAL, 1994: 36). La clase se basa en el módulo que lo tiene delante el alumno y el profesor lo utiliza como pizarra. El esquema busca estimular las aptitudes psíquicas del alumno para mantenerle siempre activo, interesado por la clase, haciendo que entienda el contenido, lo relacione, aprenda y lo reduzca a aplicaciones prácticas (IRFEYAL, 1994: 37).

Las estrategias interactivas que promueve la clase radiofónica son múltiples:

- Invita a llenar los textos incompletos del esquema o módulo,
- a subrayar los conceptos principales,
- a realizar operaciones matemáticas para resolver problemas y ejercicios.
- Orienta para una formación práctica y crítica.
- Indica las actividades que debe realizar el alumno al final de la clase.
- Anima al alumno que llegó cansado del trabajo.

**C) EL CENTRO DE INTERCAMBIO.-** El intercambio entre los alumnos y los profesores orientadores completa el proceso pedagógico. Cada semana los alumnos se presentan en el Centro de Intercambio en donde encuentran compañeros del mismo curso para compartir sus experiencias. Es el momento de presentar a los profesores orientadores las dificultades del aprendizaje semanal (IRFEYAL, 1994: 39).

El alumno descubre así dos dimensiones de su interacción, la personal y la comunitaria. La primera, al solicitar aclaraciones y encontrar ayuda para pensar y aprender a aprender; y la comunitaria, en la que el alumno desarrolla su sentido solidario mediante la cooperación con sus compañeros y profesores (IRFEYAL, 1994: 40).

El intercambio es un elemento primordial del sistema. Es el espacio de la comunicación interpersonal. En este sentido, consideramos que el Sistema IRFEYAL es una fuente de múltiples estrategias de comunicación interactiva.

El Centro de Intercambio funciona en base al **papel del profesor orientador**. Antes de ir al centro de intercambio, estudia las grabaciones y los esquemas de la semana. Su tarea es la de completar la comprensión del contenido, de corregir y evaluar los deberes de los alumnos.

El profesor orientador aclara dudas, suscita curiosidades y despierta el interés. Nunca repite la lección explicada por la radio. Tomará de la clase sólo las partes más importantes, procurando desarrollar un intercambio de preguntas y respuestas. Además, es quien evalúa el sistema pedagógico. Sus observaciones permiten a los equipos de producción revisar las clases radiofónicas o los módulos del programa (IRFEYAL, 1994: 42).

Exponemos a continuación el análisis cualitativo que nos permitirá comprobar la hipótesis general.

#### **10.3.2. ESTRATEGIAS INTERACTIVAS DEL PROGRAMA RADIOFÓNICO**

En la entrevista con el grupo de profesores se obtuvieron respuestas a cerca de lo que es IRFEYAL.

GERMÁN: "*El sistema IRFEYAL es una alternativa para la gente de escasos recursos, que por una u otra razón no pudo estudiar en su momento. Por otra, que el alumno o alumna se forma como persona con este sistema de educación, porque en gran parte, en un 90%, él es su propio profesor. El tutor, en este caso nosotros, los profesores somos los encargados de ampliar el conocimiento, darle la explicación en algo que no está entendido*".

REYNALDO: En IRFEYAL "*durante toda la semana, a una hora determinada, ellos (los alumnos) siguen las clases con la radio y sólo vienen acá (al centro de*

*intercambio) a reafirmar los conocimientos, y lo que no entienden en la clase radial se les explica aquí graficado. Me parece que es muy distinto, la educación radiofónica de la educación a distancia, porque por radio ellos mismos van desarrollando los ejercicios, dependiendo de la materia que sea (...)".*

Los grupos de estudiantes entrevistados identificaron tres valores socio culturales fundamentales del programa de educación radiofónica de IRFEYAL, *autoeducación, autodisciplina y autoestima*, los cuales fomentan la participación y la permanencia de los estudiantes en este Sistema.

La frase siguiente resume la motivación que sienten los estudiantes para permanecer en el programa:

MARCELA: "Pienso que la razón para que esté en IRFEYAL es por la oportunidad que dan al alumno a que ralone y se autoeduque y nos dan las partes esenciales que a nosotros nos pueda servir para formarnos como personas".

En cambio, los grupos de profesores de IRFEYAL entrevistados identificaron la *mística de servicio* como el valor socio cultural básico del programa. La frase siguiente corrobora esta afirmación:

GERMÁN: "... es importante destacar que hay que tener mística de servicio para este tipo de educación, que se ve recompensada por los estudiantes porque también ellos hacen esfuerzos y cómo lo hacen, con qué cariño, con qué gusto que vienen, con esa sed de aprender, lo que uno puede hacer es retribuir ese esfuerzo igualmente con nuestro esfuerzo".

Los grupos de estudiantes perciben el programa de educación radiofónica como un sistema conformado por cuatro elementos metodológicos, la clase radiofónica, los módulos, el centro de intercambio y los profesores orientadores. Cada uno de los cuatro componentes metodológicos del programa cumple su rol dentro de un proceso de comunicación interactiva. Pero es importante destacar el papel que juega el propio alumno a través del autoestudio. Revisemos la siguiente afirmación:

ISMELDA: la lectura del módulo si "*en partes se complica, venimos con esa incógnita para hacer preguntas al maestro y que él nos desarrolle bien el tema que se trata en el módulo. Esta es una tarea de doble responsabilidad, una parte que hay en el módulo, otra parte que los maestros dan su conocimiento y otra parte que nos toca conseguir en la biblioteca*".

Los profesores entrevistados hacen una descripción de cómo perciben la interacción que se da entre los diversos componentes del programa, y además evalúan el valor que tiene cada uno de ellos en el sistema de la educación radiofónica. Nótese que cuando se habla del profesor orientador tácitamente se involucra al centro de intercambio.

CARLOS: "*IRFEYAL lleva el método ECCA (Emisora Cultural de Canarias, España), que es la radio, el módulo y el profesor (...), no se puede decir cual tiene más peso. Todos tienen su importancia ya que debe ser equilibrado, porque si no escucha la clase radial no hay ese profesor que le explique, no entenderá la materia y ahí es un problema. Todos los elementos son importantes*".

REYNALDO: "*(...) estamos hablando de un sistema de educación a distancia por radio, porque si hablamos de la educación convencional, la radio está de más, pero tendríamos que dedicar más tiempo a la educación personal. Pero por el sistema que se está implementando es imposible disgregar a uno de estos elementos*".

En resumen, desde la teoría de la comunicación interactiva los alumnos y profesores de IRFEYAL reconocen que todos los elementos metodológicos del programa deben interactuar complementándose eficazmente. La radio es percibida como un elemento metodológico transversal en el proceso. Se rescata el papel central de la radio en el sistema de educación radiofónica. Se ubica al centro de intercambio como un cuarto elemento importante de este proceso. IRFEYAL promueve tres valores básicos (autoeducación, autodisciplina y autoestima) para motivar el acceso y la participación de los alumnos y de los profesores en el programa.

### **10.3.3. ESTRATEGIAS INTERACTIVAS EN EL MÓDULO ESCRITO**

Los grupos de estudiantes entrevistados perciben el módulo escrito como un elemento básico y complementario con la clase radiofónica del programa IRFEYAL. He aquí algunas afirmaciones esclarecedoras en relación al módulo escrito.

JORGE: *"El módulo es un complemento en el cual si algo está confuso uno tiene que investigar y uno va a la biblioteca y consulta y saca el resultado de lo que está en el módulo, el módulo es el punto de apoyo, pero para ampliar el conocimiento, uno tiene que investigar".*

FRANCISCO: *"lo más importante son los módulos que tenemos para ejercer nuestros estudios, o sea autoeducarnos, porque a veces nos toca poner bastante interés, porque las clases son un poco estrechas, no son muy amplias como en el colegio particular por la falta de tiempo".*

El grupo de estudiantes percibe al módulo como generador de estrategias interactivas entre los diversos elementos y actores del programa. Examinemos las siguientes intervenciones:

JENNY: El módulo *"es una parte que contiene lo más sustancioso de la materia. En actividades, en consultas. Lo que no se alcanza a ver en un tema, con las actividades que realizamos lo complementamos, y al venir al (centro de) intercambio, el profesor nos amplia, llena los vacíos que tenemos y nos complementa".*

ALBA: *"El módulo cuenta con las actividades, lecciones, también exposiciones, trabajos, consultas y el examen quimestral".*

Los profesores orientadores utilizan los módulos escritos para promover algunas estrategias interactivas en el proceso de la educación radiofónica con sus alumnos. Además contribuye a lograr una labor de tutoría eficaz. Veamos lo que se manifiesta al respecto.

ALBA: "Los profesores no se centran mucho en las preguntas, mejor nos mandan consultas de otros libros, eso es bueno, es lo que nos viene a complementar".

ISMELDA: "Lo que falla es el tipo de preguntas mas no el contenido como tal de la materia en sí, ya que el hecho de que está resumido en diálogos sencillos, poco complicados y fáciles de entender, (es bueno)".

Los estudiantes entrevistados en los propios centros de intercambio de IRFEYAL expresaron algunas críticas a la estructura y funcionamiento del módulo. A este respecto afirman lo siguiente:

ALBA: "Sería bueno poner menos preguntas y más contenido, más centrado y más conciso".

XIMENA: "A mí me molesta que en la misma página haya hasta tres veces la misma pregunta, solamente cambia una sola palabra, pero es en si la misma. Esto molesta (porque) no pasan a otros puntos que puede ser de mayor importancia".

GLORIA: "Hay algunas preguntas como en el caso de administración, que dicen cómo lleva la administración de su empresa, personalmente no trabajo ni tengo alguna empresa ya que soy ama de casa. (También) hay otras que están fuera de contexto".

El otro grupo de estudiantes también identificó algunos problemas o limitaciones que tienen los módulos del programa, pero a su vez dieron algunas sugerencias:

XIMENA: "Así como dijo la compañera, un poco más avanzados los temas, más específicos y actuales".

FRANCISCO: "En una parte, agrandar el contenido ya que en varias lecciones hay más preguntas, (pero) también que nos incentiven a ser más positivos, a educarnos, a seguir adelante".

A la pregunta de la moderadora (VICTORIA), si el tamaño del módulo era manejable, en forma unánime contestaron que sí.

Sin embargo, el grupo de estudiantes manifiesta su impotencia al respecto porque siente que no puede influenciar en la producción del módulo para cambiar su estructura.

XIMENA: "*Con el módulo nos conformamos con lo que esté, no podemos hacer nada*".

No obstante, los profesores manifiestan que los módulos deberían ser modificados anualmente para que no pierdan actualidad y sean eficaces para el proceso de educación radiofónica de IRFEYAL.

En resumen, los estudiantes y profesores perciben a los módulos como elementos metodológicos con grandes posibilidades de promover interacciones comunicativas en el programa de IRFEYAL, sobre todo cuando la radio no funcionaba con regularidad. Como se observa, en esa situación, los otros elementos del proceso educativo se activan - como el módulo, o los profesores- para suplir la carencia metodológica de la radio.

#### **10.3.4. ESTRATEGIAS INTERACTIVAS EN LA CLASE RADIOFÓNICA**

En ese año escolar, los estudiantes percibían que la clase radiofónica del programa de IRFEYAL ya no cumplía un papel protagónico como estrategia interactiva del aprendizaje. La nueva modalidad de distribución del año escolar en quimestres había provocado un desajuste en la programación académica de IRFEYAL. La radio fue la más afectada y los estudiantes manifestaron cierta confusión porque ya no podían seguir el estudio del módulo con el refuerzo radiofónico simultáneamente.

Una explicación de lo que estaba ocurriendo nos da el propio grupo de estudiantes consultados.

GLORIA: "En la radio están adelantadas algunas (clases), y otras están atrasadas, no nos ayuda por el momento la radio. Lo que nos está ayudando por el momento son los profesores, y nosotros un poco con el módulo, consultando en libros".

JORGE: "El día que no se escucha las clases es un día que se pierde de asistencia y los espacios quedan vacíos".

No obstante, todos los estudiantes de los dos grupos entrevistados expresaron, en consenso, que las clases radiofónicas estaban bien producidas, con voces profesionales y que les agradaba escuchar. Los estudiantes calificaron entre 8 y 9 la producción de la clase radiofónica tomando como referencia una escala de 1 a 10.

Empero, los estudiantes entrevistados calificaron con un 5 sobre 10 a la emisión de las clases radiofónicas. Es válido recalcar que no es la clase en sí misma la que falla sino la emisión de ésta. En efecto, con la encuesta individual se confirmará esta percepción inicial que tenemos aquí sobre la clase radiofónica. Los motivos para la calificación de 5/10 para la emisión fueron los siguientes:

MIRIAM: "Porque muchas veces, en el tiempo que yo escuché las clases, ponían los cassetes y a veces repetían las mismas clases, sin nosotros saber el porqué de este descuido".

Parece que las clases se repiten en la emisión cuando no están listas las secuencias de los programas.

ESTHER: "También el problema de que a veces pasaban las clases y otras no; no había ese seguimiento".

JORGE: "(...) no es problema de la emisora, ya que esto es algo gratuito, uno podría exigir cuando esté aportando en algo. Hasta donde he oído, se hace todo lo posible por transmitirlas".

Desde antes, algunas radios comerciales habían donado un espacio para que IRFEYAL difundiera sus clases, pero igualmente, al no estar los programas completos, se daba esos inconvenientes con las emisiones diarias del programa radiofónico.

En efecto, pudimos constatar que la radio no estaba funcionando con regularidad durante el período de nuestra observación participante. Las clases radiofónicas no se emitían para los estudiantes de quinto y sexto cursos. Pero quizás el problema más serio que descubrimos fue que no existía la producción de las clases radiofónicas para algunas asignaturas de los quintos y sextos cursos del programa. Y por otra parte, las clases radiofónicas que sí se difundían habían sido producidas hace algunos años atrás. Estaban desactualizadas y los estudiantes se quejaban por esto.

En síntesis, la radio no estaba jugando su papel clave en el proceso de comunicación interactiva, durante ese tiempo (junio-julio de 1999). Esa situación anómala, descubierta en la investigación, podía poner en serio cuestionamiento el propio nombre de programa de educación radiofónica. Como es lógico, un programa de tal naturaleza debe tener a la radio como su eje principal y debería asegurarse que funcione eficazmente.

#### **10.3.5. ESTRATEGIAS INTERACTIVAS EN SUS ACTORES**

Como señalamos anteriormente, los conceptos de radio comunitaria y de radio interactiva hacen referencia a los términos "acceso" y "participación" de la audiencia en la programación radiofónica. En esta línea de argumento, los estudiantes entrevistados manifestaron que en los últimos años su participación en los asuntos del programa de educación radiofónica había bajado. Al este respecto, ésto manifestaron:

XIMENA: *"Antes todas las directivas de cada curso hacían reuniones y nosotros dábamos nuestras opiniones de lo que no estábamos de acuerdo y tratábamos de dar soluciones, pero esto ya no se da".*

Sin embargo, los estudiantes entrevistados están predisuestos a participar, si la administración del programa los permite o estimula:

GLORIA: Nos hace falta "*un poco más de organización ya que necesitamos recrearnos un poquito y (deben) decirnos con anticipación las cosas que debemos hacer*".

FRANCISCO: "*También por nuestra especialización (Promoción Social) que debemos aplicarla en algo*".

En cuanto a los profesores orientadores. Los estudiantes manifestaron estar de acuerdo con el desempeño profesional de sus profesores, sin embargo plantearon la recomendación para que no se le cambie con frecuencia o no se contrate profesores nuevos porque no conocen la metodología apropiada para enseñar a los adultos.

Los estudiantes entrevistados en los dos grupos respondieron positivamente al papel que cumplía el profesor orientador en el programa de educación radiofónica. Su labor pedagógica fue calificada con 9 sobre 10.

A su vez, los estudiantes identificaron algunos requisitos “académicos” para los profesores orientadores del Sistema IRFEYAL. Entre otros, los siguientes:

FRANCISCO: “*Sería bueno que los profesores que nos den sean didácticos, que tengan experiencia en enseñar, que sean preparados y asignados en su rama de especialidad*”.

En síntesis, los propios actores del programa perciben mutuamente que en ese año académico analizado se han distanciado unos de otros. Los estudiantes de sus compañeros, y a su vez, de los directivos y profesores. Aunque los estudiantes consideran que son los directivos del programa los que se han alejado de ellos. En base a la teoría de la comunicación interactiva podríamos inferir que existen “*ruidos*” que no permitía una interacción eficaz o una retroalimentación efectiva entre los diversos actores del programa de educación radiofónica, en ese período. Obviamente esta situación limitaba la participación y el acceso de los actores en el programa de IRFEYAL.

#### **10.3.6. CONCLUSIONES**

- 1) Los alumnos y profesores señalaron que todos los elementos metodológicos del programa de educación radiofónica tienen su importancia y que cada uno es complementario del otro. Sin embargo, con nuestro estudio constatamos que no estaban funcionando eficazmente, no estaban interactuando unos con otros, como exige la teoría de la comunicación interactiva.
- 2) La radio no estaba funcionando regularmente en ese periodo escolar y las radios comerciales encargadas de emitir las clases, repetían las emisiones.
- 3) Las clases radiofónicas que sí se difundían habían sido producidas hace algún tiempo atrás y estaban desactualizadas.
- 4) En este contexto, el módulo escrito se convertía en el eje central del programa. El autoestudio en el módulo era fundamental. Pero había otro problema, los módulos también estaban desactualizados y esto desmotivaba a los estudiantes.
- 5) Estos problemas técnicos, metodológicos y administrativos, detectados por nosotros, de hecho ponían en duda la eficacia del aprendizaje en este programa.
- 6) En cuanto a la interacción, constatamos que existían “*ruidos*” que impedían una retroalimentación eficaz, como exige el enfoque de la comunicación interactiva.

Por lo tanto, basados en estos argumentos conclusivos y en los análisis contenidos en todo este apartado, la hipótesis general es ampliamente demostrada y corroborada. La hipótesis general decía:

- El programa radiofónico en el ciclo diversificado del Bachillerato en Promoción Social de IRFEYAL, del año escolar 1998-1999, no utiliza “estrategias interactivas” con eficacia<sup>6</sup> en los tres componentes metodológicos: clase radiofónica, módulo escrito y profesor orientador, en consecuencia la participación y el aprendizaje de los alumnos adultos son limitados.

A continuación, comentamos cada uno de los componentes del Sistema IRFEYAL.

---

<sup>6</sup> Este término está definido en el Glosario que adjuntamos a la tesis.

- A) EL PROGRAMA EDUCATIVO RADIOFÓNICO.-** Los múltiples problemas hallados y comentados en el análisis precedente, han limitado la capacidad del programa de educación radiofónica de IRFEYAL para producir, en los estudiantes adultos, la participación y el aprendizaje deseado, por medio de sus elementos metodológicos.
- B) CLASE RADIOFÓNICA.-** Los estudiantes y los profesores orientadores de los centros de intercambio de IRFEYAL nos han descrito los problemas y las deficiencias del sistema. Las clases radiofónicas, que parecen en sí cautivantes y estimuladoras del aprendizaje, no cumplían su papel de acuerdo con la metodología pedagógica de IRFEYAL. Habían perdido la capacidad para permitir el acceso de los estudiantes adultos a un aprendizaje efectivo y de buena calidad. Los problemas de emisión y la falta de secuencias limitaban su capacidad de interacción o de influencia recíproca entre el profesor locutor y la audiencia estudiantil. La capacidad dialógica e interactiva entre los actores de este proceso, a través de la clase radiofónica, era tenue e ineficaz.
- C) EL MÓDULO ESCRITO.-** o esquema impreso, que constituye el contenido del programa de estudio e interactúa con el apoyo de la clase radiofónica, tampoco funcionaba. El módulo de la materia más la coherente explicación radiofónica permitiría alcanzar el objetivo de aprendizaje. En el programa analizado encontramos que este elemento no actuaba articulado con los otros, sino de forma independiente. Esto, sin duda, quitaba potencia al programa para fomentar un aprendizaje más sostenido en los alumnos.
- D) CENTRO DE INTERCAMBIO.-** Las reuniones semanales con los estudiantes y los profesores orientadores tenían el propósito de afianzar los conocimientos adquiridos por el alumno y evaluar su rendimiento. Esta estrategia funcionaría en óptimas condiciones, cuando todos los elementos pedagógicos actuaran influenciándose mutuamente. Como los estudiantes acudían al centro sin haber escuchado la clase radiofónica, la reunión no iba a producir los efectos deseados. La posibilidad de una interacción eficaz se veía frustrada, por cuanto, la participación y el aprendizaje, en esa condición, serían poco efectivas. La eficacia del intercambio semanal era cuestionable.

Por lo tanto, más que un sistema radiofónico interactivo, era la sumatoria de esfuerzos separados. Los elementos no se acoplaban en un proceso efectivo de comunicación interactiva y restaba el acceso y el aprendizaje de la audiencia estudiantil adulta a una educación radiofónica de excelencia.

## **10.4. ANÁLISIS CUANTITATIVO DE LA CLASE RADIOFÓNICA**

Los resultados que exponemos a continuación son producto del análisis comparativo de las respuestas proporcionadas por los dos grupos sometidos a la prueba de la audición y de la Encuesta Individual.

Esta prueba experimental siguió el siguiente procedimiento:

Paso 1) audición de la clase radiofónica correspondiente a la Lección # 81 de Matemáticas “*Ecuaciones de primer grado con dos incógnitas*” para cuarto curso del ciclo diversificado del Bachillerato en Promoción Social (en Anexo VIII, CD). Esta clase estaba en el programa de estudio y en esos días los alumnos debían escucharla por la radio.

Paso 2) aplicación de la encuesta individual a los grupos de estudiantes (en Anexo VI, Encuesta Individual).

Paso 3) tabulación y procesamiento de la información.

Paso 4) análisis comparativo de las respuestas obtenidas con las pruebas.

Con el contenido de este apartado intentaremos comprobar las hipótesis operacionales de la presente tesis.

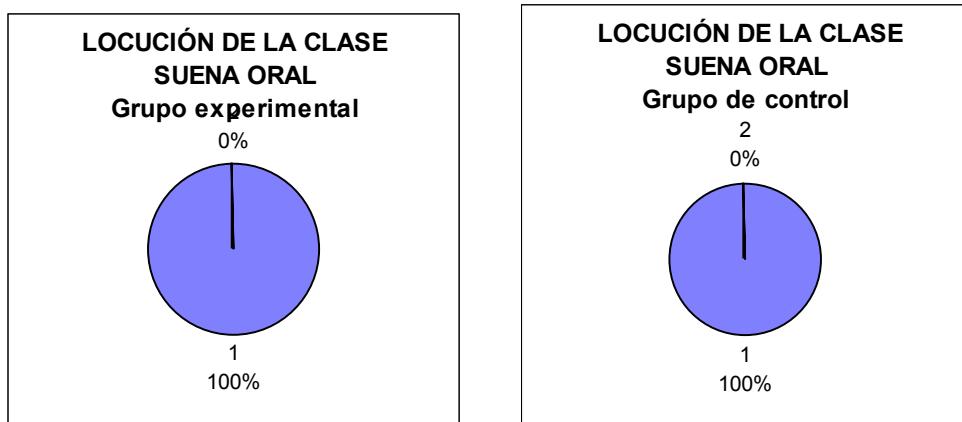
### **10.4.1. RECURSOS RADIOFÓNICOS ANALIZADOS**

#### **10.4.1.1. LENGUAJE DE LA CLASE RADIOFÓNICA**

El 100 % de los estudiantes del centro de intercambio del Colegio “San Gabriel” responde que la clase radiofónica SI suena oral, por lo tanto no suena escrita.

Igualmente, el 100 % de los estudiantes del centro de intercambio del Colegio “Amazonas” contesta que la clase SI suena oral, es decir no suena escrita.

### GRUPO DE GRÁFICOS No. 1



De las 18 de 20 respuestas al por qué suena oral la clase radiofónica, hemos extraído las ideas más importantes:

- *Ellos (los profesores locutores) conversan, dicen algún chiste y animan al estudiante.*
- *Suena a locución oral porque no se dice sólo lo planteado en el esquema.*
- *Es oral porque mantienen una conversación con los alumnos.*
- *Dan clases como un profesor común.*
- *Escucho que están conversando y enseñando oralmente.*

Sólo 2 estudiantes de 20 manifestaron que la clase no sonaba oral, a pesar que contestaron que sí sonaba oral en la encuesta. Su percepción era sí pero no porque:

- *Están realizando el ejercicio, pero suena como si estuvieran leyendo.*

Los estudiantes consideran que la clase radiofónica sonaba oral, como una conversación. Utilizaba un lenguaje coloquial y dialógico. Esto permitía romper la monotonía de una clase tradicional o convencional por radio. El lenguaje radiofónico utilizado adecuadamente facilita el acercamiento al alumno. Es un lenguaje oral, familiar,

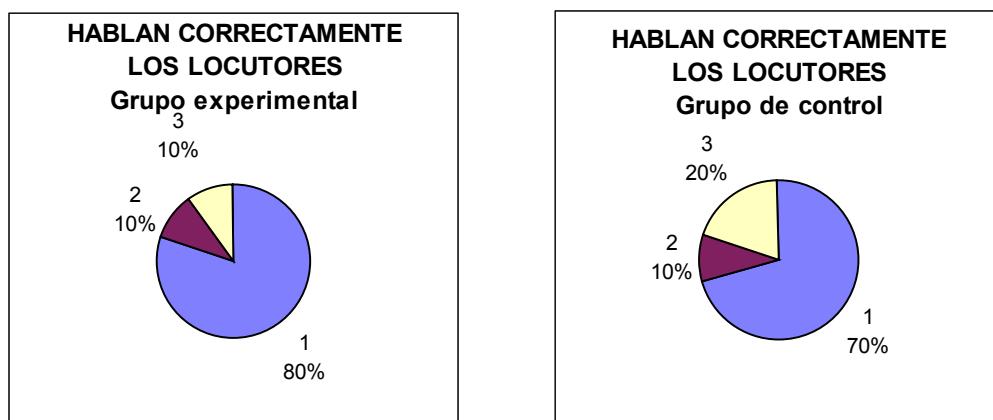
que utiliza las vivencias, las experiencias y los problemas de la vida cotidiana de los estudiantes. Esto a su vez generaba una serie de estrategias interactivas porque invitaba a los estudiantes a pensar y realizar los ejercicios solicitados por los profesores locutores. En síntesis, clase radiofónica utilizaba un lenguaje oral, familiar y cercano a la audiencia estudiantil. Este recurso se convertía en una estrategia interactiva útil en el proceso educativo.

#### 10.4.1.2. CORRECCIÓN EN LENGUAJE HABLADO

Es una pregunta que se complementa con la anterior. El 80 % de los estudiantes del centro de intercambio del Colegio “San Gabriel” considera que los profesores locutores SI hablan correctamente en la clase radiofónica, el 10 % considera que NO y otro 10 % no informa.

Con datos casi iguales, el 70 % de los estudiantes del centro de intercambio del colegio “Amazonas” responde que los profesores locutores SI hablan correctamente, el 10 % que NO y un 20 % no informa.

#### GRUPO DE GRÁFICOS No. 2



17 de 20 estudiantes contestaron al por qué de su respuesta afirmativa. He aquí un extracto de sus respuestas.

- *Se expresan bien y nos hacen entender fácilmente.*

- *Se les entiende y hacen la clase dinámica.*
- *Es bastante clara y con lenguaje suave.*
- *Las clases son inteligibles.*
- *Especifican la clase y se expresan bien.*

3 de 20 estudiantes dieron respuestas poco significativas.

- *A veces los locutores se equivocan en el sentido de las palabras.*
- *Porque hay interferencias de otras emisoras.*

Los estudiantes perciben que los profesores locutores se expresan correctamente. Su lenguaje es claro, inteligible, dinámico y suave. Los profesores locutores utilizan un lenguaje apropiado para la tarea pedagógica por radio. Esto a su vez, lograba generar una técnica comunicacional interactiva, al motivar y estimular el interés del estudiante adulto por participar y aprender con la clase radiofónica.

La locución de la clase radiofónica se hace a dos voces (hombre-mujer), pero quien coordina su producción es el profesor locutor (JUAN CARLOS), primera voz, y la segunda voz, la realiza la profesora locutora (SILVIA). Ambas voces se escuchan con entusiasmo y con intensidad alta, aunque la voz de la locutora tiende a la intensidad baja. La locución general tiene una velocidad a veces rápida, pero clara; no es atropellada, es normal. El lenguaje es apropiado para la función de la clase radiofónica de IRFEYAL.

#### **10.4.1.3. ANÁLISIS DE VOCES EN LA CLASE RADIOFÓNICA**

Por nuestra parte, hicimos un análisis específico de cada uno de los elementos del lenguaje radiofónico para confrontar con las respuestas de la encuesta. Somos conscientes que se podrían hacer otro tipo de análisis sobre las voces, tales como, la credibilidad, la persuasión, la empatía, etc.; sin embargo, como ese no era nuestro objetivo, lo dejamos planteado para otro tipo de investigación.

El informe de nuestro análisis sobre las voces empleadas en la clase radiofónica fue el siguiente:

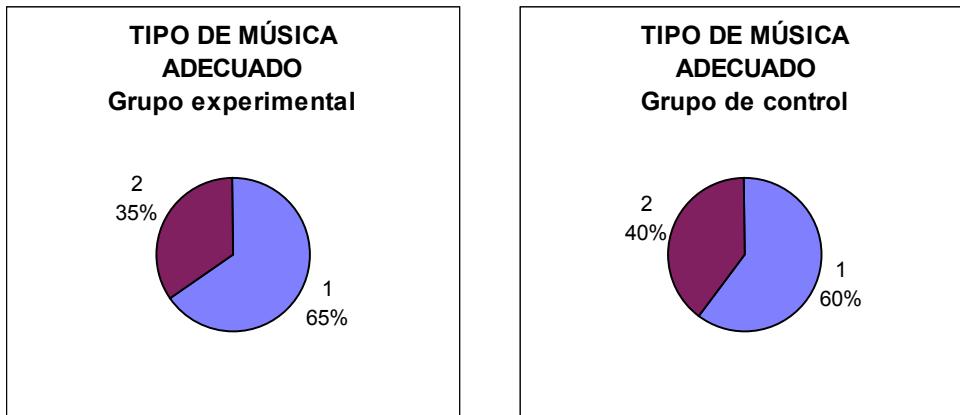
1. La voz del profesor-locutor (JUAN CARLOS) es alegre, informal, animada.
2. La voz de la locutora (SILVIA) es formal, seria y no tan animada.
3. La locución de locutor es rápida, emocionada y grave.
4. La locución de la locutora es menos rápida, un poco lenta y no tan aguda.
5. La dicción del locutor es clara, normal y fluida.
6. La dicción de la locutora es clara, normal y fluida. En ninguno de los dos casos es atropellada.
7. El orden de locución es el siguiente: La primera voz es del profesor- locutor, mientras que la segunda voz es de la profesora-locutora.
8. No existe narrador en la clase radiofónica analizada. Sin embargo, quien presenta y cierra la clase, es el profesor locutor Juan Carlos.
9. La duración de las intervenciones es también corta en los dos locutores. En ambos casos no hay periodos que hayan durado un minuto. Lo máximo registrado es 50 segundos.
10. La utilización de frases cortas en su mayoría y de un orden sintáctico adecuado (sujeto, verbo, predicado) hace que el lenguaje de la clase sea claro y comprensible.
11. El uso del vocabulario es adecuado porque no se utilizan palabras rebuscadas o ajena al lenguaje utilizado por los estudiantes del programa.
12. En resumen, se puede decir que el lenguaje utilizado en el programa es coloquial, sencillo y claro (ver en Anexo X “Guión de la Clase Radiofónica”).

#### **10.4.1.4. LA MÚSICA EN LA CLASE RADIFÓNICA**

El 65 % de los estudiantes del centro de intercambio del Colegio “San Gabriel” contesta que SI se ha empleado una música adecuada y el 35 % dice que NO.

Observamos una similitud en las respuestas. El 60 % de los estudiantes del centro de intercambio del Colegio “Amazonas” contesta que SI se ha empleado una música adecuada y el 40 % considera que NO.

### GRUPO DE GRÁFICOS No. 3



En los razonamientos de los estudiantes encontramos afirmaciones contradictorias. He aquí una síntesis de 13 de 20 respuestas positivas:

- *Nos ayuda la música a concentrarnos.*
- *Se puede trabajar de buena manera (con la música).*
- *Tiene buen ritmo y es suave.*

7 de 20 estudiantes manifestaron sus críticas a la música de la clase radiofónica y que las hemos sintetizado:

- *Con esa música no nos podemos concentrar.*
- *La música debe ser más alegre, más suave.*
- *La música tiene demasiado volumen.*

He aquí un problema detectado. Un elemento importante del lenguaje radiofónico no está utilizado eficazmente en la clase radiofónica. A pesar de que apenas se utiliza en ella, menos dos minutos de música, parece que el volumen, el tono y la selección de los temas musicales no es tan apropiada a la clase de Matemáticas analizada.

En la estructura de la clase radiofónica la música instrumental o cantada se utiliza para ambientar la clase radiofónica. En ausencia de efectos sonoros o ruidos y de silencios o pausas, el único recurso adicional a la voz, la música es utilizada para que

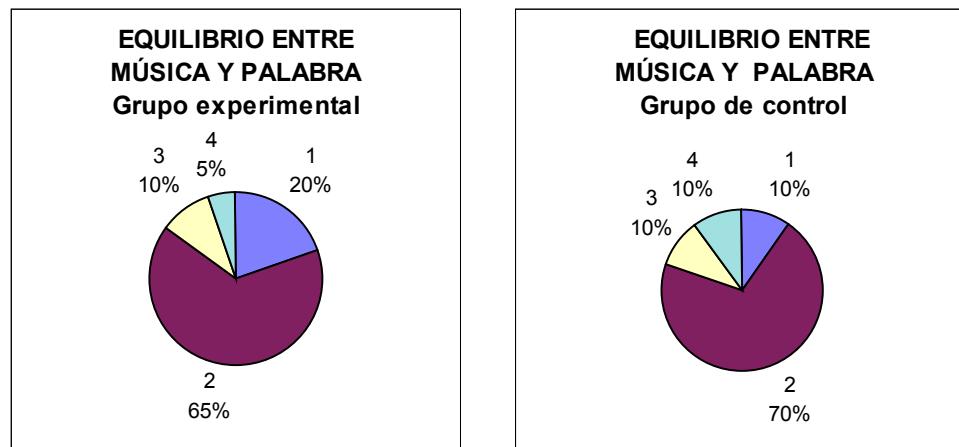
cumpla algunas finalidades: ambientación, provocar sensaciones anímicas y estimular factores de tipo convencional, el valor de la superación, sobre todo, con la música cantada. Sin embargo, en una clase radiofónica de 15 minutos, apenas se utiliza menos de 2 minutos de música. Esto provoca la sensación de una clase un tanto pesada para enseñar Matemáticas ("Ecuaciones de primer grado con dos incógnitas", anexado en CD). Esta materia y otras, se prestan para utilizar de múltiples formas este recurso tan valioso del lenguaje radiofónico. El aprendizaje por radio podría tener mayor eficacia pedagógica con una utilización adecuada y en función de los diversos temas de la enseñanza.

#### **10.4.1.5. MÚSICA Y PALABRA**

El 20 % de los estudiantes del centro de intercambio del Colegio "San Gabriel" considera que existe BASTANTE equilibrio entre la música y la palabra en la clase radiofónica, el 65 % considera REGULAR, el 10 % POCO y el 5 % NADA.

Por su parte, el 10 % de los estudiantes del centro de intercambio del Colegio "Amazonas" considera que existe BASTANTE equilibrio entre la música y la palabra, el 70 % REGULAR, el 10 % POCO y el 10 % NADA.

#### **GRUPO DE GRÁFICOS No. 4**



La similitud de las respuestas de los dos grupos, nos ayuda a detectar otro problema en la producción de la clase radiofónica. El alto porcentaje de respuestas a la opción regular, nos informa que puede existir un desbalance entre estos dos elementos básicos del lenguaje radiofónico. En efecto, con el siguiente análisis corroboramos nuestra presunción.

#### **10.4.1.6. ANÁLISIS DE LA MÚSICA**

Al comienzo y al finalizar la clase radiofónica se utilizan cortinas musicales de tipo instrumental de 15 y 13 segundos de duración, respectivamente; mientras que las cortinas musicales integradas al desarrollo propio de la clase son de 23, 33 y 27 segundos de duración, respectivamente. Sólo la primera es una cortina musical con palabras.

Comienza el programa con una cortina musical instrumental de 15 segundos de duración y forma parte de la careta de presentación de la clase.

La introducción de la clase radiofónica comienza con una cortina musical cantada (música latinoamericana). Esta música dura 23 segundos y el texto de la misma y su ritmo se utiliza para dar dos tipos de mensajes a los estudiantes, de tipo emocional porque trata de despertar el ánimo de los oyentes para iniciar la clase. Y el segundo es de tipo de convencional, pues su letra se asocia con la idea fuerza de que la gente latinoamericana debe tratar de superarse. Por ejemplo: “*Me gustan los estudiantes porque son la levadura, (...)*”.

En el desarrollo de la clase, luego de una pequeña introducción, se presenta una nueva cortina musical, pero esta vez de carácter instrumental de 15 segundos de duración.

En resumen, el análisis del uso de la música en la clase radiofónica arrojó lo siguiente: 3 fragmentos musicales largos, de 23, 33 y 27 segundos, respectivamente; 2 fragmentos cortos para anunciar y terminar el programa, de 13 y 15 segundos, y 1 ráfaga, de 1 segundo de duración, utilizada como fondo.

En efecto, existe un desbalance entre música y palabra en la clase radiofónica de Matemáticas, porque no se llega a utilizar ni dos minutos de música (1.86 minutos), en una clase de 15 minutos de duración. Una clase de Matemáticas así concebida, podría resultar antipedagógica. Nuestra sugerencia es que, se debe equilibrar eficazmente los recursos radiofónicos, de acuerdo a la teoría del lenguaje radiofónico y de la comunicación interactiva. Pero, además, previo conocimiento de la audiencia estudiantil, la materia de enseñanza y el tema que se intenta enseñar por radio.

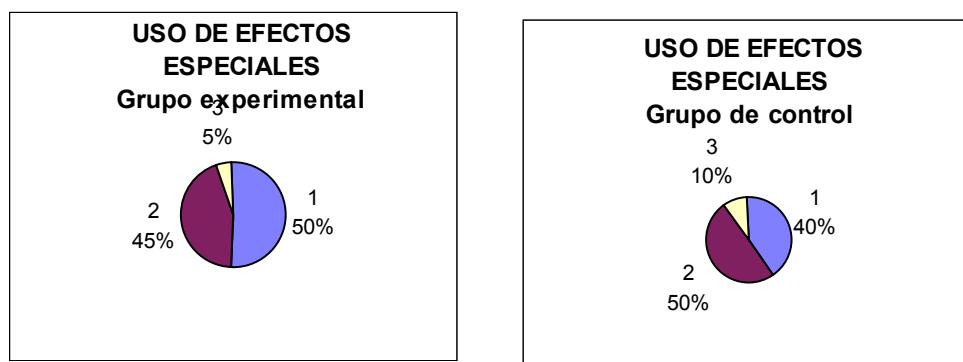
#### 10.4.1.7. EFECTOS SONOROS

Ante todo, manifestamos que los estudiantes confundieron los fragmentos de música cantada o instrumental, que se utilizan en la clase como separadores o cortinas, con efectos sonoros. Estos elementos no existen en la clase radiofónica analizada, lo cual sabemos por nuestro estudio específico de los recursos utilizados en la clase. Con este antecedente debemos leer los resultados proporcionados por los estudiantes.

El 50 % de los estudiantes del centro de intercambio del Colegio “San Gabriel” responde que SI han estado bien empleados los efectos sonoros en la clase radiofónica, el 45 % contesta que NO y el 5 % no informa.

Con respuestas bastante similares, el 40 % de los estudiantes del centro de intercambio del Colegio “Amazonas” responde que SI, el 50 % que NO y un 10 % no informa.

#### GRUPO DE GRÁFICOS No. 5



La idea principal obtenida de 11 respuestas de 20 estudiantes es la siguiente:

- *Las cortinas musicales son adecuadas y nos ayudan a hacer la clase más activa.*

Sin embargo, 8 estudiantes de 20 dijeron que no estaban bien empleados los recursos sonoros, porque:

- *No existen muchos efectos, existe demasiada música.*
- *Se debería poner música adecuada y sin mucho volumen.*
- *A veces existe ruido.*

Con la acotación inicial interpretamos estos resultados. Como vemos, existe la percepción de los estudiantes de que hace falta emplear de mejor manera los recursos del lenguaje radiofónico. A pesar de que apenas se utiliza casi dos minutos de música, algunos estudiantes perciben que existe demasiada música. Pero también perciben algún ruido disonante, porque como recurso radiofónico éste no se utiliza en la clase de Matemáticas.

En la clase radiofónica analizada, en ausencia de los efectos sonoros, la música fue utilizada como cortina musical. Como se indicó, se utilizaron cuatro cortinas musicales de tipo instrumental y sólo una cortina musical con palabras.

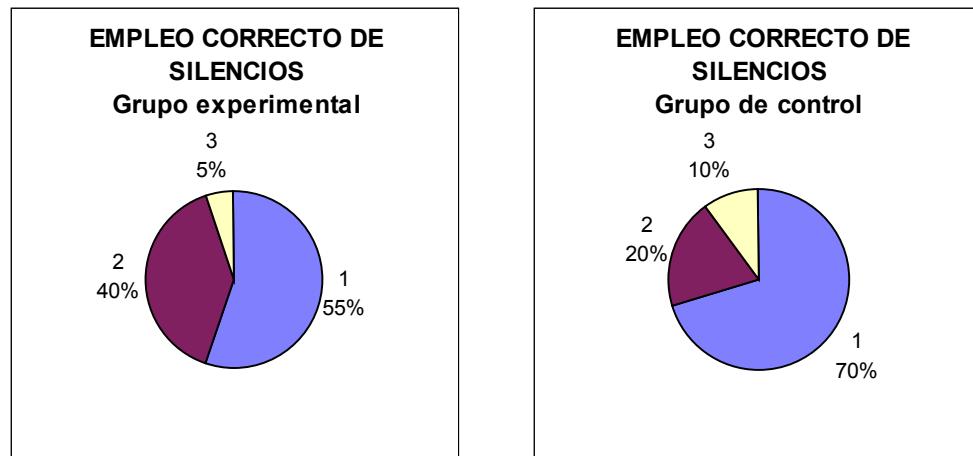
Como se indicó, en la clase de Matemáticas tratamos de encontrar efectos sonoros que describieran situaciones, paisajes o que reforzaran las tareas pedagógicas, pero descubrimos que en su producción no se utilizaron estos recursos. Esta es una debilidad de la eficacia productiva de la clase radiofónica analizada.

#### **10.4.1.8. EL SILENCIO EN LA CLASE RADIOFÓNICA**

El 55 % de los estudiantes del centro de intercambio del Colegio “San Gabriel” responden que SI se han empleado correctamente los silencios en la clase radiofónica, el 40 % responde que NO y el 5 % no informa.

Por su parte, el 70 % de los estudiantes del centro de intercambio del Colegio “Amazonas” contesta que SI, el 20 % considera que NO y el 10 % no informa.

### GRUPO DE GRÁFICOS No. 6



10 de 20 estudiantes expresaron porque estaba bien empleado el silencio en la clase radiofónica escuchada:

- *Sí, porque nos da tiempo de llenar las lecciones.*
- *Dan tiempo (los silencios) para pensar y resolver un problema o contestar las preguntas formuladas.*
- *Es suficiente (el silencio) para hacer la actividad, para escribir y razonar.*

No obstante, otro grupo de estudiantes cuestionó el uso de los silencios de la clase radiofónica analizada. 7 de 20 estudiantes manifestaron su inconformidad con los silencios de la clase radiofónica. Aquí hemos extraído las respuestas principales:

- *Muchas veces no se tiene tiempo para llenar los espacios vacíos, y para contestar las evaluaciones.*
- *No, porque son muy rápidos; hay ejercicios en los que necesitamos más tiempo para reflexionar.*

Los estudiantes han confundido los silencios radiofónicos con las cortinas musicales, las cuales sustituyen a los silencios en la clase analizada. La cortina musical permite que los estudiantes realicen los ejercicios en sus hojas del módulo escrito. Los estudiantes perciben la cortina musical como una pausa que les permite concentrarse en su actividad pedagógica y realizar su trabajo en el esquema. A este tipo de pausa utilizado en un programa radiofónico, algunos autores, como TERRÓN BLANCO (1991) ha llamado "pausa llena".

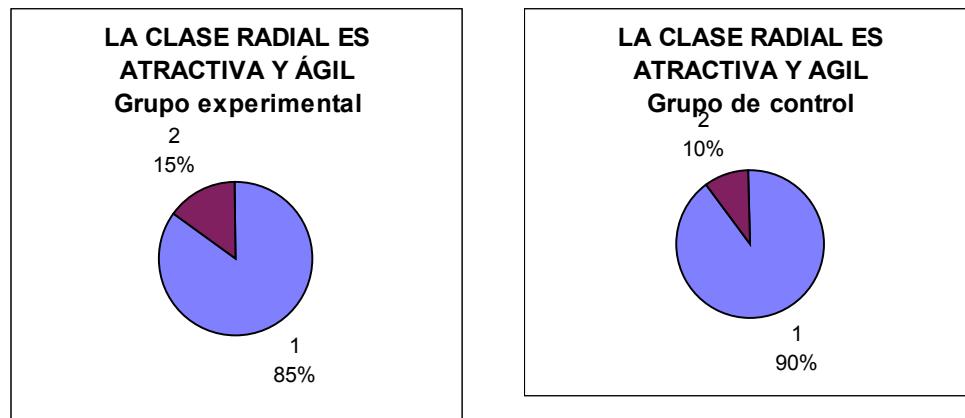
Por nuestro estudio específico de los recursos radiofónicos de la clase, concluimos que el silencio no fue utilizado adecuadamente en la clase radiofónica, pese a existir oportunidades para ser utilizado en este tipo de programa. Los silencios podrían utilizarse para resaltar algunos momentos claves en el desarrollo de la clase radiofónica. Por ejemplo, para provocar la reflexión, reforzar una situación de aprendizaje o simplemente para separar los subtemas del contenido de la enseñanza. Este valioso recurso radiofónico debería ser empleado en clases radiofónicas que utilicen dramatizaciones o radioteatros. Estos formatos no han sido muy utilizados en los programas educativos de IRFEYAL.

#### **10.4.1.9. ESTILO DE LA CLASE RADIOFÓNICA**

El 85 % de los estudiantes del centro de intercambio del Colegio “San Gabriel” considera que la clase radiofónica SI es atractiva y ágil, y el 15 % contesta que NO.

El 90 % de los estudiantes del centro de intercambio del Colegio “Amazonas” contesta que la clase radiofónica SI es atractiva y ágil, mientras que el 10 % dice que NO. Nótese que los grupos nos dan respuestas bastante coincidentes en ambos casos.

## GRUPO DE GRÁFICOS No. 7



A los estudiantes se les pidió responder al por qué de su respuesta. De 17 de 20 respuestas positivas hemos extraído las ideas principales:

- *Los locutores son optimistas y nos transmiten con entusiasmo<sup>7</sup>.*
- *Están con buenos ánimos, dispuestos a aclarar y explicarnos los temas.*
- *Es atractiva y por lo tanto se aprende más.*
- *Es inteligible y no cansa.*

Pero también hubo 3 respuestas negativas. Porque:

- *Falta más entusiasmo y alegría.*
- *A veces es cansada.*
- *Es demasiado ágil.*

La mayoría estudiantes, a través de sus respuestas, valora positivamente la clase radiofónica escuchada como un recurso pedagógico. Ellos perciben que los locutores les transmiten los conocimientos con entusiasmo, con buen ánimo y optimismo. Esto le hace que la clase de Matemáticas sea atractiva, inteligible y que no canse a la audiencia. Así, una clase ágil y atractiva despierta el interés del estudiante y éste puede aprender más.

<sup>7</sup> No utilizamos entre comillado por cuanto no se trata de citas textuales de las respuestas. Esto es válido para todos los casos de este apartado.

La clase radiofónica en sí misma es válida, el problema era del programa que no lograba estructurar un sistema de difusión eficaz. Los estudiantes no podían escuchar con regularidad su clase. Conocimos casos aislados, en que los estudiantes solicitaban a IRFEYAL las clases grabadas para escucharlas en diferido en sus hogares.

#### **10.4.1.10. RECURSOS UTILIZADOS**

Este programa perteneciente a la clase radiofónica no contiene ningún silencio, ni efectos sonoros o ruidos. El silencio no ha sido utilizado y pensaría que hay algunas oportunidades para ser utilizado en este tipo de programa educativo. Voz y un poco de música son en definitiva lo que marca la estructura del programa de la clase analizada.

A pesar de la estructura de la clase radiofónica, los estudiantes la percibieron con un estilo ágil y atractivo porque era inteligible y no cansaba al oyente. Todo el valor de la clase como producto radiofónico residía en el uso del lenguaje hablado. De todas maneras consideramos que, una clase radiofónica que no utiliza adecuadamente los diversos recursos del lenguaje radiofónico, limita su capacidad comunicacional y pedagógica, es decir, su eficacia para producir una enseñanza de buena calidad.

En conclusión, si se utilizaran adecuadamente los recursos radiofónicos, como la música, los efectos sonoros, los silencios, a más de la palabra, en la producción de la clase radial, seguramente mejoraría la calidad comunicacional del programa y aumentaría su capacidad para enseñar un tema de estudio.

#### **10.4.2. PROCESO INTERACTIVO EN LA CLASE RADIOFÓNICA**

A continuación revisaremos los aspectos interactividad, participación, aprendizaje y audición de la clase radiofónica del Sistema IRFEYAL.

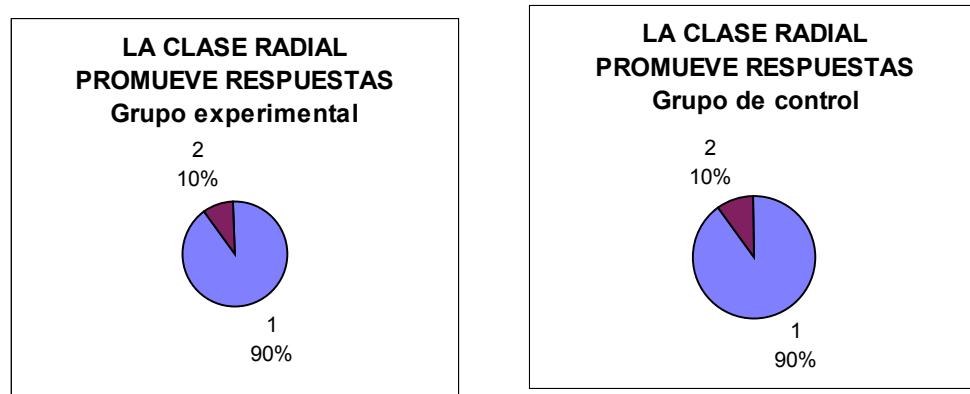
##### **10.4.2.1. INTERACTIVIDAD**

El 90 % de los estudiantes del centro de intercambio del Colegio “San Gabriel” informa que la clase radiofónica SI promueve respuestas orales, mentales y motoras; y apenas el 10 % contesta que NO.

Exactamente igual, el 90 % de los estudiantes del centro de intercambio del Colegio “Amazonas” manifiesta que la clase radiofónica SI promueve respuestas orales, mentales y motoras en los oyentes; y apenas el 10 % lo niega.

Como se aprecia, es alto el porcentaje de la respuesta positiva a esta pregunta.

#### GRUPO DE GRÁFICOS No. 8



Igualmente extraemos las ideas principales de 18 respuestas afirmativas de 20. La clase radiofónica analizada sí promueve respuestas orales, mentales y motoras, porque:

- *Nos hacen (los profesores locutores) trabajar en los módulos.*
- *Nos hacen agilitar la mente, nos hacen pensar.*
- *Nos hacen preguntas y ayudan a resolver los problemas en el módulo.*
- *Nos hacen preguntas que nos dejan suspensos y ansiosos por conocer lo que nos piden.*
- *Dan la oportunidad de razonar lo que se aprende.*
- *Ayuda (el profesor locutor) a aprender y a recordar mentalmente.*
- *Tenemos momentos en clase para trabajar.*

Las respuestas negativas fueron insignificantes. Las respuestas positivas son fundamentales en función de nuestra tesis. Por las respuestas podemos inferir que la clase radiofónica analizada si lograba promover respuestas orales, mentales y motoras en la audiencia estudiantil. La clase radiofónica analizada buscaba romper el carácter unidireccional de la comunicación radiofónica para generar una comunicación que interactúe con el estudiante. Aunque este objetivo no sólo dependía de la clase en sí, sino de todo el proceso de la comunicación radiofónica.

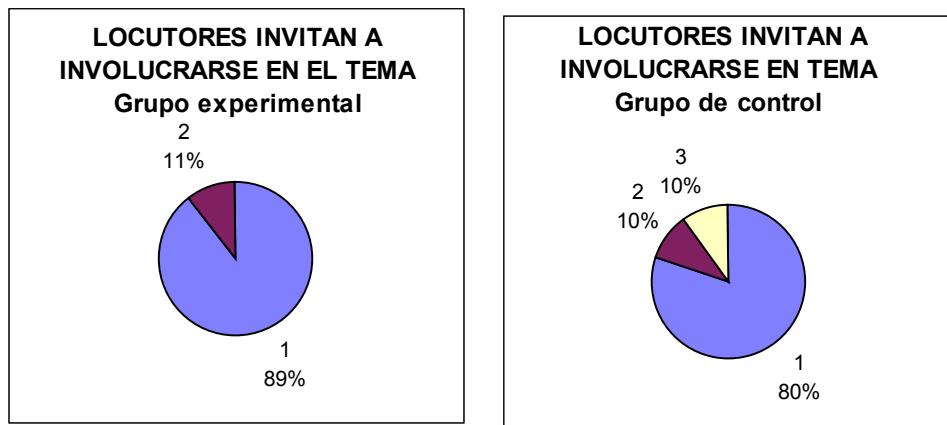
Los profesores locutores invitaban a los estudiantes a trabajar en los módulos escritos, les ayudaban a resolver los ejercicios de Matemáticas y hacían preguntas que los estudiantes tenían que pensar y escribir. El profesor locutor ayudaba por la radio a pensar y a recordar mentalmente los aprendizajes realizados por el alumno durante la semana e invitaba a participar en el intercambio con el profesor orientador. Esta es la comunicación interactiva de la clase radiofónica de IRFEYAL, que de funcionar eficazmente todo el sistema, habría sido mejor utilizada en la enseñanza radiofónica.

#### **10.4.2.2. PARTICIPACIÓN DE LA AUDIENCIA**

El 85 % de los estudiantes del centro de intercambio del Colegio “San Gabriel” manifiesta que SI invitan los locutores a involucrarse en la clase radiofónica, el 10 % dice que NO y el 5 % no informa.

Comparativamente tenemos una respuesta casi similar. El 80 % de los estudiantes del centro de intercambio del Colegio Amazonas contesta que SI, el 10 % que NO y un 10 % no informa.

## GRUPO DE GRÁFICOS No. 9



Extraemos las ideas más significativas de 16 de 20 estudiantes que respondieron afirmativamente. Los locutores invitaban a la audiencia a involucrarse en la clase radiofónica, porque:

- *Nos hacen estar atentos y a escribir, a pensar y hasta bailar.*
- *Desean que participemos, aprendamos y escribamos acerca del tema.*
- *Hablan a través de la radio como si estuvieran junto a nosotros.*
- *Nos hacen desarrollar ejercicios. Pero hay poco tiempo.*
- *Nos ayudan a llenar los espacios vacíos.*
- *Utilizan nombres y relacionan con gentes o alumnos conocidos.*
- *Incentivan a crear, a razonar y a realizar las actividades.*

Las respuestas negativas son insignificantes. La clase radiofónica analizada ha demostrado que utiliza estrategias interactivas porque involucra al estudiante en el proceso educativo. Los estudiantes nos dan una serie de argumentos que nos permiten inferir que la clase radiofónica contiene valiosas técnicas de la comunicación interactiva. La clase radiofónica generaba un proceso de interacción recíproca entre el profesor locutor y el alumno.

Los profesores locutores de la clase radiofónica de Matemáticas invitaban a participar activamente en el proceso educativo. Incentivaban a realizar las actividades del módulo, a razonar y a llenar los espacios de los ejercicios. Los profesores locutores les hablaban como

si estuvieran cerca de sus alumnos, les pedían estar atentos y les invitaban a escribir en la hoja del esquema, que tenían delante mientras escuchaban la clase de Matemáticas. Así, la clase radiofónica de IRFEYAL lograba involucrar y hacer participar al estudiante adulto en el proceso de la enseñanza.

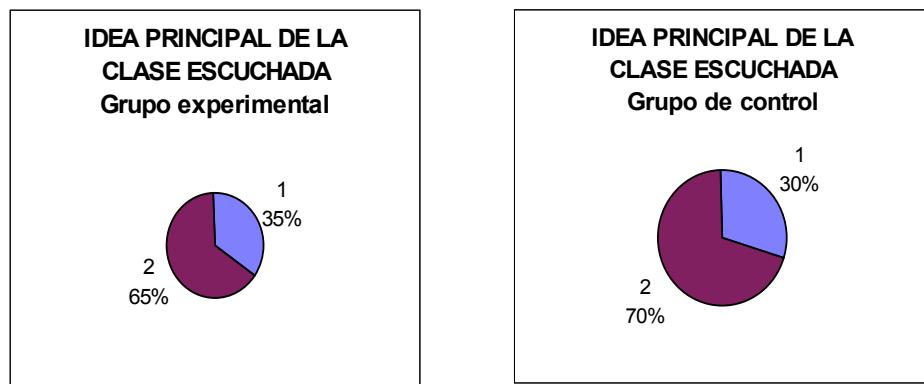
Cabe el mismo comentario que el anterior, si todo el sistema radiofónico de IRFEYAL hubiera funcionado armonizado, el aprendizaje y la participación del estudiante en el programa hubieran sido de mayor calidad y utilidad.

#### **10.4.2.3. APRENDIZAJE RADIOFÓNICO**

El 35 % de los alumnos del centro de intercambio del Colegio “San Gabriel” SI contestó correctamente sobre la idea principal de la clase radiofónica de Matemáticas, mientras que el 65 % respondió incorrectamente.

El 30 % de los alumnos del Colegio “Amazonas” SI contestó correctamente la idea principal sobre el tema de la clase radiofónica, mientras que el 70 % respondió incorrectamente. Como podemos apreciar, estamos ante respuestas similares, pero debemos resaltar el alto porcentaje de la respuesta incorrecta en ambos casos. Sólo una tercera parte contestó correctamente sobre la idea principal de la clase.

#### **GRUPO DE GRÁFICOS No. 10**



Desde el punto de vista pedagógico esto nos delata que el aprendizaje no es eficaz con la simple audición de la clase radiofónica. El escuchar simplemente un casete grabado

con una clase no soluciona el problema de la enseñanza. El aprendizaje requería ser completado con todos los elementos del proceso pedagógico, es decir, el auto-estudio en el módulo escrito, la audición de la clase radiofónica y el intercambio con el profesor orientador, funcionando en óptimas condiciones. El método de IRFEYAL se basaba en esos tres elementos que deberían interactuar armónicamente para fijar un aprendizaje significativo en el alumno.

Si embargo, no estamos ante un programa radiofónico totalmente a distancia sino semipresencial. El propio sistema IRFEYAL establece la presencialidad del profesor orientador como un elemento pedagógico más para apoyar a los estudiantes en su aprendizaje. Empero, no se le asignaba un peso básico en esa metodología, puesto que se decía que todos los elementos son necesarios. De todas maneras, consideramos que un enfoque *semipresencial* o *bimodal* podría ser útil para un programa como el analizado, sobre todo, cuando la radio no es efectiva, o los módulos no están actualizados. En ese caso, la presencia del profesor puede jugar un papel muy importante en el proceso.

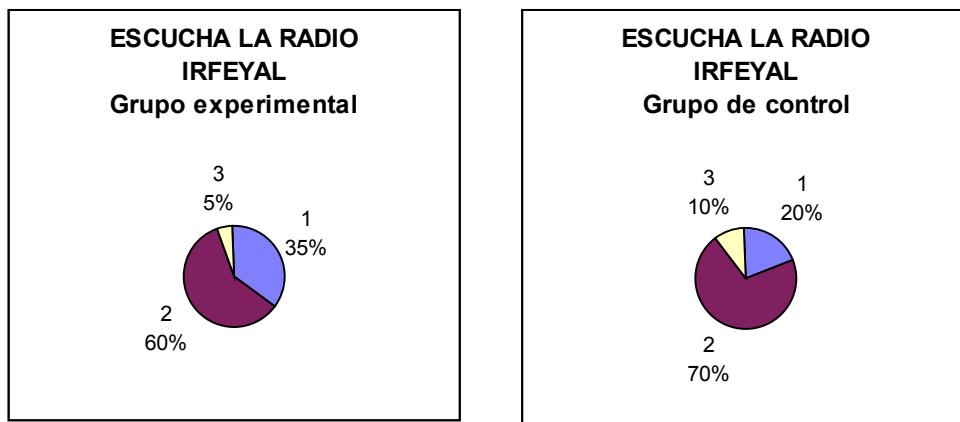
El aprendizaje de un tema no dependía únicamente de uno o de dos elementos, sino de la interacción de todo el sistema. La lección aprendida es que, sólo con uno o dos elementos del sistema radiofónico no se aprende. Inclusive, el 30% que contestó correctamente a la idea principal, recibió una calificación regular de 7/10. Esto refuerza nuestros criterios. Las técnicas de la comunicación interactiva deben estar presentes en el programa radiofónico para permitir un aprendizaje persistente y eficaz en los estudiantes, pero todo el sistema debe actuar en buenas condiciones para lograr sus objetivos.

#### **10.4.2.4. AUDIENCIA DE LA RADIO DE IRFEYAL**

El 60 % de los estudiantes de cuarto curso del centro de intercambio del Colegio “San Gabriel” (Grupo experimental) NO escucha la radio “Fe y Alegría” de IRFEYAL. El 35 % contesta que SI y un 5 % no informa.

Con respuestas similares, el 70 % de los estudiantes de cuarto curso del centro de intercambio del Colegio “Amazonas” (Grupo de control) manifiesta que NO escucha la radio “Fe y Alegría” de IRFEYAL. El 20 % contesta que SI y un 10 % no responde.

## GRUPO DE GRÁFICOS No. 11



Como podemos apreciar, la mayoría de estudiantes no escuchaba la radio de IRFEYAL. Sólo una tercera parte declaró que escuchaba. Los estudiantes de un programa educativo radiofónico deberían escuchar la radio, pero esto no ocurría aquí. ¿Cuáles serían las causas?. El informe de la entrevista grupal nos da una respuesta. La radio no estaba funcionando regularmente, las emisiones de las clases radiofónicas estaban trastocadas por el cambio del año lectivo, de trimestres a quimestres. Además para cada extensión (centro de intercambio) se emitían sendas clases radiofónicas. Esto confundía a todos los estudiantes y nos les permitía seguir con regularidad sus clases por la radio.

Este desajuste en las emisiones de las clases provocaba un problema serio que ponía en cuestión toda la eficacia del programa radiofónico de IRFEYAL. Además, alejaba a la audiencia estudiantil y el programa perdía seriedad, efectividad y credibilidad. La clase radiofónica como una estrategia interactiva para involucrar al estudiante en el aprendizaje por radio, de esta manera fracasaba.

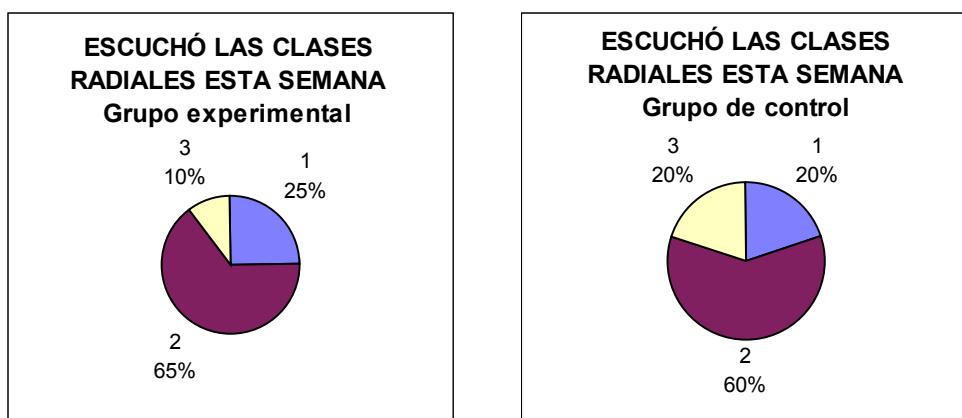
Los estudiantes habían manifestado que no escuchan la radio por algunas razones, fallas técnicas, interferencias con otras emisoras, mala calidad de la señal en AM, problemas en las antenas de la emisora. Pero cuando la radio estaba en buenas condiciones tampoco los estudiantes la escuchaban. Es decir, faltaba una complicidad entre emisor y receptor para completar este proceso comunicacional.

#### **10.4.2.5. AUDIENCIA DE LA CLASE RADIOFÓNICA**

El 65 % de los estudiantes del centro de intercambio del Colegio “San Gabriel” manifiesta que NO escuchó las clases radiofónicas durante la última semana; el 25 % SI y un 10 % no informa.

El 60 % de estudiantes del centro de intercambio del Colegio “Amazonas” NO escuchó las clases radiofónicas, el 20 % SI y un 20 % no informa. Nótese que estamos ante respuestas bastante parecidas.

#### **GRUPO DE GRÁFICOS No. 12**



Esta respuesta corrobora la anterior. Los estudiantes tampoco escuchaban las clases radiofónicas. No obstante, un grupo (20%) declaró que sí escuchaba. Esta es una respuesta contradictoria, ya que tenemos evidencia que durante ese tiempo no se emitían las clases y los estudiantes de la entrevista grupal así lo confirmaron. Quizá eventualmente, estos alumnos escuchaban el programa pero no regularmente. Esto significaba un efecto negativo tanto para el aprendizaje como para el acceso de la audiencia a niveles de mayor participación en el programa.

Otra vez, entendemos que un proceso de educación por radio, debe tratar de que todo el sistema radiofónico funcione; si uno de los elementos deja de funcionar eficazmente, entonces no se obtienen los resultados ni los objetivos, deseados.

### **10.4.3. SUGERENCIAS PRÁCTICAS**

A continuación puntualizamos algunas sugerencias prácticas dadas por los propios estudiantes y completadas con nuestros análisis.

#### **10.4.3.1. PARA LA PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA**

- La clase radiofónica desde el punto de vista pedagógico tiene que utilizar un lenguaje directo y comprensible.
- Tiene que distribuir el tiempo que permita a los estudiantes razonar sobre el contenido de las asignaturas.
- Las clases radiofónicas deben ayudar pensar al estudiante y a resolver los ejercicios de la asignatura, como en el caso de Matemáticas.
- Deben ser concretas, claras y amenas para potenciar la enseñanza y el aprendizaje.
- La explicación se debe hacer con entusiasmo y pasión para transmitirle al estudiante.
- Deben utilizar técnicas de comunicación interactiva para involucrar al alumno en la clase.
- Se puede suponer que un estudiante trata de hacer entender a otro.
- En la clase se debe utilizar ideas concretas y específicas.
- Emplear gran imaginación y motivación en cada clase. Terminar con una frase.
- Variar de formato (radio revista, sociodrama, dramatización, diálogo de padres, conferencia, entrevista, entre otros).
- Utilizar los recursos radiofónicos, como la música, proporcionalmente con la palabra y los otros recursos del lenguaje radiofónico.
- Los alumnos podrían llamar por teléfono para que el locutor respondiera a sus inquietudes y no se quedaran con la duda del aprendizaje.
- Al final de la clase se podría repetir los puntos claves y de los espacios vacíos del esquema o módulo estudiado.

#### **10.4.3.2. DURACIÓN DE LA CLASE**

- Las clases radiofónicas de IRFEYAL duran aproximadamente entre 10 y 20 minutos. La clase de nuestro estudio dura 15 minutos (ver en Anexo CD).
- 13 de 20 estudiantes afirmaron que la clase radiofónica sí tuvo una duración adecuada, porque era suficiente para comprender la materia y para llenar la hoja del esquema.
- La duración de la clase radiofónica debe estar en función de las necesidades didácticas, de acuerdo al tema y a la asignatura de que se trate.
- Una clase radiofónica debe asegurarse que la explicación quede completa y que el estudiante tenga la ayuda oportuna para realizar los ejercicios, por ejemplo, de Matemáticas.

#### **10.4.3.3. HORARIO DE EMISIÓN**

- El horario de emisión de la clase radiofónica debe coincidir con el tiempo libre del alumno.
- Los estudiantes, generalmente, escuchan la radio después del trabajo.
- Los horarios de emisión de las clases suelen ser por la tarde, porque a esa hora los alumnos están libres de sus ocupaciones diarias.
- Sin embargo, siempre hay estudiantes que prefieren escuchar antes de ir al trabajo, es decir, en las primeras horas de la mañana.
- Ante todo, es importante el buen funcionamiento de la radio y la suficiente producción de las clases para que se emitan con regularidad y cumplan su finalidad.

#### **10.4.3.4. ANTE LAS FALLAS TÉCNICAS**

- La falta de secuencia en las emisiones de las clases puede alejar a la audiencia del programa educativo.
- Los problemas de interferencias con otras emisoras deben encontrar una pronta solución que permita audiciones nítidas por parte de los alumnos.
- En general, los problemas de carácter técnico y administrativo requieren de una atención urgente por parte de los encargados.
- Una radio que no se escuche bien su señal pone en peligro su propia permanencia y de las audiencias.

- Las fallas técnicas, que impidan sintonizar la radio por parte del alumno, tienen que ser resueltas antes de comenzar el año escolar, caso contrario va a perjudicar, no sólo al estudiante sino, a todo el sistema.
- Los problemas técnicos requieren tiempo y recursos. No obstante, la radio comunitaria educativa, sin finalidad de lucro, debe encontrar otras fuentes de financiación que le ayuden a solventar este tipo de gastos.
- Las inversiones mayores se requieren hacer, sobre todo, al inicio de la implantación de un programa de educación radiofónica.
- Las agencias para el desarrollo, Manos Unidas e Intermón, de España, ayudaban a IRFEYAL a pagar ciertos costos de la operación del sistema.

## **10.5. CONCLUSIONES Y COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS**

En base a los análisis realizados en el presente apartado llegamos a las siguientes conclusiones:

### **10.5.1. CONCLUSIONES Y COMPROBACIÓN DE LA HIPÓTESIS No. 1**

1. La clase radiofónica si logra romper el carácter unisensorial de la radio, por cuanto promueve respuestas orales, mentales y motoras en los estudiantes.
2. Los profesores locutores hacen preguntas a los alumnos durante la clase y ayudan a resolver los problemas del módulo escrito.
3. Los profesores locutores hacen preguntas a los estudiantes que les dejan suspensos y ansiosos por conocer las respuestas.
4. La clase radiofónica incita al alumno a razonar críticamente lo que aprende.
5. La clase les hace trabajar en los módulos, realizando ejercicios o completando gráficos y frases.
6. Les invita a estar atentos, a pensar, a escribir y a veces a bailar.
7. Los profesores locutores les invitan a participar en el aprendizaje, a escribir en el módulo acerca del tema de estudio.
8. Incentivan a crear, a razonar, y a realizar actividades relacionadas con el proceso del aprendizaje radiofónico.

9. Los profesores locutores invitan al estudiante a interactuar en el proceso educativo, activando una serie de aptitudes y destrezas psicomotrices del alumno, lo cual rompe el carácter unisensorial de la radio y estimula la comunicación interactiva en el proceso de la educación del adulto.

Por lo tanto, en base a los argumentos, razones y datos presentados en este apartado y en sus conclusiones, la hipótesis operacional No. 1 queda refutada, por cuanto la clase radiofónica en sí misma si promueve respuestas orales, mentales y motoras sustantivas en el alumno. De esa manera se rompía el carácter unidireccional del medio radio, al generar respuestas en los alumnos en base a las indicaciones dadas por sus profesores locutores desde la clase radiofónica. La hipótesis decía así:

- **HIPÓTESIS OPERACIONAL No. 1.**

La clase radiofónica de IRFEYAL no logra superar el carácter unidireccional que tiene la radio, por cuanto no promueve respuestas orales, mentales y motoras significativas en el estudiante del programa radiofónico educativo seleccionado.

#### **10.5.2. CONCLUSIONES Y COMPROBACIÓN DE LA HIPÓTESIS No. 2**

1. La clase radiofónica analizada si lograba involucrar a los alumnos durante su audición.
2. Los profesores locutores utilizan algunas estrategias interactivas durante el desarrollo de la clase para que los estudiantes interactúen con ellos.
3. La clase radiofónica procuraba incentivar al alumno a pensar, estudiar, llenar el módulo escrito y a participar en el intercambio semanal.
4. Los profesores locutores invitaban a los estudiantes a trabajar en los módulos escritos, les ayudaban a resolver los ejercicios de Matemáticas y hacían preguntas que los estudiantes tenían que pensar y escribir.
5. El profesor locutor ayudaba a pensar y a recordar mentalmente los aprendizajes realizados por el alumno en el módulo.

6. La clase radiofónica generaba un proceso de interacción recíproca entre el profesor locutor y el alumno.
7. Los profesores locutores les hablaban como si estuvieran cerca de sus alumnos, les pedían estar atentos y les invitaban a escribir en la hoja del esquema, que tenían delante mientras escuchaban la clase de Matemáticas.
8. Así, la clase radiofónica de IRFEYAL lograba involucrar y hacer participar al estudiante adulto en el proceso de la enseñanza aprendizaje.
9. Esta es la comunicación interactiva de la clase radiofónica de IRFEYAL, que de funcionar eficazmente todo el sistema, habría tenido mayor efecto pedagógico.
10. De todas manera, la clase radiofónica por sí misma sí utilizaba las estrategias de la comunicación interactiva porque sí lograba involucrar al alumno mientras escuchaba la clase de Matemáticas.

Por lo tanto, en base a los hallazgos, datos y análisis realizados en el presente apartado y por los argumentos conclusivos contundentes a los que hemos arribado, la hipótesis operacional No. 2, queda refutada. La hipótesis decía:

- **HIPÓTESIS OPERACIONAL No. 2:**

La clase radiofónica de Matemáticas para cuarto curso del ciclo diversificado del Bachillerato en la especialidad de Promoción Social no utiliza las técnicas de la "comunicación interactiva" con eficacia, por cuanto no logra involucrar al alumno cuando escucha la clase radiofónica.

#### **10.5.3. CONCLUSIONES Y COMPROBACIÓN DE LA HIPÓTESIS No. 3**

1. La clase radiofónica de Matemáticas utilizó un lenguaje coloquial, claro y directo para comunicarse con el alumno.
2. El uso del lenguaje hablado en la clase radiofónica creó una sensación de contacto personal con el alumno. Fue un lenguaje conversacional que sonaba oral y no escrito ni literario.

3. Sin embargo, existió un desequilibrio con la música. Durante 13 de 15 minutos hablaron los dos locutores y la música se utilizó casi 2 minutos.
4. La música se utilizó como cortinas musicales para ambientar y motivar al alumno. Se utilizó también para abrir y cerrar la clase radiofónica.
5. Las múltiples posibilidades y funciones del uso de la música en la clase se perdió por no saber utilizar apropiadamente este recurso radiofónico.
6. Por lo tanto, la música fue subutilizada en la clase radiofónica de Matemáticas.
7. Asimismo, los efectos sonoros no fueron utilizados en la clase radiofónica para realzar este programa educativo.
8. Los efectos sonoros fueron reemplazados por las cortinas musicales.
9. Los efectos sonoros hubieran cumplido una función extraordinaria en este tipo de programa, sobre todo, para estimular la participación del oyente adulto.
10. El silencio tampoco fue empleado en la clase radiofónica analizada. Se perdió excelentes momentos para utilizar este recurso en el programa.
11. Los recursos radiofónicos bien utilizados y distribuidos podrían promover valores interactivos, tales como la motivación, estimular el interés, la intervención y la participación de alumno en el aprendizaje radiofónico.
12. En síntesis, los recursos radiofónicos no fueron utilizados adecuadamente en la clase de Matemáticas, como exige la teoría del lenguaje radiofónico.

Por lo tanto, de acuerdo con los análisis realizados en ese apartado y por las argumentaciones realizadas con el estudio de la clase radiofónica, concluimos que la hipótesis operacional No. 3 queda demostrada y corroborada. La hipótesis decía:

- **HIPÓTESIS OPERACIONAL No. 3:**

La clase radiofónica de Matemáticas para cuarto curso del ciclo diversificado del Bachillerato en Promoción Social no utiliza apropiadamente los recursos del lenguaje radiofónico (palabra, música, efectos sonoros, silencios).

## **10.6. COMPARACIÓN ANÁLISIS CUALITATIVO CUANTITATIVO**

Si leemos por separado los datos proporcionados por la discusión grupal y por la encuesta individual, pensaríamos que se trata de resultados contradictorios del estudio y nos podríamos confundir. Consideramos que su lectura debe hacerse, no tanto desde la posición del especialista que mira desde afuera los hechos, sino tratando de ubicarnos en la situación propia de los actores del programa. Así, tendremos una mejor apreciación de estos datos, y lo que suponíamos una contradicción, entonces tendría una lógica y una respuesta más satisfactoria.

A través de un ejercicio de interpretación global de los análisis cualitativo y cuantitativo, trataremos de hacer una correlación de los resultados de los aspectos más significativos del estudio, es decir, del programa radiofónico con sus elementos pedagógicos, y de la clase radiofónica, específicamente.

- ❖ Profesores y alumnos tienen gran aceptación del sistema IRFEYAL, a pesar de los problemas e inconvenientes señalados en la discusión grupal. Los actores defendían el programa de IRFEYAL en un 55% del total de sus intervenciones.
- ❖ Sin embargo, preocupaba el 27% de las manifestaciones negativas relacionadas al mal funcionamiento de los elementos metodológicos o de los procesos inadecuados que perjudicaban a los actores y al propio sistema radiofónico.
- ❖ El 13% de las intervenciones correspondió a sugerencias que demostraban la necesidad de introducir cambios urgentes en beneficio del sistema IRFEYAL. El 5 % restante de las intervenciones no opinaba a favor ni en contra ni sugería.
- ❖ Los actores apreciaron las oportunidades y los valores que fomentaba IRFEYAL, puesto que eran estrategias claves que favorecían sus múltiples interacciones y la permanencia en el programa.
- ❖ De igual manera, el caso de la radio y de las clases radiofónicas han sido temas apreciados positivamente y defendidos por sus actores, aunque también señalaron sus falencias dentro del programa. Con el análisis cuantitativo se corroboró esas apreciaciones fenomenológicas obtenidas en la discusión grupal.
- ❖ Igualmente, de forma positiva se expresaron en relación a los módulos escritos. Los actores defendían su presencia en el programa, sin embargo con los propios

datos cualitativos y cuantitativos constatamos que no estaban funcionando adecuadamente, por las razones ya anotadas en este estudio.

- ❖ En base a la información cualitativa, el profesor orientador era un elemento central y de gran interés en el programa. Esta apreciación se justificaba, cuando en ese momento la clase radiofónica no estaba cumpliendo su papel pedagógico, y mas bien, estaba en peligro de ser reemplazada por los otros componentes.
- ❖ A pesar de las falencias de la clase radiofónica señaladas en la discusión grupal, los análisis cuantitativos han demostrado que la clase en sí misma es positiva y útil para la enseñanza aprendizaje. La clase radiofónica de hecho genera interacciones entre sus actores, involucra a los alumnos durante el estudio y utiliza un lenguaje coloquial, claro y ameno. No obstante, los otros recursos del lenguaje radiofónico no fueron utilizados apropiadamente, como ya hemos señalado en los análisis.
- ❖ Las sugerencias valiosas que fueron obtenidas con los estudios cualitativo y cuantitativo, han sido recogidas al final de este capítulo y también para el siguiente, que corresponde a las conclusiones y recomendaciones finales.

## 10.7. CONCLUSIONES Y SUGERENCIAS

A continuación las principales conclusiones y sugerencias recogidas del capítulo.

### 10.7.1. EL PROGRAMA Y SUS COMPONENTES

- 1) El programa de IRFEYAL funcionaría eficazmente, sólo si todos los elementos de su metodología pedagógica (módulos escritos, clases radiofónicas y profesores orientadores) interactuaran complementándose mutuamente en un proceso sistémico.
- 2) La radio debe jugar un papel central en un sistema de educación radiofónica. Debe actuar como un elemento metodológico transversal en el programa radiofónico.
- 3) Cuando la radio no funciona en un programa de educación radiofónica, los otros elementos del proceso educativo (módulo, profesores, centro de intercambio) se activan para suplir la carencia metodológica de la radio.

- 4) En ese contexto, el módulo escrito se convierte en el eje central del programa. El autoestudio en el módulo es fundamental. Pero los módulos deben estar actualizados para no restar eficacia al proceso enseñanza aprendizaje.
- 5) Cuando los estudiantes acuden al centro de intercambio sin haber escuchado la clase radiofónica durante la semana, la reunión semanal se convierte en una clase presencial tradicional alrededor del módulo escrito.
- 6) El centro de intercambio se convierte en una estrategia interactiva eficaz que motiva la participación y el aprendizaje, sólo si la clase radiofónica es escuchada diariamente por el alumno.
- 7) Tres valores, autoeducación, autodisciplina y autoestima fomentan una rentabilidad socio cultural importante en un programa de educación radiofónica.
- 8) Los estudiantes no escuchaban la radio por fallas técnicas de la Radio IRFEYAL, AM, pero también por que se repetían las emisiones de las clases, a pesar que algunas de ellas estaban desactualizadas.
- 9) Esto generaba ineficacia y debilidad en el programa analizado. Restaba credibilidad y limitaba la consecución de los objetivos académicos del sistema.

#### **10.7.2. LA CLASE Y LOS RECURSOS RADIOFÓNICOS**

- 10) La clase radiofónica analizada no utilizó los recursos del lenguaje radiofónico (palabra, música, efectos sonoros y silencios) con eficacia. La palabra hablada fue utilizada por más de 13 minutos y la música menos de 2 minutos, en una clase radiofónica de 15 minutos de duración.
- 11) IRFEYAL apostó por la palabra hablada en la clase radiofónica. El lenguaje hablado creó una sensación de contacto personal con el alumno. Fue un lenguaje conversacional que sonaba oral y no escrito ni literario.
- 12) La música se utilizó como cortinas musicales para ambientar y motivar al alumno, para abrir y cerrar el desarrollo de la clase radiofónica.
- 13) La clase radiofónica no utilizó los efectos sonoros ni los silencios adecuadamente a pesar que había buenas oportunidades para utilizar estos recursos. Fragmentos musicales reemplazaron a los efectos sonoros, inclusive a los silencios. En esos momentos los estudiantes completaban sus esquemas de la lección.

- 14) Los recursos radiofónicos bien utilizados y distribuidos podrían fomentar valores interactivos, tales como la motivación, despertar el interés, la intervención y la participación de alumno en el aprendizaje radiofónico.
- 15) En definitiva, los recursos radiofónicos no fueron utilizados adecuadamente en la clase de Matemáticas, como exige la teoría y la técnica del lenguaje radiofónico.
- 16) Una clase radiofónica que no utiliza adecuadamente todos los recursos del lenguaje radiofónico no es un producto comunicacional y pedagógico efectivo.
- 17) Una clase radiofónica, en cuya producción se utilice correctamente los recursos del lenguaje radiofónico, a más de la creatividad y las estrategias interactivas, sin duda tendrá una mayor eficacia y potencia educativa.

#### **10.7.3. INTERACTIVIDAD, PARTICIPACIÓN Y APRENDIZAJE**

- 18) La clase radiofónica analizada sí superó el carácter unidireccional de la radio porque logró promover respuestas orales, mentales y motoras en los alumnos.
- 19) Los profesores locutores invitaban a los estudiantes a trabajar en las hojas del esquema, les ayudaban a resolver los ejercicios de Matemáticas y les hacían preguntas que los estudiantes tenían que pensar y escribir. Así se generaba una comunicación interactiva con el estudiante.
- 20) Los profesores locutores de la clase radiofónica invitaban a los alumnos a participar activamente en el proceso educativo. Hablaban como si estuvieran cerca de sus alumnos; les invitaban a trabajar sobre el esquema.
- 21) En efecto, la clase radiofónica lograba involucrar y hacer participar al estudiante adulto en el proceso de autoeducación de adultos de IRFEYAL.

#### **10.7.4. SUGERENCIAS PARA LA PRODUCCIÓN DE LA CLASE**

- 22) La clase radiofónica desde el punto de vista pedagógico tiene que utilizar un lenguaje directo y comprensible.
- 23) Tiene que distribuir el tiempo que permita a los estudiantes razonar sobre el contenido de las asignaturas.
- 24) Debe ayudar a pensar al estudiante, a realizar actividades y a resolver los ejercicios.

- 25) Las clases deben ser claras, concisas y amenas para potenciar la enseñanza y el aprendizaje.
- 26) Deben utilizar las técnicas de la comunicación interactiva para invitar al alumno a actuar y a participar en el desarrollo de la clase.
- 27) La duración de una clase radiofónica debe estar en función del alumno y de las necesidades didácticas, de acuerdo al tema y asignatura de que se trate.
- 28) Los horarios de emisión de las clases suelen ser por la tarde, cuando los alumnos están libres de sus ocupaciones diarias. Sin embargo, hay estudiantes que prefieren escuchar antes de ir al trabajo, en las primeras horas de la mañana.
- 29) Las técnicas de la comunicación interactiva deben estar presentes en la clase radiofónica para ayudar al aprendizaje del alumno. No obstante, todos los elementos del sistema radiofónico (radio, módulo y profesor orientador) deben funcionar eficazmente para lograr las metas de la enseñanza aprendizaje.
- 30) El uso de nuevos formatos o microgéneros educativos podría fomentar innovadores, apasionantes y atractivos programas de educación radiofónica.

#### **10.7.5. SUGERENCIAS PARA LA EMISIÓN DEL PROGRAMA**

- 31) Clases incompletas, módulos desactualizados, profesores sin experiencia y estudiantes que no se esfuerzan en seguir el programa radiofónico son serios problemas que pueden poner en duda la eficacia del aprendizaje por radio.
- 32) Por ello, una radio comunitaria educativa debe fomentar en sus alumnos el autoestudio, la autodisciplina y la autoestima para lograr una formación eficiente.
- 33) La radio educativa debe asegurarse que las clases radiofónicas estén producidas con suficiente antelación al inicio del año escolar.
- 34) Los problemas técnicos de la emisora y la producción del material deben estar superados con la mayor brevedad, para no causar pérdida a la efectividad del sistema.

Estas conclusiones y sugerencias acerca de IRFEYAL, podrían ser extrapolables a aquellas experiencias de radio comunitaria educativa con programas similares de educación radiofónica, como las de CORAPE, en Ecuador, o de ALER, en América Latina.

## **CAPÍTULO XI.**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

## **XI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

En este capítulo final se exponen las conclusiones y recomendaciones que podemos extraer de este trabajo, así como también lineamientos generales para investigaciones futuras. En el desarrollo de este contenido se tomará en consideración las hipótesis que han guiado nuestro trabajo, así como los objetivos del mismo.

El capítulo seguirá el siguiente orden.

- 1) En la primera parte se enumeran las conclusiones relacionadas con la radio comunitaria de América Latina, la radio comunitaria educativa de Ecuador y la clase radiofónica del programa IRFEYAL.
- 2) La segunda parte contiene las recomendaciones para los diversos aspectos enunciados en la parte anterior.
- 3) En la tercera parte, se enumeran nuevos temas para investigaciones futuras, que surgen a partir del estudio realizado con esta tesis.

### **11.1. PRIMERA PARTE. CONCLUSIONES**

En las conclusiones generales haremos referencia a la hipótesis central, que se utilizó como eje transversal del estudio. Esta hipótesis dice:

- ❖ Si la radio comunitaria educativa de América Latina y Ecuador utiliza estrategias interactivas con eficacia en la programación educativa, entonces mejorará el acceso, la participación y el aprendizaje de la audiencia.

Como hemos analizado, en América Latina, el desarrollo de la radiodifusión es un asunto heterogéneo. En cada país se han vivido procesos distintos, que marcan

desigualdades en el desarrollo del medio radio. Por ejemplo, en Brasil y Chile resurge la radio comercial, mientras en Colombia se mantiene la hegemonía de la radio privada desde su implantación, pero en el caso de Perú esta radio ha atravesado una situación de crisis y estancamiento. No obstante, la radio comercial tiene un indiscutible liderazgo en los campos sociales, culturales y políticos de los países latinoamericanos.

En América Latina, la radio comunitaria ha surgido como respuestas al monopolio de los medios comerciales, a la homogeneización de la cultura y al desinterés o frente a la inexistencia de la radio pública. Las radios comunitarias se han convertido en un medio idóneo para la democratización de la comunicación y la cultura en la región.

En América Latina, la participación y el acceso en la radio comunitaria va aún más lejos, puesto que podemos encontrar un grupo de radios comunitarias en donde los oyentes no sólo participan en la producción de los programas, sino que también son co-propietarios de algunos medios comunitarios y desde allí dirigen la tarea radial con la comunidad.

El proceso de gestación de la radio comunitaria en América Latina se nutre de un núcleo ideológico duro que combina eclécticamente algunas corrientes del pensamiento universal y latinoamericano, como, el marxismo, la teología de la liberación, la educación liberadora de Paulo FREIRE y el concepto de desescolarización de ILLICH; además de los enfoques de la dependencia y de la comunicación para el desarrollo.

Las radios comunitarias de América Latina combinan el uso de la tecnología con la creatividad para producir programas que respondan a las necesidades de sus sociedades. Por ejemplo, en Argentina, estas radios, a través de unidades móviles, captan desde la calle la vida cotidiana de la gente que busca sobrevivir ante la crisis. Asimismo, en Bolivia, Perú y Ecuador, las radios comunitarias con sus programaciones bilingües favorecen el desarrollo de sus audiencias mediante programas multiculturales interactivos.

Por su parte, la presencia de las mujeres en la radio comunitaria, permite constatar no sólo el acceso y la participación en la radio de este colectivo, sino además su afán por comunicar los mensajes sobre su problemática y promover la democratización de la

sociedad. Las mujeres, no sólo buscan su presencia en las radios comunitarias, sino también en las comerciales y públicas, para emitir sus programas e interactuar con sus audiencias.

La mayoría de las radios comunitarias emiten programaciones generalistas, que se identifican con los gustos de las audiencias. La programación intenta cubrir las necesidades de educación, comunicación y de servicios de la comunidad. Los horarios de emisión son variados durante las 24 horas del día y durante los días de la semana.

Las radios comunitarias logran su financiación con la emisión de avisos publicitarios de comerciantes locales, pero también con apoyos de entidades públicas o particulares para la difusión de diversas campañas. Además, con aportes de algunas agencias de cooperación internacional.

En América Latina, las radios comunitarias trabajan en redes, puesto que así logran intercambiar experiencias y aprender nuevas metodologías para democratizar la palabra y el acceso a la producción y gestión de la radio. Además, las redes dinamizan el movimiento de las radios comunitarias, manifiestan su solidaridad y reivindican la libertad de expresión. Luchan en forma permanente por obtener una legislación que fomente su desarrollo, o al menos, que haga respetar su presencia. Las diversas declaraciones conjuntas de los movimientos de radios comunitarias que hemos mencionado y anexado a esta tesis, dan cuenta de su organicidad y el fomento de ideales que promueven su desarrollo en esta región y en el mundo entero.

En América Latina la mayoría de las radios comunitarias son llamadas “piratas” porque aún viven en la ilegalidad, puesto que tarda una legislación que las ayude a desarrollarse orgánicamente. Sin embargo, en los últimos años las radios comunitarias han dado pasos para mejorar los códigos normativos en algunos países. De esta manera se han obtenido algunas medidas favorables relacionadas al otorgamiento de frecuencias y a la posibilidad de la autofinanciación por medio de la publicidad, como en el caso de Ecuador.

Pasemos, ahora, a revisar las conclusiones para la radio comunitaria en Ecuador, siempre teniendo como referencia la hipótesis central y los conceptos de radio comunitaria y radio interactiva, elementos básicos para nuestras conclusiones.

El concepto de radio comunitaria surge como contraste a los modelos de la radio pública estatal y al modelo de la radio comercial. La radio comunitaria trata a sus oyentes como sujetos activos con capacidad para poder controlar la política de la emisora, la producción de los programas y su funcionamiento.

Por su parte, el concepto de radio interactiva es un método educativo en sí mismo, puesto que combina el uso de la radio como medio de intercomunicación con la aplicación de principios pedagógicos, basados en la participación de la audiencia.

En Ecuador, la mayoría de los *mass media*, incluido la radio comercial está controlada por los grupos hegemónicos que tradicionalmente han manejado el poder político y económico del país. Sin embargo, la tecnología y los enfoques de la comunicación y de la educación alternativa han permitido el surgimiento de un grupo de medios independientes o contra hegemónicos en esta sociedad. Y precisamente dentro de este grupo estarían las radios comunitarias, populares o educativas de Ecuador.

No obstante, la legislación radioeléctrica ecuatoriana ha otorgado concesiones injustas para la explotación de la radiodifusión. Ha entregado desmesurados beneficios a los concesionarios privados en desmedro de la radio pública y comunitaria. Ha permitido una radiodifusión como una actividad simplemente lucrativa y no como un medio de comunicación social. Por ejemplo, el servicio público de radiodifusión no está claro quien debe asumirlo. Algunos autores consideran que este tema es tácitamente asumido por las radios comunitarias y educativas, pero éstas carecen de una ley que las ampare.

En Ecuador la radio comercial es el modelo mayoritario, frente una casi inexistente radio estatal que carece de liderazgo y la radio comunitaria, que aunque minoritaria, tiende al crecimiento. Estas radios, organizadas en redes y cadenas son sinérgicas y sostenidas, además reciben apoyo de agencias nacionales e internacionales para completar sus presupuestos.

Las radios comunitarias son impulsadas por fundaciones, iglesias, comunidades o grupos sociales que utilizan el medio radio para comunicarse con diversos grupos de la

población y desarrollar sus programas de educación alternativa, promoción de la salud, de microempresas, proyectos socio-ambientales, entre otros.

En Ecuador existen alrededor de 35 radios comunitarias afiliadas a la Coordinadora de Radios Populares Educativas del Ecuador, CORAPE; y además, casi todas están afiliadas a ALER, AMARC, o a alguna otra organización nacional o regional. Por ejemplo, *La Voz del Upano*, de Macas, forma parte de la cadena *Ecuadoradio*, de carácter comercial, y anteriormente era parte de ALER. Estas vinculaciones producen una serie de interacciones beneficiosas para las emisoras asociadas porque les permiten llegar con sus programas a nuevas audiencias, entre otras.

Los objetivos de las radios comunitarias educativas de Ecuador apuntan a apoyar la formación, la comunicación participativa y la organización de las poblaciones marginales del país. En cuanto a la educación, estas radios buscan lograr mejores niveles educativos en las audiencias. En cuanto a la comunicación, las radios comunitarias han pasado de una comunicación cerrada, con audiencias específicas para sus programas educativos (años sesenta y setenta), a programaciones más incluyentes y participativas (años ochenta y noventa). Ahora, estas radios hablan de programas masivos e interactivos, en los cuales los miembros de las audiencias participan de alguna manera en el proceso comunicacional.

Las radios comunitarias educativas llegan con sus programaciones, sobre todo, a las poblaciones adultas, hombres y mujeres, mayores de 15 años; ya sean blanco-mestizos, indígenas o negros; personas que en su momento no tuvieron las posibilidades de acceder a la educación formal o regular encuentran en las radios educativas programas formativos basados en sus necesidades e intereses, como el caso de IRFEYAL y otras que hemos reseñado en el capítulo VII de esta tesis.

A través de las redes de ALER y CORAPE, el personal de las radios comunitarias ha participado en procesos de capacitación de radio, con el objetivo de prepararse para diseñar y producir programas que incluyan estrategias que permitan la interacción con sus audiencias. Los miembros de estas radios han participado en talleres de formación de reporteros populares, en la producción de formatos cortos: sociodramas, entrevistas, cuñas educativas, puntadas, etc.; en la estructuración de bloques informativos, noticieros, flashes,

boletines breves; inclusive en el manejo gerencial de la radio y en estrategias de financiación.

El caso de las *Escuelas Radiofónicas Populares de Ecuador –ERPE-*, que nació en 1962, fue una experiencia exitosa por cuanto la programación educativa fue adaptada de la cultura hispana a la cultura de la audiencia indígena. Así, la radio se integró a la vida cotidiana de la comunidad para reforzar los saberes tradicionales de la población. No obstante, la falta de presupuesto y financiación para equipamiento, materiales, capacitación y apoyo técnico obligó a reducir la potencialidad del programa y en consecuencia se limitó la eficacia del mismo.

El *Sistema de Educación Radiofónica Bicultural Shuar –SERBISH-* de *Radio Federación Shuar*, surgió en 1972, con un equipo de telemaestros y 506 niños shuar. El programa educativo bicultural hispano-shuar, estuvo enmarcado en el subsistema de la educación formal a distancia del sistema de la enseñanza oficial. El éxito del programa educativo se debe a que logró producir los contenidos de los mensajes educativos en shuar y castellano y procurar que el sistema radiofónico sea dirigido y controlado por los propios miembros de la etnia shuar. Este programa se apoyaba en la integración cultural de la comunidad, donde la radio era utilizada como una herramienta interactiva entre la *Radio Federación* y el oyente indígena.

El programa de *IRFEYAL* se ejecutó desde 1974 y las lecciones aprendidas sobre esta metodología son valiosas. El programa El Maestro en Casa, operó con un método adaptado del *Sistema ECCA* de España, que consistía en combinar el uso de la radio con los esquemas escritos y la tutoría del maestro con los estudiantes. Los programas educativos de IRFEYAL se han adecuado a las necesidades de trabajo y de la vida cotidiana de las personas adultas, quienes en su niñez no pudieron acceder al sistema regular de educación por múltiples problemas. El éxito del programa estuvo en el uso de estrategias interactivas, por ejemplo, lograr que el adulto relacione los contenidos educativos con la realidad mediante el diálogo y la participación responsable en la comunidad.

Los tres estudios de caso dan cuenta del contenido de los conceptos de radio comunitaria, de radio interactiva y de nuestro concepto de radio en la comunicación para el

desarrollo (incluido en el capítulo V). En los tres casos, las radios y sus programas educativos tratan a los oyentes (estudiantes y telemaestros) como sujetos activos, cuya participación en el programa se busca consolidar con los mensajes radiofónicos y los materiales escritos, producidos con la participación o la visión de los miembros de la comunidad.

Estas radio escuelas posibilitaron que los participantes se involucren de manera organizada en la definición de las políticas del programa educativo, en la capacitación de los productores radiofónicos y en la gestión de la radio. Lamentablemente, la falta de recursos económicos de estas radios comunitarias sin fines de lucro limitó que sus metas fueran cumplidas con mayor eficacia. El personal voluntario presente en estas emisoras no resolvía todos los problemas, puesto que, se requieren de recursos suficientes para la producción de materiales educativos, para la capacitación del personal involucrado, para la producción de los programas y el mantenimiento de las instalaciones.

A continuación presentamos las conclusiones relacionadas con la Clase Radiofónica del Programa IRFEYAL. Las hipótesis general y operativas utilizadas nos guiarán en estas conclusiones. En primer lugar tomamos la hipótesis general que decía:

- ❖ El programa radiofónico en el ciclo diversificado del Bachillerato en Promoción Social de IRFEYAL, del año escolar 1998-1999, no utiliza “estrategias interactivas” con eficacia en los tres componentes metodológicos: clase radiofónica, módulo escrito y profesor orientador, en consecuencia la participación y el aprendizaje de los alumnos adultos son limitados.

Los alumnos y profesores señalaron que todos los elementos metodológicos del programa de educación radiofónica de IRFEYAL tienen su importancia y que cada uno es complementario del otro. Sin embargo, con nuestro estudio constatamos que no estaban funcionando eficazmente, no estaban interactuando unos con otros, como exige la teoría de la comunicación interactiva.

La radio de IRFEYAL no estaba funcionando regularmente en ese periodo escolar y las radios comerciales encargadas de emitir las clases, repetían las emisiones.

Las clases radiofónicas que sí se difundían habían sido producidas hace algún tiempo atrás y estaban desactualizadas.

En este contexto, el módulo escrito se convertía en el eje central del programa. El autoestudio en el módulo era fundamental. Pero había otro problema, los módulos también estaban desactualizados y esto desmotivaba a los estudiantes.

Estos problemas técnicos, metodológicos y administrativos detectados, de hecho ponían en duda la eficacia del aprendizaje en este programa radiofónico.

En cuanto a la interacción entre sus actores y elementos pedagógicos, constatamos que existían “*ruidos*” que impedían una retroalimentación eficaz, como exige el enfoque de la comunicación interactiva.

Las conclusiones para cada uno de los componentes del programa educativo de IRFEYAL son las siguientes:

**EL PROGRAMA EDUCATIVO RADIOFÓNICO.-** Los múltiples problemas hallados y comentados han limitado la capacidad del programa de educación radiofónica de IRFEYAL para producir, en los estudiantes adultos, el acceso, la participación y el aprendizaje deseado, por medio de sus tres elementos metodológicos.

**CLASE RADIOFÓNICA.-** Los estudiantes y los profesores orientadores de los centros de intercambio de IRFEYAL nos han descrito los problemas y las deficiencias del sistema. Las clases radiofónicas, que parecen en sí cautivantes y estimuladoras del aprendizaje, no cumplían su papel de acuerdo con la metodología pedagógica de IRFEYAL. Habían perdido la capacidad para permitir el acceso de los estudiantes adultos a un aprendizaje efectivo y de buena calidad. Los problemas de emisión y la falta de secuencias limitaban su capacidad de interacción o de influencia recíproca entre

el profesor locutor y la audiencia estudiantil. La capacidad dialógica e interactiva entre los actores de este proceso, a través de la clase radiofónica, era tenue e ineficaz.

**EL MÓDULO ESCRITO.-** o esquema impreso, que constituye el contenido del programa de estudio e interactúa con el apoyo de la clase radiofónica, tampoco funcionaba. El módulo de la materia más la coherente explicación radiofónica permitiría alcanzar el objetivo de aprendizaje. En el programa analizado encontramos que este elemento no actuaba articulado con los otros, sino de forma independiente. Esto, sin duda, quitaba potencia al programa para fomentar un aprendizaje más sostenido en los alumnos.

**CENTRO DE INTERCAMBIO.-** Las reuniones semanales con los estudiantes y los profesores orientadores tenían el propósito de afianzar los conocimientos adquiridos por el alumno y evaluar su rendimiento. Esta estrategia funcionaría en óptimas condiciones, cuando todos los elementos pedagógicos actuaran influenciándose mutuamente. Como los estudiantes acudían al centro sin haber escuchado la clase radiofónica, la reunión no iba a producir los efectos deseados. La posibilidad de una interacción eficaz se veía frustrada, por cuanto, la participación y el aprendizaje, en esa condición, serían poco efectivas. La eficacia del intercambio semanal era cuestionable.

Por lo tanto, más que un sistema radiofónico interactivo, era la sumatoria de esfuerzos separados. Los elementos no se acoplaban en un proceso efectivo de comunicación interactiva y restaba el acceso y el aprendizaje de la audiencia adulta a una educación radiofónica de excelencia.

Con base en estos argumentos concluyentes la hipótesis general fue ampliamente demostrada y corroborada.

Finalmente, arribamos a las conclusiones acerca de nuestro objeto específico de estudio, la Clase Radiofónica. Estas conclusiones fueron obtenidas en base a las hipótesis operacionales que manejamos en el estudio.

Estas fueron las conclusiones que permitieron verificar la hipótesis No. 1

1. La clase radiofónica por sí misma sí lograba romper el carácter unisensorial de la radio, por cuanto sí promovía respuestas orales, mentales y motoras en los estudiantes. El problema era que no se la difundía regularmente y eso alteraba el proceso del aprendizaje en el alumno, como hemos señalado.
2. Los profesores locutores hacían preguntas a los alumnos durante la clase y ayudaban a resolver los problemas del módulo escrito. Estas preguntas dejaban a los estudiantes suspensos y ansiosos por conocer las respuestas.
3. La clase radiofónica incitaba al alumno a razonar críticamente lo que aprendía en el tema de estudio. Los profesores locutores les hacían trabajar en los módulos, realizando ejercicios o completando gráficos y frases. Pero también les invitaban a estar atentos, a pensar, a escribir y, a veces, a bailar.
4. Los profesores locutores les animaban a participar en el aprendizaje, a escribir en el módulo acerca del tema de estudio. Incentivaban a crear, a razonar, y a realizar actividades relacionadas con el proceso del aprendizaje radiofónico.
5. Los profesores locutores invitan al estudiante a interactuar en el proceso educativo, activando una serie de aptitudes y destrezas psicomotrices del alumno, lo cual rompía el carácter unisensorial de la radio y estimulaba la comunicación interactiva en el proceso de educación del adulto.

En base a estas conclusiones, la hipótesis operacional No. 1 quedaba refutada, por cuanto la clase radiofónica en sí misma sí promovía respuestas orales, mentales y motoras sustantivas en el alumno. De esa manera se rompía el carácter unidireccional del medio radio, al generar respuestas en los alumnos en base a las indicaciones dadas por sus profesores locutores desde la clase radiofónica. Esta hipótesis decía así:

- ❖ La clase radiofónica de IRFEYAL no logra superar el carácter unidireccional que tiene la radio, por cuanto no promueve respuestas orales, mentales y motoras significativas en el estudiante del programa radiofónico educativo seleccionado.

Las conclusiones para verificar la hipótesis No. 2 fueron las siguientes:

1. La clase radiofónica estudiada sí lograba involucrar a los alumnos durante su audición. Los profesores locutores utilizaban algunas estrategias interactivas durante el desarrollo de la clase para que los estudiantes interactuaran con ellos. La clase radiofónica procuraba incentivar al alumno a pensar, estudiar, llenar el módulo escrito y a participar en el intercambio semanal.
2. Los profesores locutores invitaban a los estudiantes a trabajar en los módulos escritos, les ayudaban a resolver los ejercicios de Matemáticas y hacían preguntas que los estudiantes tenían que pensar y escribir.
3. El profesor locutor ayudaba a pensar y a recordar mentalmente los aprendizajes realizados por el alumno en el módulo. De esta manera, la clase radiofónica generaba un proceso de interacción recíproca entre el profesor locutor y el alumno.
4. Los profesores locutores les hablaban como si estuvieran cerca de sus alumnos, les pedían estar atentos y les invitaban a escribir en la hoja del esquema, que tenían delante mientras escuchaban la clase de Matemáticas.
5. Así, la clase radiofónica de IRFEYAL lograba involucrar y hacer participar al estudiante adulto en este proceso de la enseñanza aprendizaje.
6. Esta era la comunicación interactiva de la clase radiofónica de IRFEYAL, que de funcionar eficazmente todo el sistema, habría tenido mayor eficacia pedagógica.
7. De todas maneras, la clase radiofónica por sí misma sí utilizaba las estrategias de la comunicación interactiva porque sí lograba involucrar al alumno mientras escuchaba la clase de Matemáticas.

En base a estas conclusiones la hipótesis operacional No. 2 fue refutada. La hipótesis decía:

- ❖ La clase radiofónica de Matemáticas para cuarto curso del ciclo diversificado del Bachillerato en la especialidad de Promoción Social no utiliza las técnicas de la "comunicación interactiva" con eficacia, por cuanto no logra involucrar al alumno cuando escucha la clase radiofónica.

Finalmente, estas fueron las conclusiones que permitieron comprobar la hipótesis No. 3:

1. La clase radiofónica de Matemáticas utilizó un lenguaje coloquial, claro y directo para comunicarse con el alumno. El uso del lenguaje hablado en la clase radiofónica creó una sensación de contacto personal con el alumno. Fue un lenguaje conversacional que sonaba oral y no escrito ni literario.
2. Sin embargo, existió un desequilibrio con la música. Durante 13 de 15 minutos hablaron los dos profesores locutores y la música se utilizó menos de 2 minutos. La música se utilizó como cortinas musicales para ambientar y motivar al alumno. Se utilizó también para abrir y cerrar la clase radiofónica.
3. Las múltiples posibilidades y funciones del uso de la música en la clase se perdió por no saber utilizar apropiadamente este recurso radiofónico. Por lo tanto, la música fue subutilizada en la clase radiofónica de Matemáticas.
4. Asimismo, los efectos sonoros no fueron utilizados en la clase radiofónica para realizar este programa educativo. Los efectos sonoros fueron reemplazados por las cortinas musicales. Estos recursos sonoros hubieran cumplido una función extraordinaria en este tipo de programa, sobre todo, para estimular la participación del oyente adulto.
5. El silencio tampoco fue empleado en la clase radiofónica analizada. Se perdió excelentes momentos para utilizar este recurso en el programa.
6. Los recursos radiofónicos bien utilizados y distribuidos podrían promover valores interactivos, tales como la motivación, estimular el interés, la intervención y la participación de alumno en el aprendizaje radiofónico.
7. En síntesis, los recursos radiofónicos no fueron utilizados adecuadamente en la clase de Matemáticas, como exige la teoría y técnica del lenguaje radiofónico.

Estas fueron las conclusiones que comprobaron la hipótesis operacional No. 3, que decía:

- ❖ La clase radiofónica de Matemáticas para cuarto curso del ciclo diversificado del Bachillerato en Promoción Social no utiliza apropiadamente los recursos del lenguaje radiofónico (palabra, música, efectos sonoros y silencios).

Algunas conclusiones citadas en este apartado creemos que podrían ser extrapolables a casos de radios comunitarias y programas educativos similares de América Latina y Ecuador. Concretamente, nos estamos refiriendo a las llamadas radios populares, radios comunitarias y radios populares educativas afiliadas a la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER), y que en varios países de la región también cuentan con una coordinadora nacional, como es el caso en Ecuador, la Coordinadora de Radio Popular Educativa de Ecuador (CORAPE). En todas estas asociaciones existen aún radio escuelas que utilizan la clase radiofónica como un material pedagógico básico para sus programas de educación radiofónica con audiencias estudiantiles, sobre todo, de adultos. Inclusive, en países como Venezuela, existen otros sistemas de IRFEYAL, llamado IRFA Venezuela, entre otros.

## **11.2. SEGUNDA PARTE. SUGERENCIAS**

Aquí se enumeran las recomendaciones que se expondrán en función de las conclusiones mencionadas. Utilizaremos el mismo método deductivo, para ir de lo general a lo particular y en función de nuestro sistema de hipótesis y los objetivos propuestos.

Como las radios comunitarias se convirtieron en un medio idóneo para la democratización de la comunicación y la cultura en América Latina, y para suprir la carencia del servicio público de radiodifusión, entonces deberían contar con el apoyo estatal para datarlas de una legislación y de financiación que les permitan cumplir a cabalidad y eficacia las metas socioculturales en los distintos países de la región.

Las radios comunitarias fomentan el acceso, la participación y el aprendizaje de la audiencia en el medio radio. Ante esto, sería importante que los líderes de las organizaciones comunitarias o ciudadanas, sobre todo de las nuevas emisoras, se vincularan con las organizaciones mundiales, regionales o nacionales para recibir sendas capacitaciones con el fin de poder operar de mejor manera las estaciones, con mayor eficacia y que los medios radiofónicos puedan ser explotados en toda su potencialidad de comunicación interactiva con las audiencias.

Los enfoques de Paulo FREIRE, ILLICH y otros pensadores de la corriente de la Dependencia y Comunicación han sido los ejes de la comunicación alternativa en América Latina. Como esos enfoques sí han funcionado en esa parte del mundo, se recomienda utilizarlos en la implantación de nuevas radios comunitarias y de nuevos programas de educación radiofónica, sobre todo, con audiencias de adultos.

Es recomendable que las radios comunitarias y comunitarias educativas utilicen las tecnologías de la comunicación con imaginación con el propósito de producir programas radiofónicos altamente participativos, interactivos y de mayor eficacia comunicacional y pedagógica.

En países en donde no existe la radio estatal de servicio público, las radios comunitarias, a través de sus programaciones, logran brindar a las poblaciones servicios comunicacionales de gran utilidad, por esto es recomendable que los estados apoyen y les brinden un marco legal y una financiación que les permita operar para esas finalidades.

En Ecuador, es recomendable insistir que se resuelva quien debe asumir el papel del servicio público de radiodifusión. Una vez esclarecido este asunto, entonces, las entidades del Estado podrían legislar una normativa que apoye y fomente este servicio para beneficio de los sectores mayoritarios del país. Si debe asumir la radio comunitaria esa función, entonces que se la dote de todos los mecanismos necesarios para que pueda cumplir efectivamente ese mandato.

Son recomendables para otras radios, las experiencias de las radios comunitarias relacionadas en el campo de la comunicación para el desarrollo, como un aporte vital para el desarrollo una ciudadanía activa y mejorar la calidad de vida de la comunidad. Además, es útil para desarrollar las capacidades y actitudes de las personas y formar una opinión pública capaz de ejercer el derecho al control social de la gestión pública y velar por el cumplimiento de los derechos colectivos de la sociedad.

Las radios comunitarias educativas de Ecuador, como parte de sus objetivos centrales, han buscado apoyar la educación, la comunicación participativa y la organización de la población más necesitada. De ahí que, esta visión es recomendable para sociedades

similares en donde existan grupos subalternos de la sociedad que no han tenido la posibilidad de alfabetizarse, y organizarse en colectivos que fomenten la autoayuda para encontrar respuestas conjuntas a problemas de la pobreza y de la marginación.

Sería recomendable que las radios comunitarias educativas anualmente realizaran ferias o encuentros entre ellas con la participación de otros tipos de radios, para intercambiar experiencias relacionadas con las producciones radiofónicas a fin de enriquecerse mutuamente, unas de otras. Existen algunas radios comunitarias muy creativas en producciones radiofónicas con uso de géneros y formatos innovadores, y sería importante que compartieran esos saberes.

Los resultados de los tres estudios de caso, de Radio Federación Shuar, ERPE de Riobamba e IRFEYAL, nos permiten recomendar su metodología de educación por radio. Los tres programas radiofónicos utilizaron tres elementos, la radio, el módulo escrito o libro del estudiante y la orientación al alumno por medio de la presencia del profesor. Este modelo semipresencial o bimodal sería muy eficaz y efectivo, siempre y cuando, los tres elementos metodológicos actúen sincronizadamente, entonces el proceso enseñanza aprendizaje será de calidad.

Ahora entramos a las lecciones aprendidas en base al estudio de la Clase Radiofónica de IRFEYAL. Nos permitimos hacer algunas recomendaciones para mejorar la utilidad de este programa. Como guía de estas recomendaciones tendremos presente un objetivo general y uno específico de nuestra tesis y que decían:

Descubrir y describir la eficacia de las estrategias interactivas de la radio comunitaria educativa de América Latina y particularmente de Ecuador, mediante el método de estudio de casos.

Obtener información objetiva sobre la eficacia de la aplicación de las técnicas de comunicación interactiva en la clase radiofónica de IRFEYAL, con el propósito de mejorar el programa radiofónico educativo del Instituto.

Con estas consideraciones, el programa de IRFEYAL funcionaría eficazmente, sólo si todos los elementos de su metodología pedagógica (módulos escritos, clases radiofónicas y profesores orientadores) interactuaran complementándose mutuamente en un proceso sistémico. Se recomienda articular estratégicamente los tres elementos pedagógicos, resolviendo de antemano los problemas que se pudieran presentar en su desarrollo, de tal manera que no afecte el seguimiento del programa por parte del alumno, ni su retroalimentación por parte de la radio y el profesor orientador.

Los problemas técnicos de la radio educativa y la producción del material escrito y radiofónico deben estar superados con la suficiente antelación al inicio de clases para no causar pérdida en la efectividad del sistema.

Se recomienda que una radio educativa utilice algunos valores centrales de su programa. En el caso de IRFEYAL fueron estimuladores tres valores socioculturales, autoeducación, autodisciplina y autoestima. Estos valores fomentaron en los actores del proceso una rentabilidad importante para la educación radiofónica.

Los recursos del lenguaje radiofónico bien utilizados y distribuidos en el programa educativo fomentan valores interactivos en sus audiencias estudiantiles, tales como la motivación, el interés, la intervención y la participación del alumno en el aprendizaje.

A continuación hacemos algunas sugerencias que podrían funcionar para una clase radiofónica de una radio educativa destinada a la formación de adultos.

1. La clase radiofónica debe ayudar a pensar al estudiante, a realizar las actividades del módulo escrito y a resolver los ejercicios del texto. Por esto, las clases deben ser claras, concisas y amenas a fin de potenciar la enseñanza y el aprendizaje con efectividad.
2. La clase radiofónica desde el punto de vista pedagógico deberá utilizar un lenguaje directo y comprensible. Además, su duración debe estar en función del alumno y de las necesidades didácticas, según el tema y la asignatura de que se trate.

3. Siguiendo la línea de las hipótesis operacionales sugerimos que, la clase radiofónica debe utilizar las técnicas de la comunicación interactiva para invitar al alumno a actuar y a participar en el desarrollo de la clase. La función de la clase es tratar de superar el carácter unidireccional de la radio para proponer la comunicación bidireccional, de retorno, y así, lograr respuestas orales, mentales y motoras en los alumnos.
4. Las técnicas de la comunicación interactiva deben estar presentes en la clase con el fin de ayudar al aprendizaje del alumno. No obstante, todos los elementos del sistema radiofónico (radio, módulo y profesor orientador) deben funcionar eficazmente para lograr las metas de la enseñanza aprendizaje.
5. Se sugiere producir una clase radiofónica, en la que se utilice correctamente los recursos del lenguaje radiofónico, a más de la creatividad y las estrategias interactivas; de esta manera tendrá una mayor eficacia comunicacional y potencia educativa.
6. Asimismo, sugerimos el uso de nuevos formatos o microgéneros educativos por cuanto podría fomentar innovadores, apasionantes y atractivos programas de educación radiofónica.
7. Finalmente, basados en la información obtenida, sabemos que los horarios de emisión de las clases suelen ser por la tarde, cuando los alumnos están libres de sus ocupaciones diarias. Sin embargo, hay estudiantes que prefieren escuchar antes de ir al trabajo, en las primeras horas de la mañana; entonces sería conveniente tener presente esas necesidades de la audiencia.

### **11.3. TERCERA PARTE. NUEVOS TEMAS**

Con este apartado, hacemos una relación de nuevos temas que podrían ser investigados dentro del campo de la radio comunitaria en América Latina y Ecuador, y de la radio comunitaria educativa.

A pesar que la radio latinoamericana ha tenido una gran influencia y penetración en todos los ámbitos de este continente, sin embargo existen muy pocos estudios serios y muchos de los cuales están completamente desactualizados.

Entonces, no pretendemos que este trabajo ha concluido porque no ha sido acabado en sí mismo, sino al contrario, nuestro estudio ha sido una línea de base que ha descubierto una fuente enriquecida y fecunda para nuevas y urgentes investigaciones. Por esto, queremos dejar planteados algunos temas en esta última parte de la tesis.

### **11.3.1. PARA LA RADIO EN AMÉRICA LATINA**

En América Latina ¿cómo se supera la carencia del servicio público de radiodifusión?. Si en el continente sólo existe la radio comercial privada, una cadena de radio pública estatal y algunas radios comunitarias que cumplen actividades de servicio público, entonces ¿cómo y quién asumirá esta carencia por parte de los medios radiofónicos existentes?.

Sería importante reconstruir o elaborar una historia de la radiodifusión latinoamericana ya que se carece de un estudio completo sobre este tema en el continente. Esta tarea podría comenzar con la elaboración de las historias locales de los distintos países de América Latina y el Caribe.

Estudiar la programación de la radio latinoamericana sería muy oportuno y de gran utilidad. Los estudios de la programación más serios son los realizados por CIESPAL a inicios de los años noventa. Amerita realizar esta investigación para conocer la tendencia actual de los géneros radiofónico latinoamericanos.

Otro sugerente estudio podría ser sobre la implantación y la aplicación de la tecnología digital en las diversas tipologías de las radios latinoamericanas. Esta investigación nos proporcionaría el estado de la cuestión en este tema en la radio latinoamericana; a más de conocer la tendencia del mercado en el equipamiento tecnológico de las radios de la región.

Estudio comparativo de la legislación radioeléctrica de los países de América Latina y el Caribe con el fin de actualizar estos marcos normativos y fomentar una redistribución más justa de las frecuencias de radio.

Investigar las políticas de comunicación de los países de América Latina con el objetivo de diseñar y proponer normativas que contribuyan al acceso más equilibrado a las tecnologías de la comunicación, sobre todo de los sectores mayoritariamente marginados de estas tecnologías.

### **11.3.2. PARA LA RADIO COMUNITARIA DE AMÉRICA LATINA**

Investigar las rutinas productivas de los programas radiofónicos en América Latina, en general y de la radio comunitaria, en particular, con un enfoque comparativo.

Estudiar el uso de la tecnología del satélite, Internet, producción digital, uso de equipos móviles de las radios comunitarias en América Latina. ¿Cómo lograron las radios comunitarias acceder a las tecnologías de punta y cómo las utilizan?.

Estudiar el presupuesto y la financiación de los distintos tipos de radio en América Latina y el Caribe, con el propósito de tener una visión actualizada de este importante tema. Es un tema que no se ha estudiado desde algunas décadas en la región. Este tipo de estudio beneficiaría, sobre todo, a los agentes de la radio comunitaria que están esperando sugerencias sobre estrategias útiles para la financiación de las emisoras.

Sería importante analizar las estrategias comunicativas de la programación de las radios comunitarias de América Latina. Este tema es importante para descubrir cuáles son los mecanismos que utilizan las radios comunitarias para vincularse directamente con sus audiencias.

Observar el papel de los medios de comunicación en el combate de la corrupción seleccionando un país o una sociedad latinoamericana, en concreto. ¿Cuán efectivos pueden ser los medios radiofónicos en la lucha contra este flagelo, posibilidades y limitaciones del medio radio para esta práctica?.

Estudios de las audiencias de las radios comerciales, públicas y comunitarias de América Latina y hacer comparaciones en base al planteamiento de algunas variables socioculturales, económicas y de segmentos de la población.

Ver cuáles son las ventajas y las desventajas, los valores agregados que da y recibe cuando una emisora de radio está asociada a alguna cadena, red o asociación, en los diversos niveles organizativos, es decir, en el ámbito local, nacional e internacional.

Sería importante estudiar el tipo de propietarios de los distintos medios radiofónicos y cómo son manejados o administrados los medios para conocer sus lógicas y las misiones que cada uno desarrolla en la gestión de la radio. Por ejemplo, en el caso de las radios comunitarias de Ecuador, hay una serie de propietarios, individuales, organizacionales, comunales, fundacionales, sindicales, eclesiales, etc. Y, a la vez, conocer las semejanzas y las diferencias de esos tipos de gerenciamiento en las radios.

### **11.3.3. PARA LA RADIO COMUNITARIA EDUCATIVA DE ECUADOR**

Investigar el papel de las radios comunitarias educativas en función de rescatar los valores culturales de sus comunidades y cómo sus productos culturales locales se insertan en un mundo globalizado. ¿Cómo estas radios logran revalorizar la cultura y la identidad local o nacional, a través de las manifestaciones culturales, artísticas, musicales, lúdicas, etc.?

Realizar estudios de caso sobre el aporte de las radios comunitarias de Ecuador a la comunicación para el desarrollo en sus sociedades y en los diversos temas, educación, salud, medioambiente, microempresa, etc. Hacer estudios comparativos entre emisoras en un mismo país, o entre países con algunos rasgos comunes, por ejemplo, entre los países andinos, etc.

Hacer un estudio sobre los presupuestos de inversión de las radios comunitarias educativas de Ecuador. ¿Cuáles son sus presupuestos y sus fuentes de financiación para equipamiento, materiales, personal, capacitación y soporte técnico, etc.? ¿Cómo la falta de

recursos puede reducir la eficacia y la potencialidad de un programa educativo? como en los casos estudiados, pero asimismo, ¿cómo y en dónde obtener fuentes de recursos para mantener en funcionamiento ese tipo de programas radiofónicos?.

En cuanto a las audiencias ecuatorianas, sería necesario conocer cómo se impacta, qué mensajes agradan a las audiencias, qué géneros y formatos son adecuados y cuáles no, qué programas tienen más audiencia y tipo de audiencias. Sería importante considerar el seguimiento y la evaluación permanente a partir de áreas de problemas para superarlos.

Una estrategia central sería establecer relaciones con las universidades, las agencias internacionales y los administradores de las radios y redes locales, para promover la investigación de un medio que ha permanecido "invisible" a los investigadores y centros académicos de la región, a pesar de su importante aporte a la educación, a la comunicación y a la cultura de nuestros pueblos.

#### **11.3.4. PARA EL PROGRAMA RADIOFÓNICO DE IRFEYAL**

Para el caso de IRFEYAL planteamos los siguientes temas de estudio, a partir de esta hipótesis de trabajo.

Si los componentes metodológicos del programa actuaran coordinadamente, generando una interacción eficaz entre alumnos, profesor, módulo y clase radiofónica, el aprendizaje, la participación y el acceso en el programa serían más efectivos y sostenidos.

Estudio sobre los elementos pedagógicos del sistema IRFEYAL. Profundizar en los aspectos de forma y contenido, del lenguaje, el diseño, las estrategias pedagógicas, el sistema de evaluación, etc. Además, la presencia o no de procesos de interactividad, participación y aprendizaje a través de esos componentes. Los resultados ayudarían a establecer un programa de reingeniería de procesos y rutinas en el sistema IRFEYAL con un resultado de gran beneficio para todos sus integrantes y para la misma sociedad.

Estudiar la articulación de los mensajes escritos y radiofónicos en la reunión semanal. Una hipótesis podría ser la siguiente. Si el sistema está correctamente

sincronizado entre la clase radiofónica y el módulo escrito, el profesor orientador jugará un papel interactivo eficaz para ampliar y completar la lección semanal del alumno. Este estudio comprobaría nuestras hipótesis que nos han surgido con este trabajo.

## **BIBLIOGRAFÍA**

## BIBLIOGRAFÍA

- ACLO (1980) "La educación radiofónica y los aspectos socio-económicos del desarrollo", *poligrafiado*, Sucre, Bolivia.
- AGENCIA EFE (2002) Anuario Iberoamericano, pp. 217-244, Ediciones Pirámide, Madrid.
- AGENCIA EFE (2000) Anuario Iberoamericano, pp. 217-246, Ediciones Pirámide, Madrid.
- AGENCIA INTERNACIONAL PARA EL DESARROLLO (A. I. D.) (1991) *Instrucción por radio interactiva*, Series de Ciencia y Tecnología en Desarrollo de la A. I. D., CIESPAL, Quito.
- ALBERT, P.; TUDESQ, A. J. (1993) *Historia de la radio y la televisión*, Fondo de Cultura Económica, México.
- ALER (1981a) "1982: 10 años de ALER", en: *ALER Informa*, No. 3, Quito.
- ALER (1981b) *Marco doctrinario*, ERPE, Riobamba.
- ALER (1982) *Análisis de los sistemas de educación radiofónica*, Serie investigaciones 1, Don Bosco, Quito.
- ALER (1982a) *Directorio IER*, Serie documentos, No. 2, FEPLAM, Quito.
- ALER (1982b) *Análisis de los sistemas de educación radiofónica*, ALER, Quito.
- ALER (1984) *Siempre estuvimos alerta*, Serie Testimonios, No. 2, Quito.
- ALER (1986) "Coordinadoras Nacionales de Radio", en: *Boletín Sin Nombre*, ALER, Quito.
- ALER (1987) *IRFEYAL, Instituto Radiofónico Fe y Alegría*. Una experiencia de educación formal hacia la educación popular, Serie Experiencias, No. 7, ALER, Quito.
- ALER (1990) "Seminario taller sobre Capacitación en la Radio Popular", poligrafiado, Cotacachi, Ecuador.
- ALER (1994) *IRFEYAL, Una institución en la vanguardia de la educación popular*, Serie experiencias, No. 8, 1994, ALER, Quito.
- ALER (1995) *La comunicación por satélite en la radio popular*, Serie: tecnología y radio, No. 5, Quito.
- ALER (1996) *Prender para aprender*, ALER, Quito.
- ALER (1996) "Un nuevo horizonte teórico para la radio popular en América Latina", ALER, Quito.

ALER, "La educación formal por radio ¿Tiene ahora nuevos desafíos?", en: *ALERTA* (1997) *revista de ALER*, Edición especial por los 25 años de radio popular, Año XII, No.3, Quito.

ALFARO, R. M. (1993) *Una comunicación para otro desarrollo*, Asociación de comunicadores sociales Calandria, Lima.

ALLAUCA, J. M. (1986) *La historia de mi organización*, Primer concurso de testimonio, CEDEP, Quito.

ANÓNIMO (1995) "Radio: una opción para educar", p. D-9, en: Diario El Comercio, Sección Mujer, Quito.

ANÓNIMO (1996) "La nueva radiodifusión se inclina por el cambio", p. D-6, en: Diario El Comercio, Sección Espectáculos, Quito.

ANÓNIMO (1997) "La TV y sus concursos", p. 10, en: Revista *LA PANDILLA*, Diario El Comercio, Quito.

ANÓNIMO (1998) "Escuela Radiofónica del Chimbороzo", p. C-8, en: *Revista Educación*, Diario El Comercio, Quito.

ANÓNIMO (1998) "Hacia el 2000: desafíos informativos de la radio", pp. 62-65, en: *CHASQUI*, No. 61, CIESPAL, Quipus, Quito.

ANÓNIMO (1998) "Mujeres del Caribe en marcha", pp.31, en: INTERADIO, Sección Noticias, Vol. 10, No. 1, AMARC, Montreal.

ARIAS GODÍNEZ, B. (1990) *La XEYT Radio Cultural Campesina, una experiencia de radio participativa*, ALER, Quito.

ARMARIO, D. (2000) "La radio en el año 2000", pp. 35-38, en: CIP, Anuario 2000, Club Internacional de Prensa, Madrid.

ARRIOLA, T. (1992) "Mujeres...¡En el aire!. Colectivo Radial Feminista del Perú", en: GIRART, B. (ed.) *Radioapasionados. 21 experiencias de radio comunitaria\_en el Mundo*, AMARC-CIESPAL, Quito.

AUBEL, J. (1995) "Directrices para estudios en base a la técnica de grupos focales", Documento No. 2, FNUAP-OIT, Ginebra.

AUCANCELA, E. (1993) "ERPE: Comunicación y Teleducación Popular. Las Escuelas Radiofónicas", en: TORRES, V. H. (ed.) *Interculturalidad y Educación Bilingüe*, COMUNIDEC-FIA, Quito.

- AUQUILLA, J. (1988) "Los medios de comunicación social", en: MINISTERIO DE EDUCACIÓN Y CULTURA (1988) *Proyecto MEC – UNESCO (P.I.D.C.) Curso de programación de la educación a distancia*, Quito.
- AURA, A. (1997) "Palabras vivas, palabras muertas: la radio creativa", en: Intervenciones en el Primer Congreso Internacional de la Lengua Española, México.
- BANCO MUNDIAL (2002) Informe sobre el desarrollo mundial 2002, Mundi-Prensa, Madrid.
- BALSEBRE, A. (1994) *El lenguaje radiofónico*, Cátedra, Madrid.
- BALSEBRE, A. (2001) *Historia de la radio en España. Volumen I (1874-1939)*, Cátedra, Madrid.
- BAREA, P. y MONTALVILLO, R. (1992) *Radio: redacción y guiones*, Universidad del País Vasco, Bilbao.
- BAREA, P. (1998) "La ficción del espacio interpersonal mediante el sonido, como construcción retórica", Separata, en: RUIZ, A.; VIÑEZ, A.; SÁEZ, J. (1998) *Retórica y Texto*, Servicio de publicaciones Universidad de Cádiz.
- BARREZUETA, L. (1994) "Juventud en F.M.", en: *CHASQUI*, No. 49, CIESPAL, Quipus, Quito.
- BEBBINGTON, A.; RAMÓN, G. (1992) *Actores de una década ganada*, COMUNIDEC, Quito.
- BECEIRO, R., (1999) "Historia de la televisión por satélite. Implicaciones para los países en América latina", pp. 313-321, en: LEDO y KROLING, Comunicación Audiovisual: investigación e formación universitaria, Universidad de Santiago de Compostela.
- BELTRÁN, L. (1995) "Comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: una evaluación al cabo de cuarenta años", Primer curso nacional de comunicación y movilización social en salud.
- BENEYTO, J. (1973) *Conocimiento de la Información. Aproximación al sistema de las comunicaciones sociales*, Alianza Editorial, Madrid.
- BERTRAND, C. J. (1983) *Los medios de comunicación social en Estados Unidos*, Ediciones Universidad de Navarra, Pamplona.
- BHOLA, H. (1983) "La educación no formal en perspectiva", en: *Perspectivas*, revista de la UNESCO, Vol. XIII, No. 1, París.

- BHOLER, M. (1993) "Radios Informales. Derecho a la comunicación", en: *PERÚ RADIO*, CNR, Año III, No. 13-14, Lima.
- BLURTON, C. (2000) Nuevas tendencias en educación, pp. 51-67, en: UNESCO, Informe Mundial sobre la comunicación y la información 1999-2000, UNESCO, Paris.
- BORJA, R. (1998) *Comunicación social y pueblos indígenas del Ecuador*, Abya- Yala, Quito.
- BORSOTTI, C. (1984) *Sociedad rural, educación y escuela en América Latina*, Kapelusz, Buenos Aires.
- BRECHT, Bertolt, (1932) "Teoría de la Radio", en: BASSETS (1981) *De las ondas rojas a las radios libres*, Gustavo Gili, Barcelona.
- BRENES, C. (1992) *Fundamentos del guión audiovisual*, EUNSA, Pamplona.
- BRÜHL, H. (1999) "Antenas democráticas", pp. 32-33, en: DSE, *Desarrollo y Cooperación*, D+C, No. 2, Fráncfort.
- BUNGE, M. (1986) *La investigación científica*, Edición corregida, Ariel, Madrid.
- BURRIEL, J. M. (1981) *El reto de las ondas. Ochenta años de radiodifusión*, Salvat Editores, Barcelona.
- CABEZAS, A. (ed.) (1982) *La emisora popular*, Andina, Quito.
- CAMACHO, C., (2001) "Propuesta de un modelo de comunicación masiva para la construcción de ciudadanía en América Latina", pp. 72-81, en: SIGNO Y PENSAMIENTO No. 38, Universidad Javeriana, Departamento de Comunicación, Bogotá.
- CASTELLANOS, N. (2001) "La radio colombiana, una historia de amor y de olvido", pp. 15-23, en: SIGNO Y PENSAMIENTO, No. 39, Universidad Javeriana, Departamento de Comunicación, Bogotá.
- CASTRO, D. (1997) "Radio y transformación", en: Intervenciones en el Primer Congreso Internacional de la Lengua Española, México.
- CEBRIÁN HERREROS, M. (2002) La radio en la convergencia multimedia, Gedisa, Barcelona.
- CEBRIÁN HERREROS, M. (1995) *Información audiovisual: concepto, técnica, expresión y aplicaciones*, Síntesis, Madrid.
- CEDECO (1985) "Radio Runacunapac Yachana, una radio para romper el silencio", en: *Boletín CHAMIZA*, Quito.
- CIESPAL (1983) *Métodos de enseñanza en la educación de adultos*, Belén, Quito.

- CIESPAL (1990) *Directorio de medios en Ecuador*, Serie: Comunicación en Latinoamérica, No. 1, Editorial Quipus, Quito.
- CIESPAL (1992) *Ánalisis de medios de comunicación en el Ecuador*, Serie Comunicación en Latinoamérica, No. 2, Editorial Quipus, Quito.
- CIRIGLIANO, G. (1995) "De la palabra conciencia-de-la opresión a la palabra proyecto-de-la-esperanza", en: *La Educación*, revista de la OEA, No. 120, Año XXXIX, Washington, D.C.
- CNR (1990) Diez años de radio popular en el Perú, CNR-ALER, Quito.
- COHEN, D. (1983) *La comunicación radiofónica*, Editorial El Oeste, Córdoba.
- COLL, C.; COLOMINA, R.; ONRUBIA, J.; ROCHERA, M. J. (1992) "Actividad conjunta y habla: una aproximación al estudio de los mecanismos de influencia educativa", pp. 189-232, Universidad de Barcelona, Facultad de Psicología, Departamento de Psicología Evolutiva I de L'educació, en: *Infancia y Aprendizaje*, Barcelona.
- CONVENIO "ANDRÉS BELLO" (s./f.) "Convenio "Andrés Bello" de Integración Educativa Científica y Cultural de los Países de la Región Andina", Documentos Básicos, Publicación de la Secretaría Ejecutiva del Convenio "Andrés Bello", Quito.
- COOMBS, P.(1985) "Sugerencias para una política realista de la educación de adultos", en: *Perspectivas*, revista de la UNESCO, Vol. XV, No.1, París.
- CORAPE (1996) *SON CORAPE*, Año 1, Número 3, Quito.
- CORAPE (1997) "La única red de emisoras bilingües (español-quichua) del país", Quito.
- CORAPE (s./f.) "Coordinadora de Radios Populares Educativas", tríptico, Quito.
- CRECERÁ (1996) "Paso a Paso", No. 6, Revista de la Unidad Educativa a Distancia, Voz del Upano, Macas. (Publicación institucional).
- CUELLO RIVEROS, V. A., (2001) "El radio teatro: herramienta educativa para alcanzar al público infantil", pp. 349-359, en: Comunicación y Educación la Perspectiva Latinoamericana, ILCE, México.
- CURIEL, F. (1997) "El lenguaje radiofónico", en: Intervenciones en el Primer Congreso Internacional de la Lengua Española, México.
- CHAPARRO, M. (1999) La democratización de los medios de radiotelevisión comunitaria, EMA-RTV, Sevilla.
- CHÁVEZ, C. (1995) "Necesidades de las mujeres y minorías", en: UNESCO (1995) *Medios de comunicación y democracia en América Latina y el Caribe*. Comunicación y desarrollo, UNESCO, París.

- CHIODI, F. (comp.) (1990), *La educación indígena en América Latina*, Tomo 1, EBI-UNESCO, Quito.
- DE CASTRO, R. (1993) "Brasil. Las radios libres crecen, resisten y buscan la legalidad", pp. 34-35, en: *CHASQUI*, No. 45, CIESPAL, Quipus, Quito.
- DE LA TORRE, A. (1992) "Formación de comunicadores en el área de integración", en: *Revista Universidad-Verdad*, Universidad del Azuay, No. 9, Cuenca.
- DÍAZ MANCISIDOR, A. (1995) "La financiación en la radio de España. Alternativas o utopías", en: *TELOS*, No. 42, FUNDESCO, Madrid.
- DÍAZ, L. (1997) *La Radio en España (1923-1997)*, Alianza Editorial, Madrid.
- DORVLO, L. (1992) "Aspectos filosóficos de la alfabetización funcional: el sistema de Freire", en: *Educación de Adultos y Desarrollo, revista de DVV*, No. 39, Bonn.
- DUBLY, A. (1973) *Evaluación de las escuelas radiofónicas de Sucúa (Radio Federación)*, INEDES, Quito.
- EDWARDS, B. (1995) "Explotación de recursos naturales y humanos: la mujer, el ambiente y la educación", en: *La Educación*, revista de la OEA, No. 120, Año XXXIX, Washington, D.C.
- EMETEL (1992) Dirección nacional de frecuencias, Quito.
- ERAZO, L. (1980) *Manual práctico de radiodifusión*, I. Municipio de Quito, Quito.
- ERPE (1975) *Plan de ejecución. Sistema de Teleducación*, ERPE, Riobamba.
- ERPE (1981) "Pequeña historia de nuestra emisora", en: Periódico Jatari Campesino, Año VIII, No. 37, Riobamba.
- ERPE (s./f) "ERPE, 26 años. Datos históricos de su caminar", ERPE/CIDOP, Riobamba.
- ERPE (s./f.) "Sistema de Teleducación", Informativo No. 2, Riobamba.
- ESCHENBACH, J. (1978) *Radiodifusión para la innovación*, Colección Intiyán, CIESPAL, Época, Quito.
- ESPINOZA, F.; VELASCO, A. (1992) *Capacitación para la radio popular*, ALER, Quito.
- ESTEINOU, J. (2000) "Globalización, medios de comunicación y cultura en México a principios del siglo XXI", pp.7-49, en: *ÁMBITOS*, revista andaluza de comunicación, No. 5, 2º., Universidad de Sevilla, Sevilla.
- FAUS BELAU, A. (1973) *La radio: introducción a un medio desconocido*, Editorial Guadiana, Madrid.
- FAUS BELAU, A. (1995) *La era audiovisual. Historia de los primeros cien años de la radio y la televisión*, Eiunsa, Barcelona.

- FELICIANO, G. D. (1978) *Investigación en materia de comunicación sobre población*, UNESCO, París.
- FESTA, R. (et. al.) (1986) *Comunicación popular y alternativa*, Ediciones Paulinas, No. 4, Buenos Aires.
- FIERRO, L. (1991) *Los grupos financieros en el Ecuador*, Editora nacional, CEDEP, Quito.
- FISKE, J. (1984) *Introducción al estudio de la comunicación*, editorial NORMA, Bogotá-Colombia.
- FLEMING, C. (2002) The radio handboook, Routledge, London.
- FOX, E. (ed.) (1989) *Medios de Comunicación y Política en América Latina*, Gustavo Gili, México.
- FRANK, E.; PATIÑO, N.; RODRÍGUEZ, M. (comp.) (1992) *Los políticos y los indígenas*, Abya-Yala, ILDIS, Quito.
- FRANQUET, R. (2001) Història de la ràdio a Catalunya al segle XX, Generalitat de Catalunya, Barcelona.
- FRANQUET, R.; MARTÍ, J.M. (1985) *La Radio. De la telegrafía sin hilos a los satélites*, Mitre, Barcelona.
- FREIDENBERG, F.; ALCÁNTARA, M. (2001) Los dueños del poder. Los partidos políticos en ecuador (1978-2000), FLACSO, Quito.
- FREIRE, P. (1969) *La educación como práctica de la libertad*, Ed. ICIRA, Santiago de Chile.
- FREIRE, P. (1971) *Pedagogía del oprimido*, Ed. Camilo, Bogotá.
- FUNDACIÓN "JOSÉ PERALTA" (1996) *Ecuador: su realidad*, Ed. Silva, 4a. edición, Quito.
- FURTER, P. (1970) *Educación y reflexión*, Ed. Tierra nueva, Montevideo.
- GALARZA, T. (1991) "El Ecuador en la carrera neoliberal contra el tiempo", poligrafiado, CORAPE, Quito.
- GALARZA, T. (1992) "Presentación de CORAPE en su IV Aniversario, Secretaría Ejecutiva de CORAPE", Quito.
- GALARZA, T. (1993) "Construyendo radio y pueblo", en: *CHASQUI*, No. 45, CIESPAL, Quipus, Quito.
- GALARZA, T. (1993) "Medios masivos urbanos y radios populares educativas en el Ecuador", ALAI, Quito.

- GALARZA, T. (1995) "La radio educativa en el Ecuador", ONG. Cooperació, Barcelona.
- GALARZA, T. (1998) "Convergencia tecnológica en proyectos de tele-educación", en: *Revista PUCE*, No.63, Quito.
- GARCÍA GARCÍA, F. (1997) "La imagen de los locutores de radio", pp. 45-72, en: GUARINOS, V. (Comp.), Radio de fin de siglo, Ediciones Trípode, Sevilla.
- GARCÍA GONZÁLEZ, A. (2001) *Manual del comunicador radiofónico*, CIMS, Barcelona.
- GARCÍA, A. (1980) *Comunicación para la dependencia o para el desarrollo?*, Intiyán, CIESPAL, Quito.
- GARCÍA, A. (1986) "Experiencias de innovaciones educativas: Cuba, Ecuador, Nicaragua, Costa Rica", en: UNESCO-OREALC, *Boletín del Proyecto Principal de Educación en América Latina y El Caribe*, No. 10-11, Santiago.
- GARCÍA, J. (1998) *El mundo de la radio*, Colección Intiyán, volumen 37, CIESPAL, Quito.
- GARGUREVICH, J. (1988) *Comunicación y democracia en el Perú*, Horizonte, Lima.
- GARZÓN, M. L. (1993) "El mensaje radiofónico en la información y su relación con el código lingüístico utilizado", Tesis de licenciatura, Facultad de Lingüística y Literatura, Pontificia Universidad Católica del Ecuador (PUCE), Quito.
- GASCÓN, M. (1993) *La radio en la educación no formal*, Colección Pedagogía Social, CEAC, Barcelona.
- GAVILANES, L. M. (1992) *Monseñor Leonidas Proaño y su misión profético-liberadora en la Iglesia de América Latina*, FEPP, Quito.
- GENTILI, P. (2001) Un zapato perdido, pp. 24-29, en: CUADERNOS DE PEDAGOGÍA, No. 308, CISS-PRAXIS, Barcelona.
- GIRART, B. (ed.) (1992) *Radioapasionados. 21 experiencias de radio comunitaria en el mundo*, AMARC-CIESPAL, Quito.
- GÓMEZ, G.; QUINTERO, J.C. (2001) "Para entender la radio comunitaria hoy", pp. 140-147, en: SIGNOY PENSAMIENTO, No. 38, Universidad Javeriana, Departamento de Comunicación, Bogotá.
- GONZÁLEZ ALONSO, C. (1994) *El guión*, Trillas, México.
- GONZÁLEZ PAZ, L. (2000) La radio comunitaria: el camino hacia una democracia participativa, Facultad de Comunicación y Lenguaje, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá.

- GUTIÉRREZ, L. (1982) *Historia de los medios audiovisuales (desde 1926)*, Radio y Televisión, Pirámide, Madrid.
- GUTIÉRREZ, M.; PERONA, J. J. (2002) Teoría y técnica del lenguaje radiofónico, Bosch, Barcelona.
- HARO, I. (2000) "Hacia un sistema de interacción televisiva", pp. 275-285, en: AUBACH, *Comunicación audiovisual y desarrollo de las regiones*, Universidad Pontificia de Salamanca, Facultad de Ciencias de la Información, Salamanca.
- HAYE, R. (1995) *Hacia una nueva radio*, Paidós, Buenos Aires.
- HERMOSILLA, M. E.; KAPLÚN, M. (1987) *La educación para los medios en la formación del comunicador social*, FCU/UNESCO, Montevideo.
- HERNÁNDEZ SAMPIERI; FERNÁNDEZ COLLADO; BAPTISTA LUCIO (1998) *Metodología de la investigación*, McGraw-Hill, México.
- HERRÁN, J. (1987) "Las cabinas de campo, una experiencia de comunicación popular en Radio Latacunga", en: HERRÁN, J. (ed.) *Pueblos indígenas y educación*, Abya-Yala, Quito.
- HOCHIMER, J. L. (1987) "Local community radio in the United States and in the German Federal Republic: cross-nation issues", Thesis, University of Montreal.
- HORSTMANN, R. (1997) Writing for radio, A & C Black, London.
- HUERTAS, A.; PERONA, J. J. (1999) Redacción y locución en medios audiovisuales: el caso de la radio, Bosch, Barcelona.
- HUERTA RINCÓN, A. (2002) "La radio en la era digital", pp. 73-88, en: BALLESTA, J. (coord.) *Medios de comunicación para una sociedad global*, Universidad de Murcia.
- IBARRA, E. (1991) "Aproximación a la radio comunitaria", pp. 60-71, en: Voces y Culturas, revista de comunicación, No. 2/3, Barcelona.
- III, Instituto Indigenista Interamericano (1986) *Informe final del 1er seminario taller*, México.
- III, Instituto Indigenista Interamericano (1987) *Radiodifusión en regiones indígenas de América Latina*, Informe del 2do. Seminario taller, México.
- ÍLLICH, I. (1974) *¿En América Latina para qué sirve la educación?*, Búsqueda, Buenos Aires.
- ININCO, (1999) Anuario de investigaciones de la comunicación, No. 19, Caracas.
- INODEP (1972) *El mensaje de Paulo Freire*. Teoría y práctica de la liberación, Ed. Marsiega, Madrid.

- IPAL (1987) *Comunicación y Desarrollo*, Visual Service, Lima.
- IPAL (1989) *Radio y Democracia en América Latina*, IPAL, Lima.
- JABONERO, M.; LÓPEZ, I; NIEVES, R. (1999) *Formación de adultos*, Editorial Síntesis, Madrid.
- JAMISON, D.; McANAMY, E. (1981) *La radio al servicio de la educación y el desarrollo*, Ministerio de Educación y Ciencia, Madrid.
- JAMISON, D.; McANAMY, E. (1983) "La radio para la educación y el desarrollo", CIESPAL, Quito.
- JANKOWSKI, N. W. (1993) "Investigación cualitativa y medios de la comunidad", pp. 197-210, en: JENSEN; JANKOWSKI (eds.) *Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas*, Bosch, Barcelona.
- JARAMILLO, E. (1990) "Situación de la radio en América Latina", pp. 27-38, en: VV. AA. *La radio en el área andina: tendencias e información*, Colección Encuentros, No.1, CIESPAL, Quito.
- JENSEN, K. B. (1993) "El cambio cualitativo", pp. 9-26, en: JENSEN; JANKOWSKI (eds.) *Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas*, Bosch, Barcelona.
- JENSEN, K. B. (1993) "El análisis de la recepción: la comunicación de masas como producción social de significado", pp. 165-180, en: JENSEN; JANKOWSKI (eds.) *Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas*, Bosch, Barcelona.
- JONES, D. (2000) "Tecnologías de la comunicación en Iberoamérica: mercados, actores, estrategias", pp. 19-32, en: SIGNO Y PENSAMIENTO, No. 36, Universidad Javeriana, Departamento de Comunicación, Bogotá.
- KALINOWSKI, D.; CUCULIZA, M. (1991) *Medios de Comunicación al servicio de la Alfabetización y Postalfabetización*, REDALF, UNESCO-OREALC, Santiago de Chile.
- KAPLÚN, M. (1978) *Producción de programas de radio*, CIESPAL, Quito.
- KAPLÚN, M. (1986) "Hacia nuevas estrategias de comunicación en la educación de adultos", en: WERTHEIN, J. *Educación de Adultos en América Latina*, Ed. De la Flor, Buenos Aires.
- KAPLÚN, M. (1992) *A la educación por la comunicación. La práctica de la comunicación educativa*, UNESCO-OREALC, Santiago de Chile.
- KAPLÚN, M. (1997) "Pedagogía de la comunicación" pp. 69-88, en: Voces y Culturas, Revista de comunicación, No. 11/12, Medusa, Barcelona.

- KOZAMERNIK, F. (1997) "Research and development of DAB systems in Europe", EBU, Ginebra.
- KREIMER, O. (1988) "La investigación en Latinoamérica y el PREDE", en: *La Educación*, revista de la OEA, No. 78-80, Año XXII, Washington D.C.
- KROHLING, C. (2001) "Comunicación comunitaria y educación para la ciudadanía", pp. 82-93, en: SIGNO Y PENSAMIENTO, No. 38, Universidad Javeriana, Departamento de Comunicación, Bogotá.
- LAGO, S. (1992) "3.000 radioemisoras barriales en el área metropolitana de Buenos Aires", p. 90, en: *CHASQUI*, No. 43, CIESPAL, Quipus, Quito.
- LAMPE, A.; CIRIGLIANO, G. (1980) "Significación y alcances de las modalidades de educación a distancia para la educación de adultos", en: *La Educación*, revista de la OEA, No. 83, Año XXIV, Washington D.C.
- LANG, K.; LANG, G. E. (1993) "Estudiar los acontecimientos en sus marcos naturales", pp. 233-260, en: JENSEN; JANKOWSKI (eds.) *Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas*, Bosch, Barcelona.
- LEWIS, P. (ed.) (1993) *Medios de comunicación alternativos: la conexión de lo mundial con lo local*, Ediciones UNESCO, No. 107, París.
- LEWIS, P.; BOOTH, J. (1992) *El medio invisible. Radio pública, privada y comercial*, Paidós Comunicación, Barcelona.
- LEY DE RADIO Y TELEVISIÓN, (1975) en: Registro oficial No. 785, Quito.
- LEY REFORMATORIA A LA LEY DE RADIODIFUSIÓN Y TELEVISIÓN (1995) Registro oficial No. 691, Quito.
- LÓPEZ HERRMANN, B. (1976) *Influencia de los medios de comunicación de masas en la opinión pública y en la mentalidad del país*, Talleres Gráficos Nacionales, Quito.
- LÓPEZ VIGIL, J. I. (1995) "Integración andina y comunicación: un reto del presente", en: CHAMORRO, F. *Cultura, Comunicación e Integración*, Universidad Central del Ecuador, Quito.
- LÓPEZ VIGIL, J. I. (1997) *Manual urgente para radialistas apasionados*, Quito.
- LÓPEZ, L. (1994) *Introducción a los medios de comunicación*, Universidad Santo Tomás - USTA-, Bogotá, 6ta. Edición.
- LORETI, D. (1998) "Las legislaciones de radiodifusión en América Latina", en: *ALERTA*, Año XIII, No. 2, Quito.

- MACBRIDE, S. (et. al) (1980) *Un solo mundo, voces múltiples*. Comunicación e Información en nuestro tiempo, UNESCO, París.
- MALETZKE, G. (1992) *Psicología de la comunicación social*, Editorial Quipus, CIESPAL, Quito.
- MANZANARES, E. (1997) "La contribución democrática, cultural y educativa de las emisoras comunitarias", pp. 51-60, en: CHAPARRO, M., *Radiotelevisión pública local y alternativa perspectivas*, EMA-RTV, Sevilla.
- MÁRQUEZ, E. (1992) "Maduran las radioemisoras comunitarias en Colombia", p. 91, en: *CHASQUI*, No. 43, CIESPAL, Quito.
- MARTÍ, J. M. (1995) "Programación local en radio. Formatos y tendencias", en: *TELOS*, No. 42, FUNDESCO, Madrid. Ponencia presentada en el Seminario de la UIMP *La radio local en España: tendencias*, Cuenca.
- MARTÍ, J. M. (1996) "La ràdio en Catalunya", Centre d'Investigació de la Comunicació, Barcelona.
- MARTÍN-CARO, M. A. (1993) La radio del siglo XXI, Fragua, Madrid.
- MARTÍNEZ ALBERTOS, J. L. (1977) *El mensaje informativo*, Colección "Libros de comunicación social", ATE, Barcelona.
- MARTÍNEZ COSTA, P. (1997) *La radio en la era digital*, El País-Aguilar, Madrid.
- MATA, M. C. (1985) "Radio Enriquillo en diálogos con el pueblo", en: ALER, Serie Investigaciones No.3, Quito.
- MATA, M. C. (1993) "Radio Enriquillo: el proceso de una evaluación", en: *Revista Comunicación*, México.
- MATA, M. C.; SCARAFÍA, S. (1993) *Lo que dicen las radios. Una propuesta para analizar el discurso radiofónico*, ALER, Quito.
- MAZA, M.; CERVANTES, C. (1994) *Guion para medios audiovisuales*. Cine, radio y televisión, Alhambra, México.
- MCLEISH, R. (1996) *Radio production. A manual for broadcasters*, CIP, Oxford.
- MCQUAIL, D. (1985) *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*, Paidós, Barcelona.
- MCQUAIL, D.; WINDAHL, S. (1984) *Modelos para el estudio de la comunicación colectiva*, Ediciones Universidad de Navarra, Pamplona.
- MINISTERIO DE EDUCACIÓN Y CULTURA (1981) Primer Seminario Nacional de Teleducación. Informe Final, MEC-Fundación Internacional Konrad Adenauer, Quito.

- MERAYO PÉREZ, A. (1992a) *Estructura del proceso informativo radiofónico*, Universidad Complutense, Madrid.
- MERAYO PÉREZ, A. (1992b) *Para entender la radio. Estructura del proceso informativo radiofónico*, Universidad Pontificia de Salamanca.
- MERINO, D. (1991) "Eficacia de las clases radiofónicas en el proceso de enseñanza-aprendizaje del Instituto Radiofónico Fe y Alegría de la ciudad de Quito", Tesis de licenciatura, Facultad de Ciencias de la Educación, Pontificia Universidad Católica del Ecuador (PUCE), Quito.
- MIGUEL, J. C., de (1993) *Los grupos multimedia: estructuras y estrategias en los medios europeos*, Bosch, Barcelona.
- MINISTERIO DE EDUCACIÓN Y CULTURA (1988) *Proyecto MEC – UNESCO (P.I.D.C.) Curso de programación de la educación a distancia*, Quito.
- MORAGAS, M. de (ed.) (1986) *Sociología de la comunicación de masas*. I. Escuelas y autores, Gustavo Gili, Barcelona.
- MORAGAS, M., de (1984) *Teorías de la comunicación*, Gustavo Gili, Barcelona.
- MORENO HERRERO, I. (1997) *La radio en el aula. Posibilidades para comunicar de forma creativa*, Octaedro, Barcelona.
- MORENO, J. M.. (1980) *Historia de la educación*, Paraninfo, Madrid.
- MOST, J. (1995) *Así se crean guiones*, Colección "Libros de creación audiovisual", Rosaljai, Barcelona.
- MUÑOZ, J. J.; GIL, C. (1989) *La radio. Teoría y práctica*, Pablo de la Torriente, Habana, Cuba.
- MUTUVA, D. (1988) "Cuarenta años de lucha contra el analfabetismo: el caso de Zambia", en: *Perspectivas*, revista de la UNESCO, Vol. XVIII, No. 3, París.
- NAVARRETE, A. (s./f.) "Radio Educativa", Federación de Centros Shuaras, Publicación de las Escuelas Radiofónicas Shuar, Sucúa, Ecuador.
- NEWCOM, H. M. (1993) "La creación del drama televisivo", pp. 117-134, en: JENSEN; JANKOWSKI (eds.) *Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas*, Bosch, Barcelona.
- NIÑO, P. (1992) "Instituto Radiofónico Fe y Alegría –IRFEYAL- Ecuador", pp. 182-187, en: RODRÍGUEZ, V. (ed.) *Alfabetización y Postalfabetización por radio*, OEI, Editorial Popular, Madrid.

- O'SULLUVAN, J. (1987) *Radio Occidente: el pueblo dialoga con el pueblo*, ALER-Radio Occidente, Quito.
- ORDÓÑEZ, F. (1992) "La radio en América Latina y las necesidades de coproducción endógena", en: CIESPAL, *América Europa 500 Años: un desafío para la radio*, Colección Encuentros, No. 3, Quipus, Quito.
- OROZCO, G. (1995) *La investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa*, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata, La Plata.
- ORTIZ, M. A.; MARCHAMALO, J. (1994) *Técnicas de comunicación en radio*, Paidós Papeles de comunicación No. 5, Barcelona.
- ORTIZ, M. A.; VOLPINI, F. (1995) *Diseño de programas en radio*, Paidós Papeles de comunicación No. 11, Barcelona.
- OSORIO, J. (1989) "Perspectivas de la acción educativa popular de cara a los noventa", en: CEAAL, *Alfabetizar para la democracia*, Imagen, Santiago de Chile.
- OURO ALVEZ, W. (s./f.) "Radio: la mayor pantalla del mundo", Materiales de trabajo No. 2, CIESPAL, Quito.
- OVIEDO, G. (1986) *Educación a distancia para adultos en el Ciclo Básico para la Amazonía ecuatoriana*, CEPP, Quito.
- PASQUALI, A.; VARGAS, A., (eds.) (1990) *De la marginalidad al rescate: Los servicios públicos de radiodifusión en la América Latina*, EUNED, San José, Costa Rica.
- PEREIRA, J. M. (2001) "Comunicación y ciudadanía", pp. 102-116, en: SIGNO Y PENSAMIENTO, No. 38, Universidad Javeriana, Departamento de Comunicación, Bogotá.
- PICÓN, C. (1989) "Políticas y estrategias de alfabetización inicial y funcional en América Latina", en: CEAAL, *Alfabetizar para la democracia*, Imagen, Santiago de Chile.
- PINTO, E. (1995) "Primer curso nacional de comunicación y movilización social", Conferencia de muestreo estadístico, Quito.
- PNUD (2001) "Alfabetización y matriculación", pp. 178-181, en: Informe sobre el desarrollo humano 2001, MUNDI-PRENSA, Nueva York.
- PRADO, E. (1981) *Estructura de la información radiofónica*, ATE, Barcelona.
- PRADO, E. (1983) *Las radios libres. Teoría y práctica de un movimiento alternativo*, Mitre, Barcelona.

- PRIETO, D. (1985) *Diagnóstico de la comunicación*, CIESPAL, Quito.
- PRIETO, D. (1990) *Diagnóstico de comunicación*, Quipus, Quito.
- PRIETO, D. (1996) *Palabras e imágenes para la comunicación impresa*, Curso a distancia, No. 1, Servicio Conjunto de Comunicación, Quito.
- PROSS y ROMANO (1999) *Atrapados en la red mediática*, HIRU, Guipúzcoa
- PUIGGRÓS, A. (2001) "Educación y pobreza en América Latina", pp.98-101, en: CUADERNOS DE PEDAGOGÍA, No. 308, CISS-PRAXIS, Barcelona.
- QUINTANA; R.; DUCHEN, R. (1986) *Radio Illimani. Los primeros años de su historia (1933-1937)*, Cima, La Paz.
- RADIO NACIONAL DEL ECUADOR (1986) *Radiorevista*, No. 1, Revista trimestral, Quito.
- REGLAMENTO GENERAL A LA LEY REFORMATORIA DE LA LEY DE RADIODIFUSIÓN Y TELEVISIÓN (1998) Decreto ejecutivo No. 3398, Registro oficial No. 864, Quito.
- RELEA, F.(2002) "Los indígenas de Ecuador se preparan para gobernar", p. 7, en: El País, Sección Internacional, Madrid.
- RIANCHO Y SÁNCHEZ, J. M. (1969) "El lenguaje radiofónico como peculiaridad profesional e instrumento de cultura popular", pp. 161-169, en: EOP, *El lenguaje en los medios de comunicación social*, Escuela Oficial de Periodismo, Madrid.
- RIVERA, J. (1988) "Evaluación formativa del material impreso para educación a distancia", en: MINISTERIO DE EDUCACIÓN Y CULTURA, *Proyecto MEC – UNESCO (P.I.D.C.) Curso de programación de la educación a distancia*, Quito.
- RIVERA, M. J.(1993) "El mensaje radiofónico: el uso de la radio en la escuela", en: VV. AA. *La revolución de los medios audiovisuales*, Ediciones de la Torre, Madrid.
- RODRÍGUEZ, V. (ed.) (1992) *Alfabetización y Postalfabetización por radio*, OEI, Editorial Popular, Madrid.
- RONCAGLIOLO, R. (1995) "Latin america: community broadcasting as public broadcasting", pp. 297-301, en: RABOY, Public broadcasting for the 21st century, Luton Press, UK.
- RONCAGLIOLO, R. (1998) "La radiotelevisión comunitaria, un servicio público", pp. 151-153, en: ATKINSON, D. y RABOY, M., *La radio y la televisión de servicio público: el desafío del siglo XXI*, Ediciones UNESCO, París.

- RONCAGLIOLO, R., (1999) "Las redes de cooperación y la radio comunitaria", pp. 259-277, en: CHAPARRO, M., *La democratización de los medios de radiotelevisión comunitaria*, EMA-RTV, Sevilla.
- ROSARIO, C.; ROMERO, H. (1996) "Diagnóstico comunicacional del barrio "Venezuela" del Sur de Machala y propuesta para una radio popular", I seminario taller de comunicación para el desarrollo, Tesis de licenciatura, Universidad Técnica, Machala.
- SAFAR, E. (2001) "La comunicación en el pensamiento de Paulo Freire", pp. 151-163, en: ANUARIO ININCO, Vol. 1, No. 13, Universidad Central de Venezuela, Caracas.
- SAIZ, J. (1998) *Nueva radio para nuevos tiempos con nuevos modos entre nuevos medios*, Fundación Universitaria San Pablo CEU, Valencia.
- SALINAS IBÁÑEZ, J. (1992-1993) "Interacción, medios interactivos y vídeo interactivo", pp. 137-148, en: *Enseñanza*, Anuario Interuniversitario de Didáctica, Departamento de Ciencias de la Educación, Universidad de las Islas Baleares.
- SAMANIEGO, J. (1987) "Elementos para un diagnóstico del ciclo básico compensatorio a distancia del centro regional de comunicación educativa para la región amazónica (CRECERÁ), Área de Castellano", Disertación de licenciatura, Facultad de Ciencias de la Educación, Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Quito.
- SAN FÉLIX, A. (1991) *Radiodifusión en la mitad del mundo*, Apuntes históricos. Editora nacional, Quito.
- SÁNCHEZ, J. (1989) "El sistema ALER", pp. 58-61, en: *CHASQUI*, No. 32, CIESPAL, Quipus, Quito.
- SCHENKEL, P. (1981) "El Informe MacBride: entre la realidad y la utopía", en: *CHASQUI*, revista de CIESPAL, No. 1 (II época), Quito.
- SCHUTTER, A., de (1985) *Investigación participativa*, CREFAL, México.
- SEDLAK, P.; DÍAZ, A. (1992) "Radio Interactiva. Diversos países", pp. 226-230, en: RODRÍGUEZ, V. (ed.) *Alfabetización y Postalfabetización por radio*, OEI, Editorial Popular, Madrid.
- SERBISH (1990) *Sistema de Educación Radiofónica Bicultural Shuar*, Tríptico, Departamento de Educación Radiofónica Bicultural Shuar-Achuar, Sucúa, Ecuador.
- SERVAES, J. (1987) "Comunicación en el Subdesarrollo. Tres visiones", en: *CHASQUI*, revista de CIESPAL, Quito.

- SOLÍS, V.; DELGADO, J. (1995) "Investigación cualitativa sobre la Cadena 40 Principales-Barcelona", Curso de doctorado en Comunicación Audiovisual y Publicidad, Universidad Autónoma de Barcelona, Bellaterra.
- SOSA, G. (2002) "Radio en transición", pp. 18-25, en: Revista Mexicana de Comunicación, Año 14, No. 64, México .
- SRINIVASAN, L. (1982) *Perspectivas del aprendizaje no formal del adulto*, Word Education, New York.
- STROMQUIST, N. (1995) "Educación y equidad en América Latina contemporánea", en: *La Educación*, revista de la OEA, No.121, Año XXXIX, Washington D.C.
- SUPERINTENDENCIA DE TELECOMUNICACIONES (1997), Dirección de medios de difusión, Datos generales de radiodifusión sonora, Quito.
- SUSSMAN, S. (1995) *Así se crean programas de radio*, Rosaljai, Barcelona.
- TEDESCO, J.C. (2001) "El nuevo capitalismo", pp. 92-106, en: CUADERNOS DE PEDAGOGÍA, No. 308, CISS-PRAXIS, Barcelona.
- TENNANT, M. (1991) *Adultos y aprendizaje*, Colección Apertura, El Rouro Editorial, Barcelona.
- TERRÓN BLANCO, J. L. (1991) "El silencio en el lenguaje radiofónico", Tesis doctoral, Departamento de Comunicació Audio-visual i Publicidad, Universitat Autònoma de Barcelona, Bellaterra.
- TOLEDO, B.; CHALÁ, F. (1997) "¿Es susceptible un proyecto comunitario en una radio comercial?", Investigación: radio y sociedad, Universidad Politécnica Salesiana, Escuela de Comunicación Social, Quito.
- TORRES, V. H. (1993) *Interculturalidad y Educación Bilingüe. Encuentros y Desafíos*. Memoria del Encuentro Indoamericano de Educación Bilingüe Intercultural, COMUNIDEC-FIA, Quito.
- TRILLA, J. (ed.) (1993) *La educación fuera de la escuela. Ámbitos no formales y educación social*, Ariel, Barcelona.
- TRUJILLO, L. F. (1993) *La radio como empresa y como medio de información*, Editorial Época, Bogotá.
- TUCHMAN, G. (1993) "Métodos cualitativos en el estudio de las noticias", pp. 99-116, en: JENSEN; JANKOWSKI (eds.) *Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas*, Bosch, Barcelona.

TUNNERMANN, C. (1990) "La educación latinoamericana en el horizonte del siglo XXI y el papel de la OEA", en: *La Educación*, revista de la OEA, No. 106, Año XXXIV, Washington D. C.

UIT/UNESCO (1992) "Las telecomunicaciones en la dimensión de la comunicación para el desarrollo humano con equidad", Conferencia regional americana de desarrollo de las telecomunicaciones, Acapulco, México.

UIT/UNESCO (1995) "El derecho a comunicar - ¿Cuál es el precio?", Restricciones económicas de la utilización efectiva de las telecomunicaciones en educación, la ciencia, la cultura y la difusión de información, UNESCO/CII, París.

ULCRA (1989) "La Radiodifusión Pública Latinoamericana: de la Marginalidad al Rescate", Tercera Conferencia Latinoamericana sobre Servicios Públicos de Radiodifusión, Quito.

UNESCO (1990a) *Comunicación, Tecnología y Desarrollo*, UNESCO, París.

UNESCO (1990b) *Informe sobre la comunicación en el mundo*, UNESCO, París.

UNESCO (1994) "Seminario sobre el desarrollo de los medios de comunicación y la democracia en América Latina y El Caribe", UNESCO, NN.UU., PNUD, Santiago de Chile.

UNESCO (1995a) *Textos básicos de Comunicación 1989-1995*, UNESCO, París.

UNESCO (1995b) *Medios de comunicación alternativos: la conexión de lo mundial con lo local*, UNESCO, París.

UNESCO (1996) *Las Tecnologías de la Información y la Comunicación en el Desarrollo: Reflexiones de la UNESCO*, París.

UNESCO (1997) *Anuario estadístico 1996*, París.

UNESCO (1997) Anuario estadístico 1997, United States of America.

UNESCO (1999) "La radio", pp. 139-158, en: *Informe Mundial sobre la Comunicación. Los medios frente al desafío de las nuevas tecnologías*, Ediciones UNESCO-CINDOC, Fundación Santa María, Madrid.

UNESCO (1999) Anuario estadístico 1999, United States of America.

UNESCO (2000) Informe Mundial sobre la comunicación y la información 1999-2000, UNESCO, Paris.

UNESCO/CIIa (1994) "The use of electronic information technologies in open and distance education. Prospects and police considerations", Discussion Document, UNESCO, Paris.

- UNESCO/CIIb (1994) "The use of electronic information technologies in open and distance education. Prospects and police considerations", Anexo 2: Case Studies on Distance Education Technology, UNESCO, Paris.
- VAN OHEYEN, V. (1991) "El noticiero "Tercer Mundo" y la Comunicación Alternativa en Bolivia", Tesis doctoral, Universiteit van Amsterdam, Amsterdam.
- VANDENBULCKE, H. (1986) "Radio Runacunapac Yachana Huasi, Simiátug-Ecuador", en: III, Instituto Indigenista Interamericano; UNESCO, *Informe Final*, Seminario-taller sobre radiodifusión en regiones indígenas de América Latina, Quito.
- VILLAMARÍN, J. (1997) *Síntesis de la historia universal de la comunicación social y el periodismo*, Capítulo 8, pp. 205 – 277, Radmandí, Quito.
- VILLANUEVA, E. (2000) "Retos y oportunidades de los medios públicos", pp. 19-21, en: Revista mexicana de COMUNICACIÓN, Año 12, No. 74, México.
- VILLEGRAS, E. (1997) "Radio comunitaria, democratización de la comunicación y el desarrollo", pp. 175-198, en: UMESP, Anuario UNESCO-UMESP, Sao Paulo.
- VINZA, M. (1993) "La Radio y la Educación Bilingüe entre los Shuar y Achuar", en: TORRES, V. H., (ed.), *Interculturalidad y Educación Bilingüe*, COMUNIDEC-FIA, Quito.
- VIZER, E; LANDESMAN, D. (1998) "Argentina: Radios libres", en: *CHASQUI*, No. 61, CIESPAL, Quipus, Quito.
- VV. AA. (1990) *La radio en el área andina: tendencias e información*, Quipus, Quito.
- VV. AA. (1990) *La radio en el área andina: tendencias e información*, Colección Encuentros, No.1, CIESPAL, Quito.
- VV. AA. (1998) "Hacia el 2000: desafíos informativos de la radio", pp. 62-65, *CHASQUI*, No. 61, CIESPAL, Quipus, Quito.
- WANIEWICZ, I. (1972) *La radiocomunicación al servicio de la educación de adultos*. Compendio de la experiencia mundial, UNESCO, París.
- WERTHEIN, J. (1986) *Educación de Adultos en América Latina*, Editorial De la Flor, Buenos Aires.
- WHITE, R. (1978) *Un modelo alternativo de educación básica: Radio Santa María*, UNESCO, París.
- WOLF, M. (1984) "Géneros y televisión", pp. 189-198, en: ANÀLISI, Quadernos de comunicació y cultura, No. 9, UAB, Bellaterra.
- WOLF, M. (1991) *La investigación de la comunicación de masas: crítica y perspectivas*, Paidós Mexicana, S.A., México, D. F.

WORLD RADIO TV HANDBOOK (1993) Edition, volume 47, Amsterdam.

WORLD RADIO TV HANDBOOK (2002) Edition, volume 56, Ecuador, pp. 191-197  
United Kingdom.

YALLI, J. S.; ROMISZOWSKI, A. (1984) "Causas de la deserción en un curso de formación a distancia", en: *Tecnología Educativa*, revista de la OEA, Vol. IX, No. 2, Santiago de Chile.

ZETTERSTRÖN, L. (1993) "Sumac Ñan. Radio popular de la organización campesina-indígena", Tesis de licenciatura para la Universidad Católica de Suecia, Cotacachi, Imbabura, Ecuador.

## BIBLIOGRAFÍA EN SOPORTE WEB

- ACOSTA, A. (2002) "La dolarización es una bomba de tiempo", pp. 1-14, en: ALAI, América Latina en movimiento; [http://alainet.org/active/show\\_text.php3?key=2650](http://alainet.org/active/show_text.php3?key=2650)
- ALBARRÁN, S. (2001) "Democratización del espectro radioeléctrico: la experiencia latinoamericana", en: SALA DE PRENSA, Año III, Vol. 2; <http://www.saladeprensa.org>
- AMARC, Asociación Mundial de Radios Comunitarias; <http://www.amarc.org/amarc/esp/>
- AMARC, *Revista Interadio*, en: <http://www.amarc.org>
- ANÓNIMO (1997) International Centre for Distance Learning, The Open University; <http://www.icdl.open.ac.uk/icdl/da>
- ANÓNIMO (2002) "¿Gutiérrez o Noboa? Ecuador define Presidente", pp. 1-3, en: Observatorio Electoral; <http://www.observatorioelectoral.org/informes/analisis/?country=ecuador&file=021122>
- ANÓNIMO (2002) "Agenda de medios de comunicación. Ecuador", pp. 1-4; <http://www.mediosmedios.com.ar/A.%20Ecuador.htm>
- ANÓNIMO (2002) "Ecuador: la desesperación de la pobreza", pp. 1-3, en: MANOS UNIDAS; [http://www.manosunidas.org/conflictos/ecuador\\_noviembre.htm](http://www.manosunidas.org/conflictos/ecuador_noviembre.htm)
- ANÓNIMO (2002) "Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador, ERPE", pp. 1-3; <http://www.erpe.org.ec/radio.htm>
- ANÓNIMO (2002) "Gamavisión", pp. 1-5; <http://www.gamavision.com/>
- ANÓNIMO (2002) "Las Radios Comunitarias promueven su legalidad", pp. 1-2, en: ECUARRUNARI, Boletín de prensa; <http://ecuarunari.nativeweb.org/prensa/30ene02.html>
- ANÓNIMO (2002) "Lucio Gutiérrez o los espejismos del poder", pp. 1-4, en: LA REZURDA; <http://www.ecuador.indymedia.org/es/2002/12/1343.shtml>
- ANÓNIMO (2002) "Migración", pp. 1-4, en INDYMEDIA Ecuador; <http://www.ecuador.indymedia.org/es/2002/12/1375.shtml>
- ANÓNIMO (2002) "Pulsar América Latina", pp. 1-2, La Iniciativa de Comunicación; <http://www.comminit.com/la/lahaciendoolas/sld-1233.html>;

- ANÓNIMO (2002) "Radio Quito", pp. 1-2, en: El Comercio, Quito;  
<http://www.elcomercio.com/productos.asp>
- ANÓNIMO (2002) "Sector hidrocarburos de Ecuador", pp. 1-2, en: Petrolín;  
<http://www.petrolatin.com/ci/dossier/6295377.asp>
- ANÓNIMO (2003) "UV Televisión", pp. 1-3, en UV Televisión;  
[http://www.uvtelevision.com/Texto\\_Progra.html](http://www.uvtelevision.com/Texto_Progra.html)
- ASETA (1998) "Proyecto Satelital Andino "Simón Bolívar", en: <http://www.aseta.org.ec/simonb>
- ATIÉNZAR, M. J. (2002) "La sociedad civil se expresa en ondas", pp. 1-3, en:  
SOCIEDAD, España; [http://www.lainsignia.org/2002/mayo/soc\\_012.htm](http://www.lainsignia.org/2002/mayo/soc_012.htm)
- ÁVILA MUÑOZ, P. (2001). Educación y Nuevas Tecnologías de la Información y la  
Comunicación en América Latina, pp. 5-27, en: Tecnología y Comunicación Educativas.  
Chasqui 74; <http://www.comunica.org/chasqui/>
- AYALA, G. (2002) "Ecuador después de las elecciones presidenciales", pp. 1-7;  
<http://www.eurosur.org/rebelion/internacional/ayala201102.htm>
- BÁEZ, R. (2003) "Gutiérrez: ¿hundimiento o resurrección?", pp. 1-4, en: ALAI,  
América Latina en movimiento; [http://alainet.org/active/show\\_text.php3?key=2959](http://alainet.org/active/show_text.php3?key=2959)
- BUCKLEY, S. (2002) "Las ondas radioeléctricas nos pertenecen", pp. 32-34, en: ALAI,  
No. 353; <http://alainet.org/images/alai-25c-w.pdf>
- BUITRÓN, R. D. (2002) "La duda como pedagogía", pp. 1-4, en SALA DE PRENSA;  
<http://www.saladeprensa.org/art312.htm>
- CARDOSO, G. (2000) "Radio en Internet y migración en Ecuador. La radio Ondas  
Azuayas", en: "Broadcasting and the Internet in Latin America and the Caribbean";  
<http://www.comunica.org/tampa/docs/cardoso>
- CIESPAL (2002) "Ciespal en el primer semestre del 2002", 1-5;  
<http://www.dlh.lahora.com.ec/paginas/chasqui/paginas/chasqui169.htm>
- CISNEROS GROUP OF COMPANIES (2001) "Speeches", 1-2;  
[http://www.cisneros.com/speeches/20001129\\_01.asp](http://www.cisneros.com/speeches/20001129_01.asp)
- Coordinadora Nacional de Radio del Perú; <http://www.cnr.org.pe/>
- CORAPE (2002) "La Coordinadora de Radios Populares y Educativas del Ecuador  
(CORAPE)"; <http://www.ecuanex.net.ec/corape.htm>

CORAPE; INTERCOM - Ecuánex (2001) "Radiotelecentros. Espacios de democratización de la tecnología", pp. 1-2;  
<http://www.infodesarrollo.org/proyectos.html?x=1124>

CORPEI (2001) "Ecuador demografía", pp. 1-2; <http://www.corpei.org/>

CHAPARRO, M. (2001) "La democratización de los medios", pp.1-6, en: SALA DE PRENSA, No. 28, Año III, Vol. 2; <http://www.saladeprensa.org/art196.htm>

CHECA, A. (2002) "La radio y las minorías al inicio del siglo XXI", pp. 1-5, en: CEM. ITESM, No. 27, México;  
<http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/antiguos/n27/achecha.html>

ECOS (2002) "Seminario sobre Radios Comunitarias para una real democratización de la comunicación", pp. 1-5, en: INDYMEDIA;  
<http://uruguay.indymedia.org/news/2002/12/8156.php>

FAUS BELAU, A. (2001) "Reinventar la Radio" pp. 1-8, en: Chasqui 74, sección Radio; <http://www.comunica.org/chasqui>

FERRARI, A. (2002) "Ecuador: a defender la esperanza", pp. 1-3, en: Agencia de Información Frei Tito para América Latina;  
<http://www.adital.org.br/asp2/noticia.asp?idioma=ES&noticia=4829>

Foro Argentino de Radios Comunitarias; <http://www.farco.org.ar/>

Foro de Medios Alternativos (2002) Campaña contra la penalización de radios comunitarias, Nota informativa, pp. 1, en: INDYMEDIA;  
<http://argentina.indymedia.org/news/2002/11/59613.php>

FREIDENBERG, F. (2001) "Cuestión regional y política en Ecuador: Partidos de *vocación* nacional y apoyo regional", pp. 1-9, en: Universidad de Salamanca-PUCE;  
<http://www.puce.edu.ec/Postgrados/MscPoliticas/Biblioteca/Papel6.htm>

GARCÍA, D.; MEZA, J. (1999) "De radio en radio: el escenario radiofónico ", en: Revista Latina en Comunicación Social, No. 20, La Laguna (Tenerife); <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999eag/htm>

GARCIA-JAÉN, M. (2002) "Nuevo gobierno y corrupción", pp. 1-2, en: Rescate No.9, CCCC, Quito; Dirección de Comunicación/CCCLANTICCORRUPCION@control-corruption.gov.ec>

GEERTS y VAN OYEN, (2001) La Radio Popular frente al Nuevo Siglo: Estudio de Vigencia e incidencia, en: Radio Internacional Feminista;  
<http://www.fire.or.cr/portalibros/libroaler.htm>

GUMUCIO DAGRON (2001) Haciendo Olas. Historias de Comunicación Participativa para el Cambio Social, pp. 1-57, Informe para la Fundación Rockefeller, en: La Iniciativa de Comunicación; <http://www.communit.com/la/lahaciendoolas/sld-1764.html>

GIRARD, B. (2000) "A passion for radio. Radio waves and community. Radio Chaguarurco: Now you're not alone", pp. 1-16; <http://www.comunica.org/passion/>

GIRARD, B. (2000) "La radio no está amenazada por Internet", pp. 1-5, en: Chasqui No. 70; <http://www.comunica.org/chasqui/>

GIRARD, B. (2000) "Mixing Media: La radiodifusión e Internet para el desarrollo y la democracia" pp. 1-7, en: COMUNICA;  
<http://www.comunica.org/tampa/es/mixedmedia.htm>

GÓMEZ G., (2002) "Paraguay: Gobierno reconoce 107 frecuencias a radios comunitarias", en: Info Legislaciones AMARC ALC; <http://www.infodesarrollo.ecuanex.net.ec>

GÓMEZ LEÓN (2000), "¿Es la televisión el desierto de la cultura?", pp. 1-6, en: Chasqui No. 72; <http://www.comunica.org/chasqui/gomez72.htm>

GÓMEZ, G. (2002) "Argentina: fracasó el intento por penalizar radios comunitarias", en: Info Legislaciones AMARC ALC; <http://www.infodesarrollo.ecuanex.net.ec>

GÓMEZ, G., (2002) "Ecuador: Congreso aprueba reformas que eliminan discriminaciones a radios indígenas y comunitarias", en: Info Legislaciones AMARC ALC; <http://www.infodesarrollo.ecuanex.net.ec>

GONZÁLEZ PAZ, A. L. (2000) "La radio comunitaria", pp. 1-20, Facultad de Comunicación y Lenguaje, Pontificia Universidad Javeriana, Colombia;  
<http://www.geocities.com/CapitolHill/Congress/2850/index.html>

GREBE, R. (2001) "De las emisoras sindicales a las radios comunitarias en Bolivia", pp.1-10; <http://www.aboic.net/grebe.pdf>).

IBARRA, H. (2002) "El triunfo del coronel Gutiérrez y la alianza indígena militar", pp. 1-9, en: Ecuador DEBATE, No. 59;  
<http://www.dlh.lahora.com.ec/paginas/debate/paginas/debate615.htm>

INFORMACIÓN ALERTAS; <http://www.amarc.org>; <http://www.ifex.org>

IRFEYAL (s./f.) "Reseña histórica", pp. 1-2; <http://www.geocities.com/irfeyal/>

José ZEPEDA, J. (2000) "La programación, el desafío de la radio", pp. 1-4, en: Chasqui No. 71; <http://www.comunica.org/chasqui/>

- LARREA, C.; SÁNCHEZ, J. (2001) "Pobreza, empleo y equidad en el Ecuador: perspectivas para el desarrollo humano", UNPD, Quito;  
<http://www.undp.org.ec/Pobrezapub/pobreza.htm>
- LARREA, M. (2002) "Gutiérrez derrota a Noboa", pp. 1-2, en: Agencia de Información Frei Tito para América Latina;  
<http://www.adital.org.br/asp2/noticia.asp?idioma=ES&noticia=4522>
- LARREA, R, (2003) "Planteamiento de la CCCC al presidente electo", pp. 1-2, en: CCCC, Boletín de prensa No. 214; Dirección de Comunicación/CCCL  
**ANTICORRUPCION@control-corrupcion.gov.ec>**  
 LEGISLACIÓN AMARC ALC; <http://moebius.amarc.org/legislaciones/>
- LÓPEZ VIGIL, J. I. “¡Adelante democracia!”, en: *InterRadio*, Volumen 8, Número 1;  
<http://www.amarrc.org/AMARC/AMARC Sp/s article2.htm>
- LLOVET, I. (2002) "Ecuador y el rechazo de la política tradicional", pp. 1-2, en: El Clarín; <http://www.clarin.com/diario/2002/10/30/o-466656.htm>
- MARIELLE, C. (1995) “Pasos al aire”: Una experiencia radiofónica de la red Informática *PASOS*”, Grupo de estudios ambientales, México; <http://www.neta.apc.org/pasos/falairel.htm>
- MARTÍNEZ-COSTA (2001) “Un nuevo paradigma para la radio”, en: SALA DE PRENSA , Año III, Vol. 2; <http://www.saladeprensa.org>
- MONGE, E. (2002) "La justicia convertida en hiel", pp. ALAI, América Latina en movimiento No. 351; <http://alainet.org>
- NOVEDADES EN RED (2001) "Ecuador", pp. 1-3; <http://www.novedadesenred.com/>  
 Periodistas Frente a la Corrupción, PROBIDAD, San Salvador; <http://www.portal-pfc.org/directorios/proyectos.html>
- PNUD, Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, (2001) " Informe sobre Desarrollo Humano Ecuador 200. Las tecnologías de información y comunicación para el desarrollo humano", Quito; <http://www.undp.org.ec/Idh2001/pdf.htm?informe.pdf>
- PUDDEPHATT, A. (2002) "Los medios comunitarios en las comunicaciones globales", pp. 1-5, en: Acción, No. 240;  
<http://www.wacc.org.uk/publications/accion/240/article19.html>)
- R. & T. A., Radio y Televisión Americana (2002) “La UIT aprobó el sistema IBOC”, Edición No. 67, pp.18; <http://www.rt-a.com/67/18-67.htm#principio>

R.& T. A., Radio y Televisión Americana (2002) "La radio busca ser más rentable con la subida de la audiencia", Edición No. 75, p.12; <http://www.rt a.com/75/12-75.htm>

Red Científica Peruana, "Medios alternativos en Perú", pp. 1-3, en: Periodismo en Internet; <http://www.yachay.com.pe/especiales/periodismo/3c.htm>

RIVAS, R., (2002) "Cuando la prensa calla la corrupción florece", pp. 1-4, en: Medios y libertad de expresión en las Américas; <http://www.icfj.org/libertad-prensa/florece.html>

ROJAS, I. (2002) "Emisoras comunitarias no son invento de Chávez", pp. 1-3, en: El Mundo; <http://www.elmundo.com.ve/ediciones/2002/08/06/p1-9s1.htm>

ROLDÓS, S. (2001) "2001: Odisea, fútbol y poder", pp. 1-2, en: Vistazo, Columnas; <http://www.vistazo.com/impresa/824/html/columna2.htm>

Sistema ECCA; <http://www.idecnet.com/ecca/geo/htm>

SOCIEDAD INTERAMERICANA DE PRENSA (2002) "Ecuador: Leyes de radio y televisión y el contenido de la información", pp. 1-3, en: Banco de datos de leyes de prensa; <http://216.147.196.167/espanol/projects/laws-ecu3.cfm>

SUPERINTENDENCIA DE TELECOMUNICACIONES (2002) "Estadística", pp. 1-3, Quito; <http://www.supertel.gov.ec/>

SUPERINTENDENCIA DE TELECOMUNICACIONES (2002) "La Ley de Radiodifusión y Televisión y su reforma", Quito, pp. 1-7; <http://www.supertel.gov.ec/>

TAMAYO, E. (2002) "Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información: visiones e intereses en juego", pp. 1-7, en: ALAI, Agencia Latinoamericana de Información, Quito; <http://alainet.org>

REMIGIO, L. (2002) "Información general de satélites", pp. 1-5, en: Communications Research Group, Miami; <http://www.lionelremigio.com/satellites.htm>

TORAL, G. (1997) "Las tertulias de la radio: El tam-tam de la tribu", en: ZER, revista de estudios de comunicación; <http://zerrev.lp.ehu.es/Zer/HTML/7.ART.TORA.html>

TORRES, R. M. (2002) "Hacia un Ecuador que lee y escribe. El país frente a la década de la alfabetización de Naciones Unidas (2003-2012)", pp. 1-12; <http://www.fronesis.org/rmt/documentosrmt/minganacional.pdf>

UNESCO (1995) Medios de comunicación y democracia en América latina y el Caribe, UNESCO, París; <http://www.ugr.es/%7Esevimeco/documentos/unesco/bdu18.htm>

VIVANCO M., J. (2002) "El papel de los medios de prensa frente a la corrupción", pp. 1-9; [http://www.offnews.info/transparencia/ecuador\\_prensa.htm](http://www.offnews.info/transparencia/ecuador_prensa.htm)

WOLF, M. (1997) "Los emisores de noticias en la investigación sobre comunicación", en: *ZER*, revista de estudios de comunicación;  
<http://zerrev.lp.ehu.es/Zer/HTML/1.ART.WOLF.html>

## **GLOSARIO**

## GLOSARIO

**Acceso.**- Esta dimensión también aporta el concepto de acceso a los medios y canales de comunicación (FISKE, 1984: 20). Quién tiene acceso a los medios masivos es un tema importante sobre la relación entre la radio y la sociedad. La intencionalidad del acceso también es explicada en función de los contextos de clase, cultura y educación (FISKE, 1984: 20). La accesibilidad es también la posibilidad de obtener información relevante sobre el tema de la clase radiofónica.

**Aprendizaje.**- Proceso de adquisición de nuevos hábitos o comportamientos mediante la experiencia, para afrontar una situación posterior de modo distinto a las anteriores.

**Centro de intercambio.**- Lugar de reunión semanal donde se realizan las clases presenciales o tutorías a cargo de los profesores orientadores o guías. El profesor, en el centro de intercambio, utiliza los esquemas, el pizarrón y el material didáctico. Las reuniones se realizan semanalmente con el propósito de afianzar los conocimientos del alumno adquiridos durante la semana y evaluar su rendimiento. Para la actividad en los centros, se utilizan los locales escolares existentes en la zona.

**Clase radiofónica con material de apoyo (sistema tridimensional).**- La clase radiofónica se basa en el sistema metodológico tridimensional: los materiales impresos, la clase radiofónica y el centro de intercambio. Tres elementos unidos entre sí: si falta uno de hecho falla todo el sistema. La clase y el material impreso funcionan complementariamente como parte de un método. El centro de intercambio proporciona la retroalimentación a todo el sistema, que sin su existencia sería unidireccional (MERINO, 1991: 16-17).

**Clase radiofónica improvisada sin material de apoyo.**- El profesor improvisa su explicación dotando de mayor expresividad y motivando a la audiencia. Tiene la ventaja del valor de la palabra hablada sobre la leída; sin embargo, es difícil encontrar profesores que dominen esta técnica.

**Clase radiofónica leída.-** El profesor locutor es el comunicador exclusivo del mensaje educativo al leer el guión redactado por él o por el equipo encargado. El inconveniente de este tipo de clase es que causa aburrimiento y pasividad en el alumno, pues le limita sólo a escuchar como simple oyente.

**Clase radiofónica simulada.-** Tiene por objeto introducir una clase común dentro del estudio de emisión, mediante la presencia de un grupo de alumnos a los que se dirige la explicación, quienes formulan preguntas al profesor locutor. Esta modalidad no ha tenido éxito porque el alumno no se identifica con este tipo de clase y permanece pasivo.

**Clase radiofónica.-** Clase transmitida por un profesor locutor a través de la radio. La clase radiofónica se basa en los esquemas o módulos escritos que porta el estudiante, sobre el cual se elabora un guión, en donde intervienen las técnicas radiofónicas que se adaptan según el tema.

**Eficacia.-** Capacidad que tiene el programa educativo radiofónico para producir el efecto deseado en los estudiantes, por intermedio de los elementos metodológicos: clases radiofónicas, módulos escritos y encuentros semanales con los profesores tutores. Impacto emocional y de aprendizaje que se espera obtener mediante las clases radiofónicas que imparte el Instituto Radiofónico Fe y Alegría, IRFEYAL.

**Escuelas radiofónicas.-** Instituciones de educación radiofónica que difunden programas dedicados a la educación de adultos, alfabetización, desarrollo de la comunidad y a la educación permanente de los sectores marginados de la educación formal.

**Esquema o módulo escrito.-** Material impreso que constituye los contenidos del programa educativo y sirve para llenar con el apoyo de la clase radiofónica. Ayuda al alumno a visualizar el contenido de la clase. El material impreso o esquema de clase es el texto del alumno, que contiene la cantidad de materia precisa para poder seguir la explicación radiofónica y para alcanzar el objetivo específico de cada clase.

**Estrategia interactiva.-** Conjunto de reglas que aseguran una decisión óptima en cada momento o etapa de un programa educativo radiofónico, en cuyo proceso existe una interacción o influencia recíproca, a modo de diálogo, entre el profesor locutor y el alumno.

**Estudiante adulto.-** Individuo mayor de edad, o adolescente que sin cumplir los 18 años, realiza trabajos de adulto por sobrevivencia (definición elaborada por IRFEYAL para la admisión de alumnos en su Programa de Educación a Distancia).

**Guión de radio interactiva.-** Guión radiofónico que trata de romper el carácter unisensorial que tiene la radio, provocando que el oyente "*vea*", "*toque*", "*huela*" y *hasta "saboree"* a través de los segmentos dramatizados. "Pero más que nada un guión para la radio interactiva debe promover *respuestas orales, mentales y motoras*" (SEDLAK y DÍAZ, 1992: 229).

**Guión educativo interactivo.-** Señal auditiva que se convierte a través de un proceso de transformación en imagen, con lo cual el radioescucha participa activamente, y la teoría afirma que el mensaje adquiere mayor potencia emocional, es más insistente, más persistente y de mayor eficacia pedagógica (TRILLA, 1993: 146).

**Interactividad en el proceso comunicacional.-** Concepto que combina la evocación de imágenes con la capacidad de diálogo locutor-alumno, y que en consecuencia configura situaciones reales de comunicación, concebidas como aquellas actitudes que tienen capacidad de implicar al estudiante activamente en el programa de instrucción (SALINAS IBÁÑEZ, 1992/1993).

**Interactividad en el proceso enseñanza aprendizaje.-** Término acuñado para designar las formas de organización de la actividad conjunta en torno al contenido o tarea que están llevando a cabo los participantes, a través de dos mecanismos de influencia educativa: i) la cesión y el traspaso progresivos de control del aprendizaje y ii) la responsabilidad y la construcción progresiva de sistemas de significados compartidos (COLL, COLOMINA, ONRUBIA, ROCERA, 1992).

**Interactivo.-** Término que denota la actividad que involucra a los alumnos cuando escuchan los programas de radio.

**Interacción radiofónica.-** Este concepto hace referencia a la intervención directa del receptor en la selección de la información, lo cual permite trabajar con tipos individuales de información y comunicar directamente con el proveedor de información (GARCÍA GONZÁLEZ, 2001: 52). La técnica radiofónica ha superado la tradicional unidireccionalidad y busca la puesta en marcha de nuevos servicios de comunicación interactivos.

**Metodología de IRFEYAL.-** Método educativo que IRFEYAL adaptó del sistema ECCA (Emisora Cultural de Canarias, España), y que consiste en el funcionamiento de tres elementos metodológicos complementarios entre sí: la clase radiofónica, el módulo o esquema escrito y el encuentro semanal del estudiante con el profesor orientador en el centro de intercambio.

**Participación.-** Acción y efecto de tomar parte o compartir en algo con alguien. Acción de participar con otro en alguna acción con éxito.

**Percepción.-** Acción y efecto de aprehender una idea o noción de algo o de alguien. Sensación que resulta de una impresión hecha en nuestros sentidos, mediante señales o imágenes provocadas por un programa radiofónico.

**Profesor locutor.-** Profesor o equipo de profesores locutores que se encarga de producir las clases radiofónicas basados en el libreto de la lección escrita y un guión radiofónico.

**Profesor orientador.-** El profesor guía que desarrolla la clase presencial cada semana en el centro de intercambio o extensión.

**Radio comunitaria.-** Este tipo de radio trata a sus oyentes como sujetos participantes e intenta ofrecerles el poder de controlar sus propias definiciones sobre sí mismos y su cultura; busca que la comunidad participe en la política de la emisora, en la producción de programas y en el funcionamiento de la radio. La radio comunitaria no es lucrativa e intenta

diversificar su financiación para evitar la dependencia. La presencia de personal voluntario es un medio para contactar con las comunidades implicadas, asegurando que ellas estén representadas en el funcionamiento de la radio (LOWIS y BOOTH, 1992: 34-35).

**Radio educativa.-** Emisora radiofónica que transmite programas y mensajes educativos relacionados con la demanda de los estudiantes-oyentes y comprende procesos de comunicación participativa enfatizando en los siguientes aspectos: 1) plantea problemas y soluciones adaptados a su realidad, 2) facilita el diálogo, la participación y la cooperación, 3) estimula la racionalidad y la toma de decisiones autónomas, 4) facilita el acceso a la recepción y expresión de la comunidad, y 5) promueve una visión integral, global y crítica de la realidad (KAPLÚN, 1978: 35-36).

**Radio interactiva.-** Es un método educativo cuyo programa combina el uso convencional de la radio como medio de difusión con la aplicación de los principios pedagógicos basados en la participación de la audiencia. El contenido de los programas es planeado de tal forma que regularmente atrae la atención y estimula el pensamiento de los alumnos, quienes responden a las instrucciones dadas por la radio: *cantan, leen, saltan, escriben ...* (UNESCO-CII, 1994a: 1).

**Retroalimentación.-** Es la transmisión de la reacción del receptor hacia el emisor. Su función principal es ayudar al comunicador a ajustar su mensaje a las necesidades y respuestas del receptor; y su función subsidiaria es la de ayudar al receptor a sentirse involucrado en la comunicación.

**Técnica de comunicación interactiva.-** Conjunto de procedimientos para ejecutar o conseguir la transmisión de señales, mediante un código común entre el emisor y el receptor, a fin de ejercer una acción recíproca (*interacción*) que permita entenderse bien a dos individuos o grupos: el profesor locutor y el estudiante, la radio y los oyentes.

## **ABREVIATURAS**

## **ABREVIATURAS**

ACPO:	Acción Cultural Popular (Colombia)
ACLO:	Acción Cultural Loyola (Bolivia)
AER:	Asociación Ecuatoriana de Radiodifusión
ALER:	Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica
AMARC:	Asociación Mundial de las Radios Comunitarias
ARCE:	Asociación de Radios Católicas del Ecuador.
ARCO:	Asociación de Radios Comunitarias
CBC:	Canadian Broadcasting Corporation
CBS:	Columbia Broadcasting Sistem
CEAAL:	Consejo de Educación de Adultos de América Latina
CIESPAL:	Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina
CNR:	Coordinadora Nacional de Radio (Perú)
CONARTEL:	Consejo Nacional de Radio y Televisión (Ecuador)
CORAPE:	Coordinadora de Radio Popular Educativa del Ecuador
CORAPEV:	Coordinadora de Radio Educativa Popular de Venezuela
ECCA:	Emisora Cultural Canarias de Las Palmas de Gran Canaria (España)
CRECERA:	Centro Regional de Comunicación Educativa para la Región Amazónica
ERBOL:	Escuelas Radiofónicas de Bolivia
ERN:	Escuelas Radiofónicas de Nicaragua
ERPE:	Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador
FARCO:	Federación Argentina de Radios Comunitarias
FEPLAM:	Fundación Educativa Padre Landell de Moura (Brasil)
FGER:	Federación Guatimalteca de Escuelas Radiofónicas
FREDER:	Fundación de Radio Educativa para el Desarrollo Rural (Chile)
ICER:	Instituto Costarricense de Educación Radiofónica
IER:	Instituciones de Educación Radiofónica
IPAL:	Instituto para América Latina
IRFEYAL:	Instituto Radiofónico Fe y Alegría
NOEI:	Nuevo Orden Económico Internacional

NOII:	Movimiento por un Nuevo Orden de la Información Internacional
NOMIC:	Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación
RCA:	Radio Corporation of America
RNTC:	Radio Nederland Training Centre
S.W.:	Short Wave (Onda Corta)
SERBISH:	Sistema de Educación Radiofónica Bicultural Shuar
SPR:	Servicio Público de Radiodifusión
UDECA:	Unión Dominicana de Emisoras Católicas de la República Dominicana
UIT:	Unión Internacional de Telecomunicaciones
ULCRA:	Unión Latinoamericana y el Caribe de Radiodifusión
UNORCAC:	Unión de Organizaciones Campesinas de Cotacachi (Ecuador)

## **A N E X O S**

## **Anexo I.**

### **DECLARACIÓN DEL ENCUENTRO REGIONAL DE COMUNICACIÓN DE GÉNERO**

Quito, 9-10 de abril 1994

Las comunicadoras de América Latina y el Caribe, representantes de redes de comunicación internacionales, regionales y nacionales, reunidas en Quito (Ecuador) el 9 y 10 de abril de 1994, atendiendo a la convocatoria de La Agencia Latinoamericana de Información y la Asociación Mundial de Radios Comunitarias, con el fin de profundizar la reflexión sobre el papel de la comunicación de género en la sociedad y consolidar procesos convergentes para llevar a cabo acciones comunes y elaborar estrategias de participación en la IV Conferencia Mundial de Mujeres (Beijing 95), manifestamos que:

En el mundo actual, la comunicación y la información ejercen una influencia cada vez más decisiva en la orientación social, política y cultural de nuestras sociedades.

La creciente concentración monopólica de los medios de comunicación limita el ejercicio del derecho de la ciudadanía a la libre expresión y el acceso a la información, particularmente de los sectores socialmente marginados. Es más, sin información, no puede haber participación ciudadana en la toma de decisiones de interés común.

En particular hay una sistemática discriminación contra las mujeres, cuyas acciones, intereses y movimientos no son tomados en cuenta.

En este contexto, es esencial propiciar la democratización de las comunicaciones y afirmar el papel de la comunicación de género como un elemento indispensable para consolidar las prácticas democráticas.

Reafirmamos que la comunicación de género, como tema y práctica, es un elemento estratégico para el avance de las mujeres y de su movimiento.

*Por lo tanto, planteamos la necesidad de:*

\* Fundamentar prácticas comunicativas basadas en la igualdad social entre los géneros, que aseguren la libertad de información y expresión sobre diversos estilos de vida, orientaciones sexuales, derechos reproductivos.

- \* Reforzar la criticidad sobre los mensajes y las imágenes negativas y estereotipadas que transmiten los medios de comunicación y que alimentan la desigualdad entre los géneros y la violencia. Influir, a través de las comunicadoras de los medios de comunicación, para propiciar el cambio en las imágenes sobre mujeres.
  - \* Propiciar, a través de las comunicaciones, el mejoramiento de la situación económica, social, política y cultural de las mujeres afro latinoamericanas y caribeñas y las mujeres indígenas, en reconocimiento a la diversidad étnica y racial de nuestra región.
  - \* Maximizar el potencial de las redes de comunicación de género para buscar una mayor trascendencia de las propuestas que emanan de las mujeres y su movimiento.
  - \* Reforzar las redes de comunicadoras de Sur y sus vínculos con otros sectores organizados. Propiciar el diálogo Norte/Sur entre comunicadoras para desarrollar una acción conjunta frente a los monopolios de la comunicación.
  - \* Reivindicar el derecho de acceder a las nuevas tecnologías de comunicación, como herramientas que favorecen una comunicación más horizontal y democrática.
- Para desarrollar estos planteamientos, llegamos a los siguientes acuerdos de acción y coordinación:

**1)** Crear un FORO PERMANENTE DE COMUNICACIÓN DE GÉNERO, de carácter abierto y plural, con la finalidad de coordinar actividades, intercambiar información y abrir un espacio de reflexión y debate sobre la comunicación de género.

Esta propuesta parte del respeto a la autonomía de cada instancia participante y de la firme convicción sobre la necesidad de promover acciones complementarias que permitan la visibilidad de la comunicación de género en todas los ámbitos.

**2)** Frente a la IV Conferencia Mundial de Mujeres acordamos:

- \* Formular propuestas de las comunicadoras de género en las instancias internacionales, particularmente en la Reunión Regional en Argentina y en la Conferencia Mundial de Mujeres, con el fin de priorizar la problemática de la comunicación de género como parte integral de la Agenda de estas reuniones.
- \* Realizar un Foro sobre Comunicación de Género en la Reunión Regional de Argentina y en Beijin para promover las propuestas formuladas por las comunicadoras en diversos espacios previos: Encuentro Latinoamericano de Medios de Comunicación Alternativa y Popular (Quito 93), La Comunicación como fuente de poder para las Mujeres (Bangkok 94), Encuentro Regional de Comunicación de Género (Quito, 94) y otros.

- \* Visibilizar las reivindicaciones de los movimientos de mujeres del Sur.
  - \* Reivindicar el año de la comunicación de género, para multiplicar los espacios comunicacionales para las mujeres.
- 3)** Acogiendo la iniciativa de la Red de mujeres Afro latinoamericanas y caribeñas, que ha declarado el 25 de julio de cada año como día internacional de las mujeres Afro latinoamericanas y caribeñas, proponemos el mes de julio como mes de divulgación especializada en los temas étnicos raciales.

*Quito, 10 de abril de 1994.*

Organismos participantes:

ALAI-Área Mujeres, ALER, AMARC-Red de Mujeres, APC-Programa Mujeres, CDE-Mujer / Paraguay, CEPAM/Ecuador, Conducta Impropia, Enfo Fanm/Haití, FEMPRESS, Flora Tristán/Perú, ISIS, Nodo Nicaraao, RAIF/FIRE, Red de Mujeres Afro-latinoamericanas y Afro-caribeñas, Red de Mujeres en Comunicación / Ecuador, Red Juvenil Latinoamericana para el Desarrollo Sustentable, SEM/WFS, WACC/AMCC.

## **Anexo II.**

### **DECLARACIÓN DE RADIOAPASIONADOS Y TELEVISIONARIOS**

***Festival de la Radio y la Televisión Comunitaria y  
Popular de América Latina y el Caribe***

Quito, noviembre 20 al 24 de 1995

*Nosotros, los participantes en el Gran Festival de la Radio y la Televisión Comunitaria y Popular de América Latina y el Caribe, organizado por el Grupo de los Ocho (Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica - ALER; Asociación Mundial de Radios Comunitarias - AMARC; Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina - CIESPAL; Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social - FELAFACS; Federación Internacional de Periodistas - FIP; Asociación Latinoamericana de Comunicación Grupal - PROA; Radio Nederland Training Center - RNTC; y Asociación Católica Latinoamericana de Radio, Televisión y Medios Afines - UNDA/AL), apoyado por el Centro Canadiense de Estudio y Cooperación Internacional - CECI y el Consejo Mundial para la Radio y la Televisión - CMRTV, celebrado en Quito, Ecuador, del 20 al 24 de noviembre de 1995,*

#### **DECLARAMOS QUE:**

**1**-La libertad de expresión, derecho fundamental e inalienable de la persona y de los pueblos, se afirma sobre la justicia social y constituye la mejor garantía de la democracia y la paz.

**2**-La sociedad civil puede y debe ejercer la libertad de expresión a través de medios de comunicación propios que le den voz e imagen públicas y le permitan ser sujeto de su propio desarrollo.

**3**-Centenares de experiencias exitosas de radio y televisión comunitaria y popular desarrolladas desde hace 50 años en los países de América Latina y el Caribe, nos han

legitimado ante nuestros públicos, conquistando así el derecho al reconocimiento legal. Ellas han sido y siguen siendo expresión de las mayorías marginadas y empobrecidas de la región.

**4-**En estos tiempos de globalización y homogenización crecientes, las radios y televisoras comunitarias y populares se convierten en espacios de participación ciudadana donde se expresan todas las voces y se defiende la diversidad de idiomas y culturas. El derecho a ser y pensar diferente, a tener gustos y aspiraciones distintas, se vuelve hoy un imperativo de la democracia.

**5-** La defensa de los Derechos Humanos, el respeto a la identidad étnica, la preservación del medio ambiente, el protagonismo de los jóvenes, la protección de la niñez y la tercera edad, la educación y la salud, la denuncia de la corrupción, así como la integración regional, constituyen prioridades de nuestro quehacer comunicacional.

**6-**La participación democrática de las mujeres en los medios de comunicación debe estar garantizada en todos sus niveles. Ello supone, especialmente, presentar una imagen real y valorada de la mujer en la radio y la televisión, incrementar la producción de programas desde una perspectiva de género y promover medios de comunicación propios.

**7-**Repudiamos las acciones de algunos gobiernos y propietarios de medios destinadas a entorpecer la labor de los medios comunitarios y populares. El cierre arbitrario de emisoras, la confiscación de equipos, la detención de periodistas y comunicadores, la negativa o demora injustificada en la asignación de frecuencias, atentan contra la libertad de expresión y deben ser condenadas.

**8-**Los gobiernos no solamente deben autorizar, sino garantizar la existencia de los medios de comunicación comunitarios y populares como una tercera forma de propiedad, la social, con igual categoría que la privada comercial y la estatal. De este modo, se asegura la independencia del ejercicio comunicacional respecto a finalidades lucrativas o políticas.

**9-**El espectro radioeléctrico debe compartirse equitativamente entre todos los sectores de la sociedad civil. Una cuota de frecuencias deberá reservarse para las empresas sociales sin fines de lucro en las bandas de AM y FM, en los canales de televisión, así como en las actuales negociaciones sobre difusión numérica.

**10-**En las concesiones de frecuencias a las radios y televisoras comunitarias y populares, no deben existir restricciones arbitrarias ni discriminaciones en cuanto a la cantidad de

emisoras por localidad, a la potencia de la señal, a la venta de espacios publicitarios, a la formación de redes ni al empleo de las nuevas tecnologías, como ocurre en algunos países.

**11**-Se hace cada vez más urgente la revisión y modernización de las legislaciones vigentes en los países de América Latina y el Caribe respecto a las telecomunicaciones. En muy pocas se contempla, en efecto, la creación de nuevos medios de comunicación comunitarios y el fortalecimiento de los ya existentes, tal como se reconoció en el Plan de Acción aprobado en el Seminario sobre el Desarrollo de los Medios de Comunicación y la Democracia en América Latina y el Caribe celebrado bajo los auspicios de la UNESCO, las Naciones Unidas y el PNUD (Santiago de Chile, Mayo 1994).

**12**-Los medios de comunicación estatales, comerciales o sociales, deben cumplir con el espíritu del servicio público y la responsabilidad social del periodismo, respetando los derechos laborales de los periodistas y demás trabajadores de la comunicación, rigiéndose en sus programaciones a un mismo código de ética y promoviendo valores nacionales y humanistas entre la población.

Saludamos con entusiasmo la unidad lograda en el Grupo de los Ocho. Esta alianza se consolidará y ampliará convocando, particularmente, a todas las redes regionales de comunicación comunitarias y populares, y promoviendo la cooperación sur-sur. Invitamos a los gobiernos, a las agencias de cooperación internacional, a las organizaciones no gubernamentales, a los gremios periodísticos, a los medios de comunicación comerciales y estatales, a todos los radioapasionados y televisionarios a sumarse a este movimiento internacional que busca democratizar las comunicaciones para así contribuir a la democratización de nuestras sociedades.

*Quito, 24 noviembre 1995*

### **Anexo III.**

## **Seminario Democratización del Espectro Radioeléctrico**

*Pozo de Rosas, Venezuela, 11 al 15 de noviembre de 1996*

### **Declaración de Caracas**

El Seminario Democratizar el Espectro Radioeléctrico reunió en Pozo de Rosas, Venezuela, del 11 al 15 de noviembre de 1996, a coordinadoras nacionales y representantes de medios comunitarios de Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, El Salvador, Guatemala, México, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela, a abogados provenientes de varios países de la región, y a directivos de las diez redes que integran el G-8: ALER, AMARC, CIESPAL, FELAFACS, FIP, PROA, RNTC, SCC, VIDEAZIMUT y WACC, con el auspicio de la Fundación Friedrich Ebert de Alemania y el CECI de Canadá.

Los participantes ratificaron su plena adhesión a las conclusiones del Seminario sobre El Desarrollo de los Medios de Comunicación y la Democracia en América y el Caribe convocado por la UNESCO y el PNUD en Santiago de Chile (mayo 1994) y a la Declaración del Festival de los Radioapasionados y Televisionarios realizado en Quito (noviembre, 1995).

En el Seminario se discutió un informe sobre la legislación de telecomunicaciones en la región e informes nacionales de los países representados. Se revisó el estado de los recursos de inconstitucionalidad, amparos y medidas análogas iniciados por radios comunitarias en Argentina, Ecuador, El Salvador, Brasil y Paraguay.

Se analizó la legislación de los Estados Unidos de América, y las normas internacionales del Sistema Interamericano de Derechos Humanos y de la Comisión de Derechos Humanos de las Naciones Unidas, así como el Plan de Comunicación de la UNESCO y la iniciativa de cooperación con las ONGs recibida de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT).

Entendemos la radiodifusión como el ejercicio del derecho humano básico de expresión e información a través de un soporte tecnológico. El espectro radioeléctrico es un recurso natural limitado y patrimonio común de la humanidad. Los medios que

representamos, de cuyas finalidades están excluidos el lucro y el proselitismo, se definen por un compromiso profundo con la legalidad democrática, el pluralismo, la diversidad de identidades culturales, el desarrollo sustentable y la paz. En este sentido, realizan una comunicación para la democracia y la paz, complementaria a la educación para la paz y a la cultura de paz.

Entendemos la libertad de expresión e información y su ejercicio como fundamento esencial de la democracia. Esto implica promover acciones jurídicas y marcos regulatorios que reconozcan y aseguren la democratización del espectro radioeléctrico, el acceso y participación sin discriminaciones para todos los sectores (estatal, comercial y no comercial), la transparencia en la información sobre la gestión y administración del espectro y condiciones técnicas razonables para el otorgamiento y operación de los servicios de radio y televisión.

Frente al surgimiento de emisoras de radio y televisión en manos de nuevos actores sociales (barriales, campesinas, sindicales, de mujeres, de indígenas, de jóvenes, universitarias, de diferentes denominaciones religiosas, etc.) detectamos con preocupación la existencia de una campaña que busca eliminar del espectro radioeléctrico no sólo a estos medios, sino también a los medianos y pequeños en un afán de monopolizar u oligopolizar la radiodifusión.

Los participantes reafirman su decisión de seguir contribuyendo a la democratización del espectro radioeléctrico sin excluir a nadie ni permitir medidas discriminatorias como el establecimiento de máximos de potencia o prohibiciones de publicidad que condenan a la asfixia financiera a los medios no comerciales.

En solidaridad con los medios comunitarios de otras regiones del mundo, someteremos estas situaciones irregulares a los organismos regionales e internacionales competentes, entre ellos el Parlamento Latinoamericano; la Red IFEX, auspiciada por la UNESCO, y la recién constituida Plataforma Mundial sobre Comunicación y Democratización.

En este espíritu, las redes integrantes del G-8 y los participantes en el Seminario declaran su disposición de utilizar todos los canales jurídicos, políticos e institucionales posibles para asegurar la legalidad democrática en el campo de las comunicaciones, y exhortan a las organizaciones nacionales e internacionales a propiciar foros de encuentro entre los poderes legislativos, las autoridades ejecutivas, los medios comerciales y

comunitarios, así como todos los sectores involucrados en la comunicación, a fin de que, con ánimo constructivo y de concertación plural, podamos asegurar la democratización de las comunicaciones en América Latina y el Caribe.

*Caracas, Venezuela, 15 noviembre 1996*

## **Anexo IV.**

### ***DECLARACIÓN DE MILÁN SOBRE LA COMUNICACIÓN Y LOS DERECHOS HUMANOS***

Agosto 29 de 1998

#### ***PRÁMBULO***

Nosotros, participantes en el 7º Congreso Mundial de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias celebrado en Milán, Italia, del 23 al 29 de agosto de 1998, y con la contribución del Foro Virtual de participantes de AMARC 7, realizado entre el 20 de julio y el 20 de agosto de 1998,

Recordando el artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, en su 50º Aniversario, que estipula que "cada uno tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el derecho a tener opiniones sin sufrir interposición y cada uno tiene derecho a buscar, recibir, difundir datos e ideas mediante cualquier medio y sin que ninguna frontera sea obstáculo",

Considerando el artículo 19 del Convenio político y civil de los Derechos Humanos, donde se reafirma que toda persona tiene derecho a expresar libremente sus opiniones sin interferencias, incluyendo el libre derecho de recibir e impartir información a todo el mundo sin importar las fronteras,

Guiados por la Plataforma de Acción de Pekín, la cual establece en su sección sobre Mujeres y Medios que la participación democrática de las mujeres en los medios de comunicación debe ser garantizada en todos los niveles,

Inspirados por el artículo 13 de la Convención Americana de Derechos Humanos, la cual garantiza el derecho a la libertad de opinión y de expresión y estipula que dicho derecho no puede sufrir ninguna restricción a través de medios indirectos o mediante el control abusivo por parte del Gobierno o del sector privado respecto a las frecuencias o a los equipos necesarios para la difusión de la información, o mediante cualquier otro medio destinado a restringir la comunicación y la circulación de ideas y opiniones,

Considerando el artículo 9 de la Carta Africana de los Derechos Humanos y de los Pueblos, que reafirma que todo individuo tiene derecho a recibir información,

Considerando el artículo 10 de la Convención Europea para la protección de los Derechos Humanos y las Libertades Fundamentales, el cual estipula que cada persona tiene derecho a la libertad de expresión y que este derecho comprende la libertad de tener opiniones y de recibir y emitir información e ideas sin la interferencia de la autoridad pública,

Reconociendo las declaraciones de Windhoek, Alma Ata, Santiago de Chile, Sana'a y Sofía, adoptadas con motivo de seminarios realizados con el respaldo de la UNESCO, que consideran que el establecimiento, sostenimiento y refuerzo de una prensa libre, pluralista e independiente es esencial para el desarrollo y mantenimiento de la democracia y el desarrollo económico de las naciones,

Considerando la Carta de Comunicación de los Pueblos, que determina que los servicios de comunicación e información deben guiarse por el respeto de los derechos humanos fundamentales y conforme al espíritu de los intereses públicos y que, de acuerdo con el interés público, define y confirma los derechos y responsabilidades de quienes emiten y de quienes hacen uso de la información,

Teniendo presente la Declaración sobre Comunicaciones y Derechos Humanos, adoptada en el Seminario sobre Democratización del Espectro Electromagnético, celebrado en Venezuela en 1996,

Recordando la Declaración de Principios de AMARC, adoptada en la Conferencia de AMARC en Managua en 1988,

Inspirados por la Carta Europea para las Radios Comunitarias, adoptada en la conferencia constitutiva de AMARC-Europa en Eslovenia en 1994,

Considerando la Declaración del Festival Latinoamericano y del Caribe de Radioapasionados y Televisionarios, en Quito en 1996,

***DECLARAMOS QUE:***

- I.** El derecho a la comunicación es un derecho humano universal que sirve de base a todos los demás derechos humanos y que debe preservarse y extenderse en el contexto de los rápidos cambios en las tecnologías de la información y de la comunicación.

- 2.** Todos los miembros de la sociedad civil deben tener un acceso justo y equitativo a los medios de comunicación.
- 3.** El respeto al pluralismo, la cultura, el lenguaje y la diversidad de género deben reflejarse en todos los medios como un factor fundamental de una sociedad democrática.
- 4.** La participación democrática de la mujer en los medios de comunicación deberá garantizarse en todos los ámbitos.
- 5.** Los derechos de los pueblos indígenas deben respetarse en consideración con sus luchas para lograr el acceso y la participación en los medios de comunicación.
- 6.** Los medios de comunicación tienen la responsabilidad de ayudar a mantener la diversidad cultural y lingüística en el mundo y de apoyarla a través de medidas legislativas, administrativas y financieras.
- 7.** Los medios comunitarios pueden desempeñar un papel importante reforzando los derechos culturales y, en particular, los derechos lingüísticos y culturales de las minorías, los pueblos indígenas, los emigrantes y refugiados, facilitándoles el acceso a los medios de comunicación.
- 8.** El acceso a los medios se debe sostener a través de la educación y la capacitación para permitir una comprensión crítica de los medios y que las personas amplíen sus posibilidades en el dominio de los medios.
- 9.** La economía de mercado no es el único modelo para establecer la infraestructura de comunicaciones. Las personas deben ser consideradas como productores de información y no sólo como "consumidores".
- 10.** La expansión continua de las empresas multinacionales, caracterizada, entre otras cosas, por los conglomerados de medios de comunicación y por la creciente concentración de la propiedad, representa una amenaza cada vez más seria para el pluralismo y la existencia de radios comunitarias independientes.
- 11.** Los nuevos sistemas de emisión radiofónica digital nos llevan a reprogramar la distribución de las frecuencias y a adoptar medidas nuevas en cuanto a reglamentación, corriendo el riesgo de marginar aún más los servicios de comunicación dirigidos a los ciudadanos, las comunidades y las organizaciones sociales.
- 12.** Mientras la convergencia entre las telecomunicaciones, la informática y la radiodifusión incrementa el número de usuarios potenciales, la disparidad en el desarrollo de las telecomunicaciones amplía las diferencias entre quienes tienen acceso a la información electrónica y quienes no lo tienen.

***HACEMOS UN LLAMADO A FAVOR DE:***

1. El reconocimiento internacional del sector de las radios comunitarias como servicio público esencial y base del pluralismo en los medios de comunicación y para la libertad de expresión e información.
2. El apoyo por parte de los Gobiernos, las compañías e instituciones internacionales del desarrollo y del derecho a comunicar, lo cual comprende:

  - Una reglamentación del sector de las telecomunicaciones que favorezca el desarrollo de la infraestructura de comunicaciones en los países del Sur.
  - La asignación de un porcentaje de los fondos públicos al desarrollo de proyectos dirigidos a fortalecer la capacidad local con respecto a las comunicaciones.
  - Medidas para asegurar que los Gobiernos respeten el derecho a una comunicación libre e inalienable.
3. La elaboración de criterios, normas y medidas a escala regional, nacional y mundial para apoyar y desarrollar los servicios de radiodifusión comunitarios e independientes, lo cual comprende los siguientes aspectos:

  - Establecimiento de organismos de reglamentación que actúen independientemente con respecto al Gobierno, con el fin de asegurar la transparencia y un mejor control y reglamentación de las telecomunicaciones.
  - Reglamentaciones dirigidas a prevenir la concentración de la propiedad de los medios y el control de los servicios de radiodifusión comunitarios por parte de compañías comerciales.
  - Medidas que apoyen la adaptación de los radiodifusores comunitarios a la convergencia de los medios y a apropiarse las nuevas tecnologías.
  - Evaluación y seguimiento del impacto de la convergencia tecnológica y los cambios en la reglamentación en el sector de los medios comunitarios.
  - Reserva de una porción de cualquier nuevo espectro digital para las radios comunitarias.
  - Apoyo al desarrollo de sistemas digitales apropiados para las necesidades de los servicios de radiodifusión comunitarios.
  - Preservación de las frecuencias analógicas utilizadas actualmente por los radiodifusores comunitarios hasta que sea posible sustituirlas por un sistema digital.

Atribución de una parte del espectro magnético al uso autorreglamentado de micro-difusores.

4. El apoyo por parte de la UIT para asegurar la planificación de las frecuencias, las normas técnicas sobre telecomunicaciones y radiodifusión, así como el establecimiento de los recursos destinados a desarrollar las telecomunicaciones dando prioridad a las necesidades de la sociedad civil.

5. El establecimiento por parte de la UNESCO, en el marco del Programa Internacional para el Desarrollo de las Comunicaciones, de un fondo de medios comunitarios que patrocine proyectos para la creación de nuevos medios comunitarios, la adaptación de los actuales medios comunitarios a las convergencias tecnológicas, así como proyectos piloto sobre nuevas formas de distribución de los medios comunitarios y de sus contenidos.

6. La reserva por parte de las instituciones financieras internacionales de un porcentaje de sus préstamos y bonos para apoyar las formas de comunicación de base comunitaria.

7. El sector de los medios comunitarios para:

Establecer un organismo que vigile a las empresas multinacionales y desplegar esfuerzos dirigidos a la concienciación y al desarrollo de estrategias que detengan el control que dichas multinacionales pueden ejercer sobre el futuro de nuestras comunicaciones.

Presionar en los ámbitos nacional e internacional para que se adopten medidas para que las nuevas tecnologías de la información sean accesibles a los ciudadanos y a las comunidades, permitiéndoles de esta manera crear nuevos servicios de medios comunitarios.

Desarrollar el intercambio de programas entre los medios comunitarios y construir una red de solidaridad que apoye las luchas por los derechos humanos y la justicia social. Promover y apoyar la capacitación de periodistas, radiodifusores y otros profesionales de los medios, en particular los que trabajan en las regiones rurales y en las zonas urbanas marginadas.

Sensibilizar a las organizaciones de la sociedad civil, gubernamentales y reglamentarias, así como al público en general, con respecto a las políticas de reglamentación, la importancia de la existencia de un medio de la radiodifusión duradero y pluralista y sobre las ventajas de los medios comunitarios y sus producciones.

8. El establecimiento por parte del sector de los medios comunitarios de coaliciones locales, nacionales, regionales y mundiales que trabajen a partir de foros de

comunicación oficiales y de otro tipo con el fin de promover el derecho a la comunicación y lograr los objetivos de esta Declaración.

## **Anexo V.**

### **Guía para la Entrevista Grupal**

- Nombre de cada uno, edad, curso, aspiraciones profesionales.
- ¿Qué significa para ustedes estudiar a distancia?
- ¿Por qué escogieron esta modalidad?
- ¿Qué otras instituciones se dedican a la educación a distancia?
- ¿Por qué escogieron IRFEYAL?
- ¿Cómo funciona esta modalidad?
- ¿Qué opinan ustedes acerca de la metodología y los recursos que emplea este modelo de educación a distancia por radio (manuales, profesores locutores, radio, profesores orientadores, alumnos...)?
- Los manuales:
  - ¿Dinámicos, pesados?
  - ¿La lectura es comprensible, te lleva de la mano o el caminar es forzoso?
  - ¿Qué opinan de su diseño (tamaño, forma, diagramación, dibujos) qué les molesta?
  - ¿Qué les falta a estos manuales?
  - ¿Que les sobran?
  - ¿Cuántas materias reciben?
  - ¿Participan en la construcción de este material?
  - ¿En caso de que no, les gustaría participar?
  - ¿Qué sugerencias darían para mejorarlo?
  - ¿Cómo funciona el sistema de evaluación?
  - ¿Participan ustedes en la evaluación? ¿Cómo?
  - ¿Es el adecuado, están conformes, o les gustaría que el procedimiento se modifique. ¿En qué?
- Los profesores locutores:

- ¿Son lo suficientemente pedagógicos, te enseñan?
  - ¿Qué les falta? ¿Qué deberían hacer y no hacen?
  - ¿Qué no deberían hacer?
  - ¿Las voces de los profesores les cansan?
  - ¿Recuerdan algo de ellos que les haya dejado huella?
  - ¿Cómo les gustaría que sean?
  - ¿Cuál es la relación que ustedes mantienen con ellos?
  - ¿Te dejan tiempo para seguir el manual y realizar las actividades que te proponen o no?
  - ¿En qué momento reflexionas sobre las clases?
  - ¿Conocen ustedes a los profesores locutores?
  - ¿Les gustaría conocerlos? ¿Por qué?
  - ¿Creen que si tuvieran relación o trato con ellos se van a sentir más motivados cuando los escuchen por la radio?
- Los profesores orientadores:
- ¿Cómo es la relación entre orientadores y alumnos?
  - ¿Es suficiente la reunión semanal?
  - ¿Se sienten satisfechos con sus respuestas y aclaración de dudas?
- Los alumnos:
- ¿Cómo es la relación entre compañeros?
  - ¿Han hecho amigos?
  - ¿Qué necesidades sienten como alumnos?
  - Algo que podría ayudarlos ¿Qué podría ser?
- Horarios:
- ¿Qué opinan acerca de los horarios de estudio?
  - ¿El sistema te motiva a investigar o sólo te riges a los manuales que tienes en mano?
- Las clases radiales:
- ¿Cuál es la función de la clase radial IRFEYAL?
  - ¿Satisface las necesidades e intereses de ustedes como estudiantes?

- En cuanto a contenido ¿los mismos son meramente informativos o involucra lo social, lo cotidiano, lo nuestro, la comunidad?
  - ¿Las clases IFEYAL imparten valores? ¿Cuáles?
  - ¿Las clases IRFEYAL te conducen a la reflexión, a la investigación, a ser crítico, o son meramente informativas?
- 
- Los componentes del sistema:
    - ¿Si tuvieras que quedarte con uno solo de los componentes del sistema, con cuál te quedarías?
    - ¿Si tuvieras que eliminar forzosamente a un componente de este sistema., a cuál lo eliminarías?
    - ¿En dónde sienten la mayor necesidad de participación?
    - ¿Cuál sería el aporte como alumnos hacia el modelo educativo?
    - ¿Realmente aprenden con este sistema?
- 
- El programa de educación radiofónica:
    - ¿Con qué expectativas accedieron a IRFEYAL, y ahora que están a punto de acabar, con qué expectativas salen?
    - ¿Cuáles son las ventajas y desventajas de estudiar en IRFEYAL?
    - ¿Qué valor encuentran en el programa que les brinda IRFEYAL?
    - ¿Cómo ven al programa IRFEYAL, de aquí a cinco o diez años? ¿Seguirá con vida, ha decaerá, ha florecerá?

## **Anexo VI.**

### **ENCUESTA INDIVIDUAL PARA SER CONTESTADA DESPUÉS DE ESCUCHAR LA CLASE RADIOFÓNICA**

*DE LA MATERIA:*

*CURSO:*

NIVEL : CICLO DIVERSIFICADO

1. ¿Escucha la Radio “Fe y Alegría” de IRFEYAL?

SI.... NO....

2. ¿Escuchó las clases radiales esta semana?

SI.... NO.... ¿Cuántos días?: .....

3. En dos líneas sintetice la *Idea Principal* de lo que Ud. aprendió escuchando la clase radiofónica.....  
.....

4. ¿La clase radiofónica escuchada es atractiva y ágil?

SI... ¿Por qué?.....

NO... ¿Por qué?.....

5. ¿La clase radiofónica promueve en Ud. respuestas orales, mentales y motoras?

SI... ¿Por qué? .....

NO... ¿Por qué?.....

6. ¿Los locutores le invitan a involucrarse o participar en el desarrollo del tema?

SI... ¿Cómo? .....

NO... ¿Por qué?.....

*EN CUANTO AL LENGUAJE RADIOFÓNICO:*

7. ¿La locución de la clase radial suena oral o escrita? .....

En caso de que SI suene oral, ¿por qué?.....

.....  
En caso de que NO suene oral, ¿por qué?

.....  
8. ¿Utilizan bien la voz los locutores y las locutoras?

SI... ¿Por qué

.....  
NO... ¿Por qué?

.....  
9. ¿Se ha empleado un tipo de música adecuado?

SI... ¿Por qué?

.....  
NO... ¿Por qué?

.....  
10. ¿En la clase radiofónica, ha habido equilibrio entre la música y la palabra?

Bastante... Regular... Poco... Nada...

11. ¿Han estado bien empleados los recursos sonoros?

SI... ¿Por qué?

.....  
NO... ¿Por qué?

.....  
12. ¿Han empleado correctamente los silencios?

SI... ¿Por qué?.....

NO... ¿Por qué?.....

## *OTRAS CUESTIONES*

### 13. ¿El guión estuvo bien elaborado?

SI... ¿Por qué?

NO... ¿Por qué?

14. ¿Cree que han habido fallas técnicas en la emisión del programa?

SI... (señale alguna)

NO...

15. ¿El horario de emisión de la clase es adecuado?

SI... ¿Por qué?

NO... ¿Por qué?

16. ¿Considera que es adecuada la duración de la clase radial?

SI... ¿Por qué?

NO... ¿Por qué?

17. ¿Qué cree que ha faltado en la clase radiofónica?

18. Proponga otro tipo de programas, clases o ideas que se pudiera desarrollar en la radio:

## **Anexo VII.**

### ***CUESTIONARIO SOBRE EL SISTEMA IRFEYAL***

*OBJETIVO.-* Recabar información sobre la programación educativa y radiofónica del Instituto Radiofónico Fe y Alegría.

*INSTRUCCIÓN.-* La encuesta es anónima pero debe ser contestada por la dirección de la institución. Si requiere, puede utilizar hojas para anexar datos. La información proporcionada será utilizada con fines académicos y se guardará total reserva.

1. ¿Cuál es la cobertura geográfica de los programas educativos del Sistema IRFEYAL en el país?

.....  
.....

2. ¿Qué papel juega IRFEYAL en el contexto de las políticas educativas del Ecuador?

.....  
.....

3. ¿Cuál es el número de estudiantes del Sistema IRFEYAL?

Total estudiantes de primaria.....

Total estudiantes de ciclo básico.....

Total estudiantes de diversificados a distancia.....

Total estudiantes del diversificado en promoción social.....

4. ¿Cuál es la programación general de la emisora Fe y Alegría?

De lunes a viernes y de fin de semana: sábado y domingo  
(puede anexar hojas adicionales)

.....  
.....

5. ¿Cuál es el proceso de producción de la clase radiofónica?

.....  
.....

6. ¿Cuál es el objetivo, los temas y formatos de la programación informativa de la radio?

.....  
.....

7. ¿Cuál es el objetivo, los temas y formatos de la programación musical de la emisora?

.....  
.....

8. ¿Cuántos oyentes en audiencia abierta tiene la emisora Fe y Alegría?

.....  
.....

9. ¿Cómo participan los oyentes en la emisora de Fe y Alegría?

.....  
.....

10. ¿Cuáles son las necesidades y aspiraciones de los oyentes y estudiantes de la radio Fe y Alegría?

.....  
.....

11. ¿Cuáles son los equipos importantes que posee el sistema IRFEYAL: emisora y servicios?

.....  
.....

12. ¿Cuáles son los logros del sistema IRFEYAL en el país?

.....  
.....  
.....

13. ¿Cuáles son las dificultades del sistema IRFEYAL?

.....  
.....

14. ¿Cuál es el monto anual de inversión del sistema educativo de IRFEYAL y cómo se lo financia? (en dólares US\$)

.....  
.....

15. ¿Cuál es el monto anual de inversión de la emisora Fe y Alegría y cómo se lo financia? (en dólares US\$).

.....  
.....

*OBSERVACIÓN:*

Agradecemos anexar documentos ampliatorios de esta información, como plegables de la programación, trípticos de la institución, folletos, u otro material informativo de IRFEYAL.

## **Anexo VIII.**

CD de la Clase Radiofónica correspondiente a la Lección # 81 de Matemáticas para Cuarto Curso de Bachillerato a Distancia, en la especialidad de Promoción Social del sistema IRFEYAL, Ecuador.

Datos informativos:

- ◆ Propiedad: Instituto Radiofónico Fe y Alegría, Ecuador.
- ◆ “Ecuaciones de primer grado con dos incógnitas”.
- ◆ Duración: 15 minutos.
- ◆ Observaciones: no contiene publicidad comercial.

NOTA: El CD está adherido a la contraportada.

## **Anexo IX.**

**Hoja del Esquema de la Lección No. 81**, "Ecuaciones de primer grado con dos incógnitas" (material del alumno).

Nota: este material está adjunto al final.

## **Anexo X.**

### **GUIÓN DE LA CLASE RADIFÓNICA**

(Transcripción)

#### **"Ecuaciones de primer grado con dos incógnitas"**

Lección No. 81 de Matemáticas

CARETA DE PRESENTACIÓN:

CORTINA DE MÚSICA INSTRUMENTAL: 15”

LOCUTOR: 16”

IRFEYAL, Movimiento de Educación Popular

Presenta: El Maestro en Casa, Educación a Distancia para Adultos

CORTINA MUSICAL (CANTADA): 23”

"Me gustan los estudiantes por que son la levadura, el pan que saldrá del horno con toda su sabrosura, para la boca del pobre que come con amargura, caramba zamba hay cosa, viva la literatura, caramba hay zamba la cosa viva la literatura..."

LOCUTOR: 17”

Como siempre al pie del cañón y superando las dificultades que día a día la vida nos presenta, así es para todos es la misma situación.

Los problemas económicos hay que saberlos superar. Bienvenido a una nueva jornada amigo, amiga oyente.

LOCUTORA: 14”

Hola Juan Carlos, cómo están amigos, estamos en la hoja número 81, de una nueva semana, la semana número 21.

Ahora vamos a ver el cuarto método, que es el gráfico para resolver unas ecuaciones de primer grado, con dos incógnitas.

LOCUTOR: 28”

¿Está preparado usted para trabajar con nosotros en cálculo mental?

No vamos a usar una calculadora y vamos a tratar al máximo de identificarnos, con la suma, con la resta, la multiplicación y la división, entendemos que a estas alturas en el módulo de matemáticas estamos diestros, dominamos perfectamente bien.

Bienvenido una vez más a un nuevo método en la resolución de ecuaciones de primer grado con dos incógnitas.

CORTINA DE MÚSICA INSTRUMENTAL: 34"

LOCUTOR: 19"

Allí estamos nosotros en este gráfico mire no más usted, a través de ese pequeño transistor o radio receptor, don Pancho está atento a sus clases educativas, es el módulo de matemáticas precisamente, mira ahí está tu voz Silvia, por el pequeño radio receptor;

LOCUTORA: 10"

Pues, justamente estoy diciendo que se trata de representar en el sistema de ejes coordenados los valores de las incógnitas X y Y.

LOCUTOR: 18"

¿Sistema de ejes coordenados?, ¿incógnitas o valores de X y Y? ¡chúaticas! Que será, pues este método gráfico, dice don Pancho, preocupado y angustiado. Pero él está dispuesto, y con los ánimos arriba a dominar este método.

LOCUTORA: 37"

Este método gráfico consiste, en que nosotros en el sistema de ejes coordinados. Usted, seguramente recordará cual era el sistema de ejes coordinados, y sino puede dar brevemente vuelta esta lección 81. Aquí tenemos un pequeño gráfico, ese es el sistema de ejes coordinados, aquí vamos a dibujar unos valores, que vamos a encontrar en el sistema original que nos dan a resolver, vamos a tirar unas líneas, es decir, con los puntos que nosotros hallemos y el punto en el que se crucen estas líneas, será la respuesta que buscamos.

LOCUTOR: 50"

Muy bien vamos a tratar de poner en actividad todas nuestras actividades manuales. ¿Se acuerda también del plano cartesiano? Claro que si, en segundo y en tercer curso se lo revisa dentro de esta misma institución y dentro de los planes educativos y programas para el ciclo básico; pues muy bien, teníamos allí un eje de las X horizontal llamado también eje de las abcisas, otra raya vertical conocida como eje de las Y, sí vertical era aquella o eje de las ordenadas, pues se formaban cuatro cuadrantes, nosotros vamos a trabajar en el primero nada más, entendemos que en el primero ojalá que sí. A ver cómo están estas ecuaciones que nos trae la hoja número 81.

LOCUTORA: 11"

Nuestro sistema de ecuaciones es el siguiente, X más 2Y igual a 8 y X menos Y igual a menos 1.

LOCUTOR: 30"

Está queriendo caer en la tentación de resolver por el método de reducción o por el método de sustitución y quizás también le bulle en la cabeza el de igualación. Pero no, no; no y no. No vamos a ceder ¿sabe por qué? porque este es el método gráfico, un método distinto, cuatro caminos para resolver una misma cosa. Y así sucede en la vida, para resolver un mismo problema, hay cuatro amistades que le pueden ayudar o hay cuatro personas que le pueden socorrer.

LOCUTORA: 26"

Para obtener los valores, se supone que cada incógnita vale cero en cada ecuación. Eso es lo que nosotros vamos a suponer. En el primer paso vamos a tomar la primera ecuación, y vamos a buscar el valor de Y cuando X es igual a cero. Es decir, nosotros vamos a suponer que X es igual a cero y vamos a ver cuánto valdría Y.

LOCUTOR: 7"

Hagamos cuenta, a ver, vamos a copiar la primera ecuación. Por favor, junto al numeral uno escribamos aquella ecuación.

LOCUTORA: 9"

En esa primera línea en blanco escribimos X más 2 Y es igual a 8.

LOCUTOR: 43"

Muy bien, doña Martita, don Juanito que nos están sintonizando por allá, muy bien una pareja estupenda. A ver amiga, amigo oyente, tape con su dedo con cualquiera de ellos la letra X, en esta primera ecuación que acabamos de escribir. Al tapar notará que le queda 2 Y es igual a 8; y ¿por qué hemos tapado? Porque el hacer una de las incógnitas, en este caso la X es igual a 0 significa anularla, no contar con ella, de momento desaparecerla por eso es que le hemos pedido que tape con un dedo a fin de que se nos anule y nos quede una ecuación mucho más sencilla en donde lo que debemos tomar en cuenta es que Y es igual a qué.

LOCUTORA: 20"

Tendríamos entonces en la línea de abajo

2 Y igual a 8 es decir X es igual a cero, entonces 2 Y es igual a 8.

Más abajo completaremos donde dice Y igual 8 sobre 2. Entonces Y igual a 4.

LOCUTOR: 20"

No pensó toparse con este método en donde tapábamos una de las incógnitas y ya se podía resolver, pero recuerde que este es el método gráfico. Es un método que de vez en cuando nos trae problemas y requiere de una gran orientación, no perderse en este

laberinto o no perderse en esta pequeña ciudad que se llama el plano cartesiano o los ejes coordenados.

LOCUTORA: 8"

Para el segundo paso seguimos en la primera ecuación. Ahora buscamos el valor de X cuando Y es igual a cero.

LOCUTOR: 7"

A ver amigo, vamos una vez más a escribir la primera ecuación junto al numeral 1.

X ...

LOCUTORA: 4"

Más 2 Y es igual a 8

LOCUTOR: 14"

¿Qué significa hacer Y = 0?

Una vez más colocar uno de sus dedos sobre 2 Y y taparlo. Si puede tápele también el signo del segundo término de 2 Y positivo ¿Qué le queda?

LOCUTORA: 7"

X es igual a 8

Fíjese usted, si Y es igual a 0, entonces X igual a 8.

LOCUTOR: 16"

Así de sencillo, no demos vueltas, esperemos que no se confunda.

El decir que la X o que la Y valen 0 significa anularlas, taparlas no contar con aquella incógnita, cualquiera que sea el número que lo acompañe, por cierto.

LOCUTORA: 7"

En los dos últimos espacios completemos:

X es igual a 8, y también X igual a 8

LOCUTOR: 15"

Nos sobraron espacios, la verdad es que nos dieron demasiado.

Vamos a volver a repetir este, el primer paso y el segundo paso.

Se acuerda, pero mentalmente nada más.

Se acuerda cuánto valía la X en el primer paso para que la Y nos haya salido cuatro.

¿Tú recuerdas Silvia?

LOCUTORA: 6"

Si, primero tenía que ser X es igual a 0.

Y buscábamos Y, nos salió que Y era igual a 4

LOCUTOR: 7"

No se vaya a olvidar de esto. Cuando X era 0, o tapábamos X,  
Y nos dio cuatro.

Segundo paso, Silvia...

LOCUTORA: 5"

Cuando Y era igual a 0 buscábamos X.

X nos salió 8.

LOCUTOR: 13"

No se olvide por favor de estos cuatro resultados. Los dos pertenecientes al primer paso  
y los dos pertenecientes al segundo paso.

Matizamos esta programación educativa con una cortina musical.

MÚSICA INSTRUMENTAL: 26"

LOCUTOR: 17"

Estamos de vuelta con usted, trabajando, el Instituto Radiofónico Fe y Alegría y su  
Programa educativo El Maestro en Casa, en el sitio donde usted se encuentra, en el  
momento en el que prende su receptor y coloca en este punto fijo del dial allí estamos  
sus compañeros y amigos llegando a usted.

LOCUTORA: 18"

Estamos en el reverso de la lección 81, en el tercer paso y ahora vamos a trabajar con la  
segunda ecuación, buscamos el valor de Y, cuando X es = 0 . Es decir vamos a hacer lo  
mismo que hicimos en el primer paso, pero ahora para la segunda ecuación.

LOCUTOR: 6"

Junto al numeral 2 escribamos la ecuación número 2 original. X ...

LOCUTORA: 3"

menos Y es igual a menos 1

LOCUTOR: 23"

Anótela por favor  $X - Y = - 1$

Una línea antes, es decir la línea superior nos decía que a la X la convirtamos en cero,  
que significa X igual a cero, cubrirle la X; por favor ¿qué es lo que le va quedando?

LOCUTORA: 5"

Nos queda entonces menos Y igual a menos 1

LOCUTOR: 20"

Y ahora como hacer esto, pues note que en el primer miembro la letra Y, la incógnita tiene signo negativo.

En el segundo miembro, el número uno también tiene signo negativo. Cuando esto sucede el signo se convierte en positivo, recordando pues que en el uno y en el otro miembro hay la presencia de un mismo signo.

LOCUTORA: 4"

Entonces en la línea de abajo completamos

$Y = 1$

LOCUTOR: 12"

Una vez más nos sobró una sola línea. Nos dirigimos al cuarto paso. Ha un ratito, espérese un ratito. Aquí, la Y tomó el valor de 1 cuando a la X le hicimos cero.

LOCUTORA: 12"

Vamos a ir al cuarto paso y buscamos el valor de X cuando Y es igual a cero, seguimos en la segunda ecuación entonces en esa línea en blanco copiemos la segunda ecuación.

LOCUTOR: 20"

A ver amiga, otra vez usted doña María que le siento cansada, un poco preocupada.

$X - Y = - 1$

Si tapamos la Y o damos el valor de cero a aquella, Y que nos queda

$X = - 1$

Pues muy bien mire que ya hemos encontrado el valor de la X.

LOCUTORA: 4"

En la línea de abajo completamos

$X = a \text{ menos } 1$

LOCUTOR: 5"

tiene usted

Nos dirigimos al quinto paso y nos encontramos con algo nuevo

LOCUTORA: 8"

Tabla de valores

La tabla de valores no son sino esos cuadritos que están abajo de donde dice primera ecuación y segunda ecuación.

LOCUTOR: 10"

Es algo así como una especie de cruz en donde hacia el lado izquierdo estarán los valores que tomó la X y hacia el lado derecho los valores que encontramos en la Y, cuando X tomó aquellos.

LOCUTORA: 17"

Recordemos lo que teníamos en el primer paso. Teníamos que X vale 0, Y vale 4. Eso es lo que vamos a escribir en esta tabla de valores.

Bajo la X está cero y bajo la Y está el número 4 que es el que nosotros encontramos en el primer paso.

LOCUTOR: 11"

No se olvide que el 0 en la X y el 4 en la Y tienen mucho que ver para la segunda línea cuando la Y valía 0, X valió 8. Allí la pareja de números.

LOCUTORA: 25"

X 8

Y 0

Vamos ahora para la segunda ecuación en la tabla de valores

Bajo X tenemos 0

Bajo Y vamos a colocar 1

Que es el resultado del tercer paso.

En la línea de abajo completaremos

X = - 1

Que era el valor que tenía X cuando Y valía 0 para la segunda ecuación.

LOCUTOR: 24"

En el sexto paso hemos graficado los valores en el sistema de ejes coordenados es decir hemos encontrado el punto 0 4, el punto 8 0, para una recta una de aquellas tiene ese punto o esos puntos de referencia. Y la segunda recta tiene los puntos 0 1 y menos 1 0. El sitio donde se cruzan estas dos rectas es el sitio, o punto respuesta.

LOCUTORA: 22"

Este punto de corte, es el punto respuesta, si usted a este punto de corte le traza una línea vertical va a toparse con el punto 2.

Si traza una línea horizontal llegará al punto marcado con 3; es decir, la respuesta es el par (2, 3) X = 2, Y = 3

LOCUTOR: 21"

Nos queda un sabor agridulce en esta la lección número 81.

Amiga, amigo oyente tendremos futuras lecciones en las que iremos revisando y reafirmando lo aprendido.

Que pase usted muy bien, trate de unirse con compañeros suyos que están en el mismo nivel para explicar un poquitín más lo que hemos dicho en esta lección.

CORTINA MUSICAL (MÚSICA INSTRUMENTAL ANDINA): 12"

CARETA DE DESPEDIDA DEL PROGRAMA: 16"

Escucharon el Maestro en Casa (FONDO MUSICAL)

Un programa de IRFEYAL para la Educación de Adultos

Escúchenos mañana a esta misma hora

Hasta entonces.

CORTINA MUSICAL (CANTADA): 3"

"Me gustan los estudiantes porque son la levadura...".

(Total 900 segundos, igual a 15 minutos).