

Seminario-Taller Internacional

La Comunicación Social en Áreas Rurales de América Latina

Fortaleciendo los Derechos Ciudadanos



IDHU
INSTITUTO DE
DESARROLLO
H U M A N O

Asociación Cristiana de Jóvenes

Montevideo, Uruguay
Junio 2001

Con el apoyo de la Fundación W.K.Kellogg

Asociación Cristiana de Jóvenes
Director General
Miguel Blasco

Instituto de Desarrollo Humano (IDHU)
Director Ejecutivo
Omar Sellanes

Coordinador del proyecto y seminario
Milton Gianoni

Sistematización / publicación
Milton Gianoni y Pablo Lecha

Colaboradores de publicación y seminario
Gabriel Kaplún, Graciela Regueira y Carlos Maggi

Asesor de comunicación
Pablo Lecha

Corrección
Melba Guariglia

Los planteos y conceptos contenidos en esta publicación no son responsabilidad ni comprometen a la Asociación Cristiana de Jóvenes ni a la Fundación W.K.Kellogg.

Instituto de Desarrollo Humano (IDHU)
Soriano 1610, Montevideo
Tel: (5982) 410 10 78
e-mail: idhu@acj-ymca.org
www.acj-ymca.org

Se terminó de imprimir en el mes de marzo de 2002
en los talleres gráficos de CBA
Juan Carlos Gómez 1439 - Tel. 9157231
Montevideo - Uruguay
Depósito Legal N° 324636/2002
ISBN 9974-7682-0-9P

INDICE

Presentación

Prólogo

Acto de apertura

Arq. Mariano Arana, Intendente de Montevideo

Miguel Sánchez, Presidente de la Asociación Cristiana de Jóvenes

Dra. Jacinta Balbela, Presidenta del Instituto de Desarrollo Humano

Dra. Jana Arriagada, Directora de Programas para A. Latina y El Caribe, Fundación

Kellogg

Dr. Antonio Mercader, Ministro de Educación y Cultura de Uruguay

Antonio Boedecker, director de Radio Cumiches, Nicaragua

Elizabet Ramírez, integrante del proyecto *Todas las Voces*, Uruguay

Conferencistas

Daniel Iglesias, Administración Nacional de Telecomunicaciones

Ricardo Viscardi, Ciencias de la Comunicación, Universidad de la República

Domingo Rielli, AM 1430 Radio Durazno, Cooperativa de Radiodifusores del Interior

Carlos Román, diario regional *El Acontecer*, Durazno

Hugo Machín, Asociación de la Prensa Uruguaya

Ernesto Rodríguez, ex director del Instituto Nacional de la Juventud

Elena Fonseca, programa *Cotidiano Mujer*

Iliana Pereira, coordinadora del programa sobre mujer rural, *Rompiendo Barreras*

Jaime Clara, docente, productor de *En vivo y en directo*, Radio Sarandí.

Claudio Paolillo, editor general del semanario *Búsqueda*.

Graciela Balparda, Departamento de Tecnología Educativa de Educación Primaria

Ejes temáticos

Aproximaciones al Diagnóstico Comunitario

Alicia García, Licenciatura Ciencias de la Comunicación, Universidad de la República

Política Comunicacional

Gustavo Gómez, director del programa de legislaciones, Asociación Mundial de Radios Comunitarias

Comunicadores Locales

Galo Muñoz (Nicaragua), Marco Martínez (Ecuador), Belia Concha (Perú), Elfego Riveros (México)

Evaluación de Impactos y Desarrollo Sustentable

Javier Marsiglia, Centro Latinoamericano de Economía Humana

Del trabajo de talleres y plenarias

Coordinación y redacción de síntesis: Gabriel Kaplún, Pablo Lecha, Graciela Regueira. Coordinación sobre *Aproximaciones al Diagnóstico Comunitario*: Alberto Blanco, Analía Da Costa, Horacio Sum.

Conclusiones y clausura

Experiencias participantes

Argentina, Radios del Desierto
Argentina, Fundación Cruzada Patagónica
Argentina, Instituto de Cultura Popular (INCUPO)
Bolivia, Instituto de Capacitación Campesina (INCCA)
Bolivia, Centro de Producción Radiofónica (CEPRA)
Brasil, Oboré, Proyectos Especiales.
Chile, Radio Asunción, Canela
Ecuador, Coordinadora de Radios Populares de Ecuador
Ecuador, ACJ Santo Domingo de los Colorados
Guatemala, Agencia Cerigua
México, Radio Teocelo
México, Radio Universidad de Monterrey
Nicaragua, Sinslani, Las Segovias.
Nicaragua, Radio Cumiches
Paraguay, Radio Inmaculada Santo Domingo Poty
Perú, Radio Cutivalú
Perú, Radio Yaraví
Uruguay, Todas las Voces, Durazno.

Anexos

Organizaciones nacionales e internacionales
Participantes de las experiencias invitadas

Presentación

Esta publicación recoge exposiciones, trabajos de grupos y experiencias, presentadas en el seminario-taller internacional “La Comunicación Social en Areas Rurales de América Latina”, que tuvo lugar en la Intendencia Municipal de Montevideo, entre el 19 y el 23 de junio de 2001, incluyendo una visita y participación en el programa Todas las Voces, en el departamento de Durazno.

El seminario se planteó generar un espacio de encuentro que potenciara las experiencias vinculadas a la comunicación social -como herramientas del desarrollo humano- en áreas rurales, periurbanas y urbanas menores, de escasos recursos, así como la inclusión del tema en las agendas públicas y privadas.

El mismo se realizó en el marco de un proyecto de comunicación social contribuyente al desarrollo local en zonas rurales de la región centro de Uruguay, promovido desde 1998 por la Asociación Cristiana de Jóvenes, a través de su Instituto de Desarrollo Humano (IDHU), con el apoyo de la Fundación W.K.Kellogg.

Participaron 18 experiencias de 11 países de América Latina, con distintas antigüedades y perfiles, desde una joven organización en una pequeña localidad rural a instituciones de carácter regional con más de 30 años en la comunicación educativa, pero con un común denominador referido a la preocupación por el mejoramiento de las condiciones de vida de sus sociedades. Cada experiencia elaboró su propia presentación, las cuales aparecen en el capítulo final.

Agradecemos a las decenas de personas, autoridades nacionales, departamentales y locales, participantes, expositores, docentes, instituciones educativas, representantes de organizaciones nacionales e internacionales, equipos de apoyo, que con su participación directa o indirecta hicieron posible el evento y en particular a la Fundación W.K. Kellogg cuyo aporte fue decisivo.

Prólogo

En América Latina las posibilidades de la comunicación como instrumento contribuyente al desarrollo humano, en particular en comunidades con menores recursos y oportunidades, se encuentran aún muy poco utilizadas. La comunicación local, que permite vincular el enorme trabajo que realizan las organizaciones, grupos e individuos desde la sociedad civil por mejorar sus condiciones de vida, con los medios técnicos actuales, pueden realizar un importante aporte a este largo proceso de desarrollo humano. Este aporte adquiere mayor relevancia en zonas rurales donde muchas veces las distancias son grandes y los accesos dificultosos.

La capacitación y la actividad práctica en ésta área construyen vínculos, disminuyen el aislamiento, crean hábitos y habilidades, posibilidades de crecimiento, profundizan la democracia con el aumento cualitativo de más actores.

En muchos países del continente, sin embargo, esta actividad no es valorada en su real potencial de contribución al progreso por parte de sectores políticos y económicos, los cuales presentan fuertes reservas en cuanto a su apoyo y promoción. A menudo se desconocen las numerosas experiencias prácticas que muestran excelentes resultados para todas las partes cuando se han realizado actividades conjuntas entre los medios empresariales, de coberturas regionales o nacionales y las iniciativas locales.

La radio es el medio que en cierta forma ha simbolizado la necesidad de expresión de vastos sectores ciudadanos, pero la participación pública ocupa espacios más amplios y se extiende desde la comunicación artesanal comunitaria a la prensa escrita, la televisión y diversos medios. El trabajo en éstas áreas está vinculado a nuevos instrumentos como la informática, la electrónica y las telecomunicaciones, apoyar el desarrollo de las iniciativas locales contribuye no solo a una necesaria profundización democrática en pequeñas comunidades rurales, algunas con matices sociales aún feudales, sino también al desarrollo local y a la incorporación de nuevas tecnologías. La cooperación internacional ha habilitado posibilidades de iniciar caminos innovadoras a nivel local y en algunos casos a nivel de redes internacionales, creando servicios antes inexistentes y a su vez permitiendo a organizaciones e individuos de escasos recursos materiales pero con alto potencial humano, acceder a oportunidades de capacitación, práctica y superación que difícilmente hubieran encontrado de otra forma.

En momentos en que muchos países del continente comprenden la necesidad ineludible de profundizar los procesos de democracia y participación ciudadana para poder crecer, expresados a través de innumerables instituciones y organizaciones vinculadas a la producción, la salud, la educación, el trabajo, los derechos de los niños, la perspectiva de género, el deporte y la cultura, entre otros; el presente trabajo aparece como una modesta contribución a este largo proceso de construcción sin exclusiones.

ACTO DE APERTURA

Arquitecto Mariano Arana

Intendente de Montevideo

Es un gusto de veras estar en esta Mesa; en primer lugar con el señor Ministro, la Doctora Arriagada, representante de la Fundación Kellogg, la Doctora Balbela y los demás integrantes que tanto hacen a través del Instituto de Desarrollo Humano y de la Asociación Cristiana de Jóvenes por poner a discusión y a reflexión muchos problemas que tienen honda e importante vinculación con nuestra realidad y con América Latina.

Por eso es que, desde todos nosotros quiero, y en tanto Intendente de Montevideo me resulta particularmente grato, darles la bienvenida a todos nuestros compatriotas del interior del país y a muchos que yo diría también compatriotas de América Latina que han llegado para participar con nosotros en este seminario-taller. Simplemente, una pequeña reflexión, que a raíz de esta iniciativa se me ocurre compartir con ustedes. Es que en momentos en que tanto se habla y se insiste acerca de lo que es un hecho incontestable de los procesos de mundialización que se perciben desde hace años, con consecuencias positivas en algunos aspectos y en alto grado negativas en otros, no deja de ser paradójico que se esté hablando de hacer irradiar de alguna manera *Todas las Voces*, y hablar de la comunicación social en áreas rurales. O sea, tratando de dejar aflorar los protagonismos locales, a veces microlocales, que están evidenciando realidades tan importantes, a veces de pronto más trascendentes que aquellas que con un carácter, quizás excesivamente uniformizador, se pretenden imponer con carácter genérico y tal vez también incontestable.

Bienvenido entonces sea este tipo de talleres, este tipo de seminarios, que nos permite reflexionar, poner en justos términos cuáles son las formas de interconexión social que es necesario preservar o que es necesario impulsar para que nuestras identidades, nuestras habilidades, nuestras reflexiones, puedan al mismo tiempo que otras, que pueden estarse generando en la órbita internacional, sigan aflorando y sigan enriqueciéndonos colectivamente.

Un gusto entonces tenerlos a todos aquí en la ciudad de Montevideo, quisiera haberles preparado una temperatura más acogedora para aquellos que vienen de sitios donde es menos frecuente algunas temperaturas, pero bienvenidos sean todos ustedes y bienvenida toda esta iniciativa.

Miguel Sánchez

Presidente de la Asociación Cristiana de Jóvenes

Arquitecto Mariano Arana, Intendente Municipal de Montevideo, doctor Antonio Mercader, Ministro de Educación y Cultura, doctora Jana Arriagada, Directora de Programas de la Fundación Kellogg, arquitecto Roberto Falco, presidente del Servicio Oficial de Radiotelevisión y Espectáculos (SODRE), ingeniero Daniel Iglesias, coordinador del Programa de Relacionamento con la Comunidad de ANTEL, doctor

Ricardo Viscardi, director de la Licenciatura Ciencias de la Comunicación de la Universidad de la República, señores representantes de la Intendencia Municipal de Durazno, queridos amigos de distintos países que hoy nos han venido a acompañar, autoridades de la Asociación Cristiana de Jóvenes, amigos todos.

La Asociación Cristiana de Jóvenes inicia su experiencia de trabajo social en el medio rural disperso a comienzos de los años 1980 en Polanco del Yi sobre el límite del departamento de Florida. El aprendizaje acumulado en diez años de trabajo aportó una importante base de conocimientos para el desarrollo de una segunda experiencia de desarrollo local en el noroeste del departamento de Durazno.

En 1995, junto a MEVIR, Movimiento para la Erradicación de la Vivienda Rural Insalubre, la Asociación Cristiana inicia un programa de desarrollo local en el noreste de Durazno. Se promueve la formación de grupos con objetivos comunes, se fortalecen grupos y organizaciones existentes, se impulsan emprendimientos productivos y se articulan todas estas iniciativas mediante la organización local y el fortalecimiento de los liderazgos.

El camino compartido con líderes vecinales, grupos y organizaciones sociales locales, autoridades municipales y nacionales, actores políticos y empresariales fue dando forma al proyecto de la radio al servicio de la comunidad. En esta nueva formulación se amplió el alcance territorial del programa y a la vez se procuraba dar un paso más en los objetivos de formación ciudadana, desarrollo local y mejoramiento de la calidad de vida en todos los centros poblados de la zona centro del país.

Para ello se apostaba a las formas de comunicación local y una red de intercambio que se expresara por medio de un propuesta que se emitiera en distintos medios de comunicación. Nace así el programa *Todas las Voces* desde Radio Durazno, como líder de la emisión y varias radios más en cadena, programa que en el transcurso de esta semana será compartido con todos sus participantes. Poco tiempo más tarde la propuesta se amplía a la prensa escrita.

La marginalidad, la exclusión, las diferencias, cada vez más acentuadas generada por los cambios económicos y la falta de acceso a las nuevas tecnologías están haciendo que personas, grupos y pueblos enteros sean totalmente invisibles. Esta invisibilidad provoca una de las peores desgracias entre los seres humanos, como es la indiferencia. Y es mediante la comunicación, en diversos medios, que la Asociación Cristiana de Jóvenes la combate.

Una reciente publicación internacional de nuestra Asociación Cristiana de Jóvenes nos decía: *“En este contexto, las organizaciones comunitarias de base deben contribuir a rescatar la conexión entre la comunicación y la comunidad. Las comunidades existen mientras comparten y transmiten sus propósitos, mensajes y estilos comunes, la comunicación no puede existir por y para sí misma, independiente del contexto social que interpela y reproduce, la verdadera comunicación no puede existir sin comunidad*

y sin cultura. La comunicación no es simplemente transmitir mensajes sino más bien determina objetivos, reproduce valores comunes y crea vínculos y relaciones sociales”.

Este es el espíritu que nos ha impulsado a organizar este seminario. Aquí tendremos la posibilidad de compartir experiencias con organizaciones que en contextos muy diferentes han procurado articular la comunicación social con procesos de educación popular, desarrollo local, fortalecimiento de la sociedad civil, ejercicio de la ciudadanía, profundización de la vida cívica, defensa de los derechos de las minorías.

Es entonces que en nombre de la Asociación Cristiana de Jóvenes de Montevideo les damos la más cordial bienvenida a todos a este seminario y agradecemos la presencia a todas las delegaciones de países amigos y les auguramos éxito en el aprovechamiento del mismo.

Agradecemos al Ministro y al Ministerio de Educación y Cultura, al Ministerio de Ganadería, Agricultura y Pesca, que han declarado de interés al seminario, a la Intendencia Municipal de Montevideo por posibilitar la utilización de estas instalaciones, a la Intendencia Municipal de Durazno, por supuesto a la Fundación Kellogg, representada en este acto por la Doctora Jana Arriagada quien ha acompañado esta iniciativa y apoyado la convocatoria del mismo, a CORI, Cooperativa de Radioemisores del Interior y a todas las organizaciones y personas que han dado su apoyo.

Por último, no quisiera olvidarme en este agradecimiento del trabajo de todos los que llevan adelante el programa *Todas las Voces* y destacar el esfuerzo del Instituto de Desarrollo Humano de nuestra Asociación Cristiana de Jóvenes en la organización de este seminario. Gracias nuevamente a todos y que Dios los bendiga.

Doctora Jacinta Balbela

Presidenta del Consejo Directivo del Instituto de Desarrollo Humano

Buenos días para todos. Ya nuestro presidente ha hecho la presentación de los ilustres visitantes, yo me voy a limitar a dar la bienvenida, muy especialmente a todas las delegaciones latinoamericanas que nos están honrando con su presencia y agradecer especialmente a la Fundación Kellogg en la persona de su directora esta posibilidad que ha dado a la Asociación Cristiana de Jóvenes de poder realizar este seminario que tiene para nosotros, el Instituto de Desarrollo Humano, una importancia fundamental.

El Consejo Directivo del Instituto de Desarrollo Humano se complace en promocionar, con todo entusiasmo y sentido de responsabilidad, la iniciativa de la Dirección General de la Asociación Cristiana de Jóvenes y la Fundación Kellogg para la realización de este seminario-taller que hoy se inaugura sobre la Comunicación Social en Áreas Rurales.

Este evento colmado de expectativas tiene para el instituto que presido un particular sentido de desarrollo constructivo. El análisis de las etapas ya vividas al impulso de los comunicadores sociales de seis localidades del centro del país, que nuestro presidente ya ha descrito en forma especial, las iniciativas que se proyectarán y las enseñanzas que recogeremos de la experiencia de varios países americanos aquí presentes, unidos por la red que ha impulsado la ACJ, pondrán en evidencia las energías humanas que se despliegan y se reforzarán en bien del desarrollo de la vida de los núcleos o áreas sociales rurales, y la vigencia de sus derechos humanos en el ámbito de la comunicación.

Pero es aquí que bien vale la pena esta reunión de confraternidad americana, de fiesta y de trabajo, bien vale la pena el sacrificio de nuestro voluntariado, hombres y mujeres de las zonas rurales, de villas y centros urbanos, poblados o no poblados que al fin de la jornada avizoramos los frutos de esta siembra. Tendremos oportunidad de identificar los principales problemas que preocupan a estos núcleos urbanos en el ámbito del trabajo, de las necesidades insatisfechas, de la salud, de la educación, del bienestar, del esparcimiento, y el impacto a nivel de los centros de poder que transmiten las comunidades.

En este país de superficie muy reducida, 176.000 kilómetros cuadrados, de 3.000.000 y algo más de habitantes concentrados la mayor parte de ellos en Montevideo, 1.300.000 habitantes, y en las capitales del Interior de los 18 departamentos restantes, son factores geográficos que culminan en una acción eficaz y fecunda donde no hay núcleos raciales conflictivos.

La información a la población debe ser muy fluida y debe mantenerse la red de transparencia informática en todos los ámbitos del país. La base principal de la acción es ejercer la función tradicional de informar, no de inventar, de formar conciencia, de entretener, de colaborar, que la doctrina de la responsabilidad social de la prensa establece para los medios de comunicación en los países democráticos. Tener conciencia de que al considerar las transmisiones radiales y al ver que están funcionando, nuestros voluntarios sociales estarán llevando a los centros de salud, a las escuelas, a los templos, a las estancias, a las chacras y a todos los hogares del país, una voz de alegría, una voz de consuelo, una voz de fe, de amor y esperanza.

Con el aporte de los invitados latinoamericanos esperamos amplios aportes en los talleres, que arribarán a conclusiones fecundas, no solamente para nuestro Uruguay sino para toda Latinoamérica, y extraer conclusiones para el afianzamiento fecundo de las formas de abordar las problemáticas que nos están convocando.

El Instituto de Desarrollo Humano les augura el mayor de los éxitos y nuevamente agradece a la Fundación Kellogg la posibilidad de realizar este Seminario, también al señor Ministro de Educación y Cultura, y especialmente a mi querido amigo, el Arquitecto Arana, siempre propenso a las obras sociales en beneficio de nuestro país, esta presencia, este Seminario, esta expresión de vida que solamente se logra cuando se tiene la voluntad de hacer el bien, la voluntad de poder luchar por nuestro país.

Doctora Jana Arriagada

Directora de Programas para América Latina y El Caribe de la Fundación W. K. Kellogg

Quiero dar formalmente las gracias a las distinguidas autoridades, al equipo de la Asociación Cristiana de Jóvenes del Uruguay por ser anfitriones de este seminario-taller y quiero aprovechar el micrófono para señalar dos felices coincidencias con relación a los anfitriones de este seminario-taller.

Una feliz coincidencia es el nombre de su proyecto *Todas las Voces* porque es eso lo que ustedes representan. Los amigos que vienen de otros países, aquí hoy día y que van a estar trabajando durante esta semana, son representantes de muchas voces que se están escuchando en muchos lugares donde no hay posibilidades a veces de conseguir información o de ser escuchados, y es también la misión que tienen ustedes de llevar todas las voces de la gente a los procesos de desarrollo y a la participación.

La otra coincidencia es la misión de la Asociación Cristiana de Jóvenes. Qué mejor que una organización como la Asociación Cristiana, con una misión tan clara de servicio y voluntariado para acoger a personas como ustedes, comunicadores, personas que trabajan para el servicio de sus comunidades, con mucho voluntariado y con escasos recursos.

No tengo dudas de que el alcance de este taller va a ser muy grande, que está basado en la potencia de las personas que trabajan, mucho más que en la tecnología y en los recursos financieros, en sus radios locales.

Muy bienvenidos, es un privilegio para la Fundación Kellogg poder apoyar emprendimientos como este.

Doctor Antonio Mercader

Ministro de Educación y Cultura de Uruguay

Señor Intendente, señores representantes de la Asociación Cristiana de Jóvenes, de la Fundación Kellogg, del Instituto de Desarrollo Humano, señor Presidente del SODRE, amigas, amigos participantes de este encuentro sobre la Comunicación Social en Áreas Rurales.

Áreas rurales en el Uruguay es una definición que hay que ampliar, porque si tomamos exclusivamente lo rural, es menos del 10 por ciento. Supongo que también estamos contemplando lo que se conoce como semirural o poblaciones menores a 8.000 habitantes, en cuyo caso la cifra de población es bastante más considerable, más del 20 por ciento, veintitantos por ciento. No es la situación de otros países latinoamericanos aquí representados, donde lo rural es, desde el punto de vista poblacional, de mayor peso.

En el caso nuestro, por esta tendencia aparentemente irreversible de migración del campo a la ciudad, se ha ido despoblando el Interior y ha ido aumentado la intensidad

del flujo migratorio interno, lo que es un tema de preocupación porque, desde la perspectiva de un Ministerio de Educación y Cultura como el que tenemos entre manos y del que debo ocuparme, la pérdida de este elemento rural es una pérdida importante desde el punto de vista cultural. No sólo hay problemas de carácter económico, de carácter social; también hay problemas culturales. La identidad cultural de nuestro país, y supongo que la de los países aquí representados, está construida también desde el medio rural. Muchas manifestaciones de carácter cultural, muchas actitudes, muchos valores que forman parte de la identidad nacional de cada uno de nuestros países provienen del medio rural.

El vaciamiento, la pérdida de lo rural, en el campo cultural, en el campo educativo, en el campo comunicacional, es una pérdida demasiado importante, demasiado grave como para dejarla pasar por alto. Entonces, hay un primer punto a tomar en cuenta, y es la necesidad de defender, de preservar estos valores, estas tradiciones que nos vienen del medio rural que tienen mucho que ver con lo que es la singularidad de cada uno de nuestros países.

Entiendo que los presentes son comunicadores o estudiosos de la comunicación, pero vinculados sobre todo al medio radial. Más a la radio que a los otros medios de comunicación, de manera que voy a centrar estas breves palabras iniciales en el tema radio. Se aludía recién a la función de la radio que los presentes conocen bien: informar, formar, entretener. Yo diría que en general, y hablo por supuesto de nuestro país, en materia de información y entretenimiento estamos bastante bien y eso alcanza a todos los medios. En donde estamos más flojos, evidentemente, es en la tarea de formación. La tarea de formar significa a nivel de medios tener una capacidad de reflexión, una capacidad de crítica, una capacidad de análisis, que es costosa. Supone gente de buen nivel, gente con capacidad de estudio, que no improvisa. No es algo tan sencillo como ponerle el micrófono a alguien y hacerle preguntas automáticamente. Nada más sencillo que hacer una entrevista, es bastante sencillo. Por supuesto, hay entrevistas de calidad más alta o más baja, pero ponerle el micrófono a alguien y hacerle algunas preguntas parece elemental. Lo que ya es mucho más difícil es realizar un análisis en profundidad de algún tema.

A partir de muchas entrevistas efectuadas poder hacer un análisis de fondo y poder llegar con algún tipo de programa, de carácter formativo que permita sacar conclusiones que enriquezca en definitiva a las audiencias, que enriquezca al oyente. Eso es realmente complicado. Se necesita muy buena formación, ustedes lo saben, para realizar ese tipo de tareas.

Yo he estado mirando este programa, el de *Todas las Voces*, que parece realmente interesante, además es multimedia, no sólo se queda en el mundo de la radio sino también tiene algún periódico que lo apoya, no sé si hay algún canal de televisión que también que apoya, lo que lo hace interesante porque los medios entre sí, si bien pueden verse como competitivos, muchas veces tienen carácter complementario. A lo que no llega un sistema de medios puede llegar otro.

En el caso del medio rural en nuestro país, la radio es el sistema privilegiado, tenemos por lo menos, arriba de un 95 o 96 por ciento de radios en medios rurales. Prácticamente no hay vivienda donde no haya una radio, de manera que la radio tiene una penetración que por supuesto no alcanza la televisión a pesar de su gran expansión en todo el país.

¿Cuáles son los problemas que encontramos en los medios de comunicación en nuestro país para llegar a este tipo de comunicación comunitaria, o este tipo de comunicación crítica, o este tipo de comunicación que trata de reflejar los problemas de diversas áreas, de coordinar esfuerzos y demás? Encontramos un cierto tipo de empresas de comunicación que no son fáciles de sensibilizar. Por supuesto que uno aprecia en el medio rural el esfuerzo. Ya el sólo hecho de estar allí instaladas empresas de comunicación significa una señal de vocación, de devoción, de apuesta al medio rural, lo que no es fácil.

Pero más allá hay que ver que son empresas por lo general de carácter familiar, con una dirección muy concentrada en una o dos personas, es decir, no hay allí un grupo que maneje técnicamente. En general me refiero a las radios: hay una dependencia informativa bastante grande de los medios de la ciudad más cercana o de la capital.

Ustedes conocen bien el tema de la agenda, quién hace la agenda. De alguna manera la prensa, los grandes medios de las capitales marcan un poco qué se discute y qué es lo que se habla en un país. Es muy difícil a veces romper la agenda, aunque hay un instrumento que es lo local, lo próximo, que siempre tiene, a nivel de comunicación, un interés especial. En las radios del interior de nuestro país, como en los canales de televisión del Interior o en la prensa, lo local siempre tiene incidencia.

Nos pasa aquí, en Uruguay. Siempre nos quejamos que, por ejemplo, la televisión está muy penetrada de programas extranjeros y es preocupante, sobre todo el porcentaje que tiene lo extranjero. Pero siempre en el *rating*, es decir, en la cantidad de gente que ve los programas, hay uno o dos o tres o cuatro programas nacionales al frente, porque a la gente le gusta más lo local, le interesa más lo local y este hecho se repite en el Interior. Por más apartada que sea la población siempre la noticia que afecta a la comarca, a la zona, que afecta al pueblo, a la ciudad local siempre es más importante. Es más interesante aquello que está próximo que aquello que está lejos, por más que sea de la capital o de la ciudad más grande del país.

De manera que también desde ese punto de vista los medios locales tienen forma de defenderse. Naturalmente, en Uruguay, nuestros medios en el Interior, cualquiera sea su actividad o su posición y especialmente la radio, atraviesan hoy por una crisis de carácter económico importante. El Estado se ha retirado como avisador y las Intendencias en el Interior, que eran avisadoras importantes también han decaído en su presencia en los medios. Avisadoras importantes y además fuentes de información, que eso sí lo siguen siendo. Pero destaco en los medios del Interior esa vocación de servicio de carácter local. Sobre todo cuando uno escucha las radios o ve estos diarios que salen adelante con grandes dificultades, siente ese nacionalismo tan lindo de comarca, de la

aldea chica, del pueblo chico, de la gente que defiende lo propio, que es a la cultura nacional. A todas las culturas le hace mucho bien esa polifonía, ese conjunto de voces que actúan manteniendo cada una sus características locales.

Hay algún otro comentario que quería hacerles. El caso en Uruguay, por ejemplo, de la penetración de los medios de Argentina y Brasil. Nuestro país es relativamente pequeño, depende de con quien lo comparemos; si lo comparamos con Holanda es un país gigantesco; si lo comparamos con Brasil es un país diminuto. Uruguay está aquí, entre Argentina y Brasil, dos países con una infraestructura de medios y un sistema de medios poderoso, de largo alcance, emiten además a toda la potencia que pueden. Ustedes saben que hay regulaciones internacionales y hay una banda dentro de la que puedo emitir en 10 o en 80 pero en general los vecinos emiten en 80 que es el máximo y si nos descuidamos en 90, esa es una vigilancia que deben mantener quienes se ocupan de ello, pero hay todo este tema de las zonas limítrofes. Para, repito, un país pequeño entre dos grandes países, las zonas limítrofes, todo este tema de la influencia de los medios en lo exterior.

Lo digo sobre todo para los que nos visitan: aquí en el Uruguay tenemos un proyecto de hace años que es el puente Colonia-Buenos Aires, gran proyecto de infraestructura que le haría bien al país desde el punto de vista turístico, de carga comercial y de tránsito hacia el puerto, etcétera. Pero a veces me hace gracia cuando en algunas zonas, sobre todo del departamento de Colonia y en algunas zonas del litoral, se dice: “no, estamos contra el puente porque el puente va a provocar una invasión argentina y vamos a perder la cultura uruguaya”. La invasión la tenemos hace muchos años, digo, la tenemos en los medios, basta encender la televisión en el Uruguay, basta encender la televisión en todo el país, pero especialmente en las zonas de frontera, uno enciende la radio y tiene la penetración de los medios. De manera que es absurdo temerle al puente y a la presencia física porque pueda generar una invasión argentina. Lo mismo podría decirse del caso brasileño. Pero este caso del puente es un buen ejemplo, el creer que la invasión va a venir por allí. La invasión la tenemos por los medios y de alguna manera el país tiene que defenderse: afirmando lo propio, con programas nacionales que ese es el fomento y la protección y el amparo que debemos brindar.

Algún otro comentario también refiere a que hace pocas semanas hicimos por primera vez en la Biblioteca Nacional un episodio que es la maratón de lectura de tres días. Tuvo mucho éxito porque fue gente conocida, pero también mucha gente desconocida. Había que leer autores nacionales y había personas que llevaban su librito, su poema y nos sorprendió cómo durante tres días por allí desfilaron personas de todas las condiciones sociales, además con textos realmente lindos que demostraban aprecio por la letra impresa. Menciono esta experiencia porque hemos tenido la suerte de que este episodio hecho hace unos quince o veinte días está siendo imitado en todo el país. Tenemos en Flores, en Soriano y en Paysandú en los próximos veinte días la misma idea: maratón de lectura por tres días consecutivos, iniciada por las autoridades pero tratando de instar a la gente para que concurra y vaya a leer allí. Episodios tan bonitos

como los que vimos en la Biblioteca Nacional, de niños que estaban empezando a leer junto con gente muy mayor que llevaba textos bastante antiguos de los cuales no teníamos ni memoria.

Lo señalo porque si bien este encuentro habla de la comunicación social, no olvidemos que el libro es todavía el primer gran medio de comunicación social, de comunicación masiva. Fue el primero históricamente y todavía lo sigue siendo.

Como reflexiones finales, entonces, la importancia que tiene un sistema de medios de comunicación para un país. A veces se ven los medios como algo accesorio. Un país tiene que valorarlos, considerarlos dentro de su activo, pueden ser algo de carácter productivo.

Se ha hablado largamente de lo que son las industrias culturales. Además, los medios pueden hacer mucho en el campo social, en el campo económico y, repito, son un activo del país. En el caso del Uruguay son un activo importante porque es un país con una dotación de medios, tanto en prensa, en radio como en televisión, de gran significación. De manera que hay que utilizar este instrumento.

En el caso de las radios, como en la televisión, tenemos un problema. El problema es que muchas veces los concesionarios o permisarios están usando las ondas que son de todos. Técnicamente se conoce como el espectro electromagnético, eso es propiedad de todos, es como el agua, es como el aire, y estas ondas por tanto, como son de todos deben reportarle a la sociedad algunos beneficios. Es decir, hay de parte de los concesionarios una obligación moral y también material de devolver a la comunidad algo de lo que reciben. Algunos de los permisarios o de los empresarios cumplen o tienen idea de que tienen este deber de devolverle a la comunidad lo que la comunidad les presta, pero yo diría que la mayoría no tiene mucha conciencia de esa obligación. Ustedes me dirán qué hace el Ministerio de Educación y Cultura para despertar esta conciencia entre los permisarios o concesionarios de los medios. No mucho, no puede hacer mucho.

El caso nuestro es curioso: todavía en Uruguay, hasta hace poco, los medios de comunicación permanecían en la órbita del Ministerio de Defensa Nacional. Entre los resabios del gobierno de facto, de la dictadura militar, nos quedaba esta presencia.

Ahora se está creando en estos días una Unidad Reguladora que sería en el futuro la que otorgaría las concesiones de las ondas, tema siempre discutido, polémico y difícil. Lo que quiero señalarles es que el Ministerio nuestro no tiene en el Uruguay potestades legales para intervenir en esta materia de concesión.

Nosotros hemos reclamado y hemos hablado por supuesto con otros Ministerios y estamos tratando de generar, sobre todo a nivel de los medios de comunicación y especialmente de los medios electrónicos, la idea de que nuestro Ministerio debe ser un espacio de discusión y de reflexión sobre estos temas. Nosotros ofrecemos permanentemente el Ministerio sobre todo para aquello que es la autorregulación, el acuerdo entre los medios para lograr finalidades comunes.

Ustedes saben que esta es una materia delicada, que existe el principio de la libertad de expresión que mucho respetamos, lo tenemos en el artículo 27 de nuestra Constitución. Desde el comienzo del país mismo ha estado siempre la libertad de expresión sin censura previa. Entonces, cualquier medida que se tome respecto de los medios no puede ser compulsiva, no le podemos ordenar a los medios que hagan determinadas cosas, no le podemos pedir a todas las radios del Interior que se unan a *Todas las Voces* y hagan una gran cadena de solidaridad, es decir, no podemos forzarlos. Pero sí podemos instarlos, podemos exhortarlos, podemos discutir con la gente de los medios cuan conveniente sería que se hicieran determinadas cosas, sobre todo, repito, en defensa de ciertas zonas del país, en defensa de la cultura nacional, etcétera.

De manera que el Ministerio en materia de lo que deben ser los contenidos de la comunicación está disponible para los medios, está disponible para este tipo de proyectos. Nos importan mucho. La comunicación es parte integral de la cultura, una parte fundamental, lo ha sido siempre, pero quizás hoy lo es más todavía. De manera que el Ministerio de Educación y Cultura ofrece las posibilidades, todo el amparo y el apoyo que pueda dar a este tipo de proyectos. Por esa razón no dudé cuando me hicieron esta invitación de venir acá a acompañarlos. Les deseo un fructífero encuentro.

Antonio Boedecker

Director de Radio Cumiches, Nicaragua

Saludo en nombre de los asistentes latinoamericanos

En primer lugar, quisiera agradecer en nombre de todos los delegados latinoamericanos a este encuentro, a la Asociación Cristiana de Jóvenes por esta iniciativa a la que nos han invitado, también a la Fundación Kellogg que es quien está auspiciando este esfuerzo y está permitiendo, junto al Instituto de Desarrollo Humano, que se haga posible una necesidad que hemos venido manifestando en distintos momentos en cada uno de nuestros países. Se trata de cubrir un vacío de conocimientos de lo que en lugares de América Latina se está haciendo en cuanto a promover y desarrollar distintas formas de la comunicación local. Este encuentro, nos permitirá conocer varias e interesantes experiencias locales de comunicación social que se han venido desarrollando.

Este es un evento importante para todos nosotros, que nos va a permitir que de los espacios en que nos movemos aunemos esfuerzos para fortalecer las redes de comunicación local que ya existen en cada uno de nuestros países y entre los mismos. Este encuentro de comunicadores ubicado en un momento de desarrollo tecnológico tan audaz y tan versátil, pero que todos, de una u otra manera, coincidimos en que la globalización y el desarrollo de la tecnología han llevado a la comunicación en una sola vía. Estas iniciativas locales que estamos desarrollando son para superar eso, hacer que la comunicación social sea de doble vía, un poco retomando las palabras que uno de los expositores anteriores decía: “se trata de potenciar las capacidades locales, las iniciativas de comunicación en cada una de las comunidades”, porque en cada uno de nuestros pueblos y comunidades hay mucho para decir, tenemos muchas experiencias para compartir, y esto solamente va a ser posible si tenemos iniciativa, como comunicadores, de cómo decir lo que estamos haciendo, qué estamos sintiendo y qué estamos proponiendo hacer para mejorar el desarrollo de cada una de nuestras comunidades.

Nosotros creemos que, como decía anteriormente, la globalización sólo va a ser realmente efectiva y positiva si permite también que se dé a conocer lo que nuestros comunicadores están haciendo, se den a conocer los problemas que nuestras comunidades están viviendo, pero que además se dé a conocer cómo estamos enfrentando y superando estos problemas. Porque todos, en América Latina, coincidimos en que somos millonarios en problemas, pero también millonarios en iniciativas y en posibilidades de solución.

Creemos también que este encuentro, donde hay distintas expresiones del trabajo de comunicación, de distintos sectores, desde las mujeres, desde los niños, desde los jóvenes, los campesinos, las comunidades indígenas, nos va a permitir presentar nuevas propuestas. Nosotros tenemos que dar a conocer una sola voz: que somos capaces y que podemos hacer las cosas que queremos hacer.

Se trata entonces de compartir los avances en cuanto a la de democratización de los medios de comunicación. Si vamos a hablar de democratizar los medios de comunicación tiene que ser a partir de la democracia, desde la participación activa, no sólo como

receptores sino como emisores de la información y de la comunicación, desde nuestras comunidades. Allí es donde vamos a lograr realmente avanzar en una democratización, construir una comunicación mejor en cada uno de nuestros países. Quiero entonces agradecer esta iniciativa, por habernos invitado y esperamos, en nombre de todos nuestros compañeros latinoamericanos, aprovechar al máximo este encuentro y sacar de aquí nuevas experiencias y nuevos retos para establecer una mejor comunicación en toda América Latina.

Elizabet Ramírez

Coordinadora de Todas las Voces en Carlos Reyles

Saludo de los comunicadores del Proyecto Todas las Voces, Uruguay

Gracias a todos por estar acá, por acompañarnos y por estar apoyándonos en este encuentro latinoamericano de comunicadores. En nombre de todos los que formamos el programa *Todas las Voces*, les doy la bienvenida a las autoridades y a todos los hermanos comunicadores de América Latina. Es un orgullo para nosotros recibirlos sabemos que con mucho esfuerzo y voluntad se organizan para hacer conocer las necesidades, aspiraciones, cultura y costumbres de su propia gente.

Aquí en Uruguay, en un esfuerzo conjunto que ha realizado la Asociación Cristiana de Jóvenes, Radio Durazno, Diario El Acontecer, FM Oxígeno de La Paloma, Radio Agraria de Cerro Chato, la Fundación Kellogg y las empresas privadas que nos apoyan, nos han permitido romper el aislamiento en el cual se encontraban muchas de nuestras localidades para lograr el inicio de una integración regional. Estas experiencias de comunicación, nuevas para casi todos nosotros, han generado el interés y el apoyo de las autoridades públicas, privadas y el convencimiento de los lugareños de que se puede seguir viviendo en el campo y lograr mejorar la calidad de vida de las zonas rurales tan olvidadas. Sabemos que a los que estamos en esta tarea nos une la pasión por realizar cosas. Después de un día de trabajo nos queda la satisfacción íntima, esa tranquilidad profunda de que hemos dado lo mejor de nosotros mismos. Ni por vanidad ni por esnobismo, se ha dado lo mejor de uno porque la tarea de informar es una vocación casi religiosa, porque es una pasión que se siente, que es intrasmisible y no se aprende, se siente o no se siente.

Agradecemos esta oportunidad que nos han brindado de estar en esta tarea de informar, a la ACJ, a los directivos de Radio Durazno, del Diario El Acontecer y los otros medios de comunicación, por confiar en nosotros, a las autoridades que siempre que lo solicitamos y generosamente dialogan con nosotros.

Compañeros comunicadores de Latinoamérica: queremos agradecerles desde ya todo lo que traen, sus ideas, sus opiniones, sus experiencias. Queremos brindarles también nuestro cariño y que se sientan muy bien en Uruguay. Queremos que cuando regresen a sus países lleven los más cálidos recuerdos del nuestro y de su gente. Bienvenidos comunicadores latinoamericanos al Uruguay.

CONFERENCISTAS

Daniel Iglesias

Ingeniero, Coordinador del Programa de Relacionamento con la Comunidad (PRC) de la Administración Nacional de Telecomunicaciones (ANTEL), Uruguay

En primer lugar agradezco mucho a la Asociación Cristiana de Jóvenes por haberme invitado a participar de este seminario sobre un tema tan interesante y relevante, que tiene bastante que ver con varias de las cosas que estamos tratando de apoyar desde el Programa de Relacionamento con la Comunidad de ANTEL.

Mi presentación va a tratar sobre este programa, voy a comenzar con una breve introducción que va a tener dos partes; en la primera voy a hacer algunas consideraciones generales sobre la ética empresarial y la responsabilidad social de las empresas, y luego vamos a ver algunas aplicaciones al caso particular de las empresas operadoras de telecomunicaciones.

La ética empresarial y la responsabilidad social de las empresas.

La ética es la ciencia que estudia los actos humanos desde el punto de vista de su conformidad o no conformidad con el bien total de la persona humana, es decir con la realización última de la persona humana en cuanto tal. Por actos humanos entendemos aquí los actos conscientes y libres de los seres humanos, o sea aquellos actos de los cuales ellos son responsables. Por consiguiente, el desarrollo integral de la persona humana en cuanto ser a la vez individual y social, es la medida de la moralidad de los actos humanos. **El ser humano no debe ser considerado como un simple medio para alcanzar otros fines**, sino que tiene en sí mismo un valor absoluto. A partir de este principio ético fundamental es posible deducir otros principios éticos y normas éticas concretas.

Las empresas son comunidades de trabajo, es decir comunidades de personas organizadas en función de una determinada actividad económica y profesional. Es evidente que la vida de las empresas involucra una gran cantidad y variedad de actos humanos, los cuales no carecen jamás de una dimensión ética intrínseca.

A partir de estas premisas es fácil concluir que cada empresa tiene una responsabilidad social, vale decir una obligación moral de contribuir al bien común de la sociedad de la que forma parte. Esta responsabilidad social asume dos formas distintas que podemos llamar primaria y secundaria.

La responsabilidad social primaria de una empresa consiste en su deber de desarrollar sus negocios en conformidad con los principios y las normas éticas.

La responsabilidad social secundaria de la empresa consiste en su deber de contribuir a resolver o a disminuir los problemas sociales; estos tienen tales dimensiones que superan las posibilidades de las personas físicas, las entidades de bien público y el Estado, de ahí que hoy también las empresas se sientan llamadas a colaborar en la medida de sus posibilidades con las iniciativas sociales privadas y públicas.

Vamos a ver ahora cómo se aplica esto al caso particular de las empresas operadoras de telecomunicaciones.

Supuesto lo dicho anteriormente, aún hace falta explicar la peculiaridad de los problemas éticos que la industria de las telecomunicaciones afronta en la actualidad. Dicha peculiaridad está basada en el tipo de contenido transportado por las redes de telecomunicaciones. Estas, a diferencia de las redes de agua potable, gas natural y energía eléctrica, no transportan una simple forma de materia o de energía sino que transportan información. Los elementos materiales que integran la red global de telecomunicaciones, que es la máquina más grande del mundo, tienen como objetivo principal el transporte de información. **La información es, en última instancia, el resultado de actos humanos orientados a la comunicación entre personas. De ahí que en esta red la dimensión ética asuma un cariz más evidente que en las demás redes.**

Por otra parte, conviene tener en cuenta que la información transportada por las redes de telecomunicaciones es cada vez mayor y más variada. Veinte años atrás las empresas operadoras de telecomunicaciones eran vistas básicamente como empresas telefónicas, o sea empresas dedicadas principalmente a las comunicaciones vocales. Hoy en día, después del crecimiento vertiginoso experimentado por los servicios de telefonía móvil de transmisión de datos, la información transportada por estas empresas asume múltiples formas: voz, audio, fax, gráficas, imágenes fijas, datos, etcétera.

Además, una vez completado el proceso de digitalización de las redes, todos estos tipos de información son transportados bajo la forma de *bits*. El volumen de información transportado por las redes de telecomunicaciones ha crecido exponencialmente a lo largo de las últimas décadas. El caudal de información que es posible transmitir por fibras ópticas se ha multiplicado por más de 10.000 en los últimos 15 años.

Es evidente que el crecimiento cuantitativo y la diversificación cualitativa de las redes de telecomunicaciones hacen de éstas un elemento cada vez más importante de la sociedad actual, hasta el punto que a menudo son vistas como el factor clave de la nueva economía y de la sociedad basada en el conocimiento o también llamada sociedad de la información.

Vamos a hablar ahora del Programa de Relacionamiento con la Comunidad, primero algunas cosas generales para luego ver los proyectos que tienen más relación con las comunicaciones sociales.

ANTEL es consciente de la responsabilidad social que le corresponde por ser la mayor empresa operadora de telecomunicaciones y una de las mayores empresas públicas del Uruguay. A lo largo de su historia, ANTEL ha dado muchas pruebas de su voluntad de servicio a la sociedad uruguaya por medio de acciones que trascienden la oferta de servicios de telecomunicaciones modernos y eficientes.

Reafirmando y profundizando su compromiso con la responsabilidad social de la empresa, el Directorio de ANTEL en el mes de junio del año pasado resolvió crear el

Programa de Relacionamiento con la Comunidad (PRC), cuyo objetivo general es contribuir al desarrollo humano y social de nuestro país.

Dicho programa está formado por cuatro áreas de trabajo que denominamos: Desarrollo de la Sociedad de la Información, Desarrollo Cultural, Promoción Social y Gestión Ambiental. Sus objetivos particulares son respectivamente los siguientes: contribuir a la universalización del acceso a las tecnologías de la información y de la comunicación, contribuir al desarrollo cultural de la nación, contribuir a la mejora de la calidad de vida de los habitantes de nuestro país especialmente de los menos favorecidos y contribuir a la protección del medio ambiente.

Antes de centrarnos en la primera de estas áreas mencionaremos algunas de las actividades realizadas en las tres restantes a fin de dar una idea de las cosas en las que estamos trabajando.

Nuestro programa organizó con el apoyo académico de las cinco Universidades del Uruguay el Foro Internacional sobre Ética en internet que pudo ser seguido a través de internet, por Real Audio. En el sitio en internet del Programa de Relacionamiento con la Comunidad, si les interesa www.prc-antel.org.uy, se encuentran las ponencias de los distintos expositores.

Más recientemente nuestro programa coorganizó con la Universidad Católica del Uruguay el Cuarto Encuentro de Docentes e Investigadores de la Comunicación Social del Mercosur; varias personas aquí presentes participaron en el mismo. Nos encargamos particularmente de coordinar la Mesa Central número 2 sobre Práctica Profesional y Responsabilidad Ciudadana y un grupo de trabajo sobre Ética en los Medios de Comunicación Social.

Desde 1998 ANTEL trabaja en el rescate y la restauración de los murales de la Escuela Torres García del Hospital Saint Bois para reubicarlos en el Complejo Torre de las Telecomunicaciones. En el área de Promoción Social, por ejemplo, en el año 2000 ANTEL festejó su vigesimosexto aniversario con una fiesta en el Hospital Piñeyro del Campo junto a los internados y los funcionarios del hospital, en el marco del proyecto “Cumpló años contigo”, impulsado por la ONG Cunas Uruguayas, donde se donaron 10.000 dólares para mejoras en uno de los pabellones del hospital. Ese mismo año se entregaron 310 teléfonos celulares al Ministerio del Interior para fortalecer el Programa de Seguridad Ciudadana; recientemente se donaron 10.000 dólares a la Intendencia Municipal de Artigas para contribuir al auxilio de los damnificados por las inundaciones y se les concedió determinadas exoneraciones para sus servicios de telefonía fija.

En el área ambiental, el año pasado ANTEL firmó un acuerdo con la Facultad de Química de la Universidad de la República y la Intendencia Municipal de Montevideo sobre la recolección y el eventual reciclaje de baterías de teléfonos celulares en desuso, y por otra parte ANTEL está participando en el Grupo Ambiental de Montevideo coordinado por la Intendencia Municipal de Montevideo.

Pasando ahora al área más afín al giro de nuestra empresa, es decir al desarrollo de la sociedad de la información, que también es el tema más afín al seminario, dejaremos de lado en esta ocasión los proyectos que tienden a la universalización del servicio telefónico para centrar nuestra atención en aquellos que tienden a la universalización de la alfabetización electrónica y del acceso a internet, que es también un medio de comunicación social aunque bastante especial.

El crecimiento de internet es considerado hoy un elemento clave dentro de cualquier estrategia de desarrollo nacional o internacional; sin embargo la desigual distribución del acceso a internet entre los grupos sociales en el nivel nacional y entre las naciones en el nivel mundial, puede convertirse en un factor contrario a la equidad y a la justicia social. Por este motivo desde hace pocos años ha surgido una gran preocupación en torno de la denominada brecha digital.

Si no se actúa a tiempo, el proceso de democratización de la información que es concomitante al desarrollo de la internet podría excluir de la nueva sociedad basada en el conocimiento a grandes grupos sociales e incluso a naciones enteras, ampliando la brecha que los separa en lugar de disminuirla.

A continuación describiremos los dos grandes proyectos que apuntan a combatir el espectro de la brecha digital.

El primero es el Programa de Conectividad Educativa. Este programa tiene el propósito de aplicar las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en la educación. La alfabetización electrónica de los integrantes de las nuevas generaciones permitirá su integración en la sociedad de la información y los capacitará para acceder a mejores empleos.

El Programa de Conectividad Educativa es impulsado conjuntamente por la Presidencia de la República, ANTEL, la Administración Nacional de Educación Pública (ANEP) y cuenta con el apoyo del Banco Interamericano de Desarrollo (BID). El pasado 3 de abril se firmó un convenio según el cual ANTEL se comprometió a proporcionar conectividad digital en los centros de enseñanza pública, a colaborar en el desarrollo de un portal con contenido educativo y a brindar servicios de correo electrónico a los docentes y estudiantes de ANEP.

El próximo lunes el Presidente de la República inaugurará la conexión a internet de los primeros tres centros de ANEP, dos escuelas en el interior del país y una en Montevideo, en el marco de este programa que empieza sobre todo en las áreas urbanas pero se va a extender a todo el país. También se incluyen las escuelas rurales aunque hay algunas dificultades técnicas que se están investigando en este momento: cómo solucionar para llegar con un acceso a internet de buena calidad en las áreas rurales.

El segundo proyecto es el Proyecto de Centros de Acceso Comunitario. El objetivo de este proyecto es contribuir a la formación de una red de centros de acceso comunitario que proveerán servicios públicos de acceso a internet y de capacitación en informática

a un costo accesible para la población menos favorecida. Estos centros se establecerán preferentemente en barrios carenciados o en zonas rurales y estarán orientados a la atención preferencial de las personas desfavorecidas por su situación económica, cultural, social o de salud. Para crear esta clase de centros, ANTEL podrá cooperar con distintas clases de organizaciones, municipios, ONG, etcétera. Los centros serán gestionados por organizaciones con fuerte inserción en las zonas respectivas y/o con probada experiencia pedagógica.

Para facilitar el desarrollo de experiencias de este tipo ANTEL cooperará por diversos medios, contribuciones económicas destinadas a solventar las inversiones iniciales y los costos de operación y mantenimiento, donaciones de materiales en desuso o de equipos informáticos y mobiliario, exoneraciones parciales de las tarifas asociadas a los servicios de telecomunicaciones requeridos.

Esperamos que estos Centros de Acceso Comunitario permitan extender la alfabetización electrónica también a las personas ajenas al sistema de educación formal, particularmente a los sectores menos integrados a la nueva economía. De modo que estos dos proyectos son complementarios, uno para las personas que están integradas al sistema educativo y otro para las que no lo están; entre ambos esperamos que contribuyan a mejorar la situación en las zonas rurales.

Ricardo Viscardi

Doctor en Historia y Crítica de Ideologías, Mitos y Religiones, en la Universidad de París-X Escuela Práctica de Altos Estudios; director de la Licenciatura de Ciencias de la Comunicación, Universidad de la República del Uruguay

En primer lugar, agradecer a la Asociación Cristiana de Jóvenes la invitación y expresarles el placer que significa para la Licenciatura de Ciencias de la Comunicación participar y estar presente en un evento de comunicadores, actividad de la que nos ocupamos preferentemente. Es una buena idea entonces tener la posibilidad de un encuentro cara a cara, para hablar de esto tan nuevo como experiencia histórica, la visión de la sociedad que pasa por la comunicación. Ante todo, por la transformación de la noción de comunicación, que es una noción muy antigua por cierto, que conlleva asimismo la transformación de la noción de sociedad. Quizás sea en el ámbito rural donde la crisis actual de las sociedades se hace sentir de forma más álgida, más contundente; el lugar por lo tanto donde se pueda abrir las preguntas con más validez, más significación, más alcance. Con ese propósito mi intervención, simplemente es una presentación general de las preocupaciones de la Universidad de la República y de las preocupaciones de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, porque muchos de mis colegas, veo algunos presentes, a lo largo del evento y de los días que vienen, van a hacer intervenciones más especializadas.

Entonces, lo mío es ante todo darles una idea de cómo la Universidad de la República enfoca el vínculo con la sociedad en este proceso, cómo desde el punto de vista de la

comunicación nos planteamos una serie de perspectivas en el presente y cómo vemos esas perspectivas vinculadas particularmente con la comunicación rural.

Desde la Universidad de la República se implementa un esfuerzo muy grande en este momento para un replanteo del vínculo con la sociedad, hay otro intento, las cosas se están haciendo desde buen tiempo a esta parte alternativamente. Una referencia a este respecto podría estar dada por la instalación de la Comisión Social Consultiva, en la cual el órgano máximo de nuestra universidad, el Consejo Directivo Central, se propone instrumentos de vinculación con los distintos actores de la sociedad, distintos sectores, distintos representantes, sociales, gremiales, políticos, culturales, etcétera. La Universidad de la República está ubicando esta vinculación con la sociedad como una articulación y ya no más como algo dado fatalmente en el devenir de los acontecimientos, sino como algo que hay que elaborar.

Otro elemento que quisiera traer a colación y que podría dar una idea al respecto, es el Programa de Periodismo Científico que se desarrolla en la Comisión Sectorial de Investigación Científica. Este nombre, que tomado al pie de la letra puede resultar relativamente paradójico y contradictorio, quiere decir que el conocimiento generado por la Universidad de la República va a ser puesto a disposición de los distintos protagonistas sociales por la vía del desarrollo de un periodismo especializado. Pero este periodismo especializado no sólo va a ser periodismo en el sentido de las ciencias exactas y naturales, por poner algunos ejemplos sumarios, en las problemáticas que se vinculan con temas tales como transgénicos o como el desarrollo de las telecomunicaciones, sino que va a enfocar también áreas agrarias y áreas sociales. Entonces, ese Programa de Periodismo Científico nos da una idea de hasta qué punto la Universidad está preocupada por su vínculo con la sociedad y particularmente por su vínculo comunicacional con la sociedad, lo cual todo viene a lo mismo como ustedes comprenden.

Tenemos por consiguiente más que un mero planteo de difusión o de mero contacto, surge un planteo de cooperación. El vínculo toma el cariz de un planteo de cooperación y una cooperación basada en situaciones, en circunstancias y en problemáticas puntuales de los actores y los espacios sociales.

Ahora, ¿qué está pasando entonces en la sociedad y en la comunicación para que se integren a tal punto? Lo que está pasando es que la relación entre el saber y la sociedad está cambiando. No podemos concebir de ahora en más - dado el desarrollo alcanzado por los acontecimientos- la relación entre saber y sociedad como el esclarecimiento de una estructura. Esta noción de estructura era capaz de significación en los dos ámbitos, forma representable en un sentido y edificio plantado por otro, uniendo dos cosas distintas pero integradas, con lo que se metaforiza el trayecto social de la práctica, incluso el de la comunicación. Siendo realidad plantada y sensibilidad adquirida, la estructura debe ser esclarecida. En tanto metáfora del conocimiento, la lámpara del saber la recorre y la ilumina para que los habitantes de la morada social tomen conciencia de su residencia. No, no es esa en la actualidad la noción, entre luz y lugar, de la cuestión social. La

cuestión actual viene planteada por el lado del desarrollo de tendencias dispares y muchas veces contradictorias, que atraviesan los grupos sociales. Los atraviesan, los ponen en riesgo, en crisis, muchas veces tendiendo, vamos a ver, a una desarticulación.

Para referir un poco más adelante y con mayor extensión a esta crisis, conviene comenzar por considerar el presente: ¿qué sucede en la actualidad? Sucede que el saber aparece como parte de un equilibrio sostenible, es decir, no se asocia de ahora en más a esclarecer algo que está ahí y que simplemente tenemos que iluminar con más intensidad y con la lámpara de la actividad cognitiva pura, por decirlo así. Ahora se lo identifica con una capacidad, la destreza de alguien que en un sistema sumamente complicado de desplazamientos, busca el equilibrio, un punto de equilibrio. Entonces, es más la tensión de un estado de agregación, inclusive crisis extremas de la sociedad, a la que se anteponen quienes, decididos, inspirados y proclives a buscar un punto de equilibrio en el que las cosas, en correlación de conocimiento y sociedad, puedan mantener un estado favorable a la actividad social.

Entonces, se parece más que a la lámpara que ilumina la casa, diría yo, al conductor de un vehículo, que tiene que medir la velocidad, el esfuerzo, el equilibrio y un conjunto de factores que entran en su desempeño. Entonces, es mantener el equilibrio en un vehículo muchas veces inestable, amenazado o en situación de riesgo, se trata de alcanzar una interacción sostenible con base en la actividad cognitiva. En esa modalidad del equilibrio a lograr está planteado para la Universidad de la República el vínculo con la sociedad.

Ahora, ¿cuál es el aporte de la Comunicación en todo esto? En calidad de servicio de la Universidad de la República, nos competen funciones: investigación, enseñanza y extensión, esta última que en un inicio de esta intervención traducía bajo el término de cooperación. Bien, ¿cómo puede esta cooperación inspirarse, encontrar una raíz, un elemento vigorizador en el problema de la comunicación? Se trata de cooperación con la Universidad de la República y en particular Ciencias de la Comunicación.

Yendo ahora a la forma en que la Comunicación interviene en ese nuevo vínculo entre conocimiento y sociedad, que definíamos metafóricamente en tanto equilibrio a establecer, ustedes saben que en los años sesenta y setenta la reflexión principal de la Comunicación fue sobre los medios masivos de comunicación. A partir de allí se desarrollan dos tendencias. Una tendencia predominante en los años sesenta y primera mitad de los setenta, que puso el énfasis en la determinación económica de los medios masivos de comunicación. Por lo tanto, se trataba de una extensión de la noción de una base económica que determina, a partir de condiciones suprasubjetivas, la constitución de la conciencia. Así se percibía desde el punto de vista de la determinación económica clásica, en términos de condiciones e intereses, el desempeño de protagonistas sociales, entre ellos los medios de comunicación, que tenían una influencia tan vigorosa y además creciente, tal como era percibida durante ese período de los años sesenta y setenta. Esa visión tendía a ser determinista y rígida, porque se situaba por fuera de los efectos propios y singulares de los medios de comunicación, en cuanto se ponía el énfasis en

los grandes intereses que determinan la comunicación, cosa que existe, es verídica, pero no puede ser tomada en cuenta unilateralmente.

Esa perspectiva fue corregida, en el correr de los años setenta y ochenta, por una visión que ponía particular énfasis en la recepción, tal como lo dijo aquí unos momentos antes el Ministro de Educación y Cultura, quien fue docente de Ciencias de la Comunicación. Desde ese ejercicio teórico de la comunicación, se percibe entonces, con acierto, que la recepción determina y que entonces los programas nacionales pueden tener, como sucede frecuentemente, mayor audiencia, atraer un público más extenso que otros aparentemente dotados de una parafernalia tecnológica y un poder económico más fuerte. Eso demuestra que no existía tal determinación fatal o fatídica por parte de poderes supracomunicacionales, sino que hay elementos que tienen que ver con el registro, o sea, la base de registro subjetivo que recibe la emisión, según la sensibilidad cultural de una población, y eso determina enormemente la programación, sus tendencias y además el éxito de una agenda comunicacional.

Pero allí también hubo, ustedes saben, reflexiones teóricas sumamente influyentes y gravitantes de nuestro tiempo, incluso en el plano ético, como las reflexiones sobre las transformaciones antropológicas. Por consiguiente, se trataba de las transformaciones del sujeto que aportaba todo este importante desarrollo de la comunicación, del sujeto y de nuestras concepciones sobre el sujeto, que operaron estas condiciones que intervienen en los años ochenta. Sin embargo, incluso en este sentido de una crisis del sujeto, la idea era la determinación del espacio público, es decir, existe un espacio público y los medios masivos de comunicación lo determinan crecientemente. Se plantea en ese ámbito la pregunta posmoderna por lo que en el espacio público constituye esa relativización, en la comunicación, acerca del sujeto. El fin de siglo nos depararía sin embargo, desde fines de los ochenta, otra situación más compleja y aguda, que se ha denominado "globalización".

A partir de entonces, hay una transformación del planteo, es decir, una transformación conceptual gravitante, una tendencia de pensamiento distinta que, a mi entender, debiera estar en el centro de nuestras preocupaciones cuando hablamos de comunicación rural. En este último tema, consideramos una situación de extrema dificultad de desarrollo de las comunidades rurales, y en ese punto de la comunidad se presenta un enclave de nuevo relieve como consecuencia de la globalización. Esa tendencia lleva a reflexiones sobre dos cosas, en primer lugar, existe una fragmentación cultural creciente, en segundo lugar, también crece la concentración económica. En resumidas cuentas, tenemos una creciente fragmentación cultural de las comunidades y por otro lado tenemos una concentración económica mundial más alta.

Entonces, en este principio de siglo, ya no estamos ante la reflexión acerca de cómo se determina el espacio público, o más atrás aún, si lo económico es lo que gobierna los medios o si es la recepción que relativamente condiciona, siendo entonces que las características culturales de base intervienen. No, acá el problema que está planteado directamente es la desarticulación del espacio público.

El espacio público como tal se desarticula porque la fragmentación cultural crece y por lo tanto divide a las comunidades por dentro. Por otro lado, esas comunidades se encuentran ante un riesgo relativamente superior, porque aumenta la concentración económica mundial. Sucede que se pueden generar tendencias que favorezcan a algunos lugares, a algunas sociedades y perjudiquen correlativamente a otras. Se consolidan en un rol supérstite algunos centros de crecimiento y desarrollo mientras se desarticulan otros. El caso de Uruguay, en la situación actual del Mercosur, constituye un ejemplo claro, con un índice de un 25 por ciento de personas en situación precaria en el empleo, si sumamos desocupados y subocupados.

Eso es producto desde 1998 de la crisis de nuestra integración en el Mercosur; entonces, eso está mostrando claramente de qué hablamos, o sea, la concentración económica puede privilegiar a algunos y desfavorecer a otros, esa es la realidad en la que estamos. Entonces, la reflexión viene acerca de esto, y esto imaginense lo que significa desde el punto de vista de la comunicación rural, es decir, cómo la planteamos, cómo la concebimos, cómo la entendemos para poder llegar a un enfoque en comunicación. Porque como destacábamos anteriormente, si un elemento se encuentra desagregado, en situación de peligro social, se trata ante todo del medio rural, porque obviamente allí se está más sujeto a dinámicas del mercado que no se controlan.

En principio, sobre todo en un país como Uruguay, la comercialización de los productos está extremadamente atada al desarrollo de la ciudad; es allí donde se dan concentraciones de poder y de decisión y de circulación de los productos. Se trata entonces de tomar en cuenta el riesgo agregado que supone, para las comunidades rurales, esa disminución relativa de las dinámicas económicas del Uruguay, en un país demográficamente urbano como Uruguay, cuando además se suma una desarticulación del espacio público, que interviene a favor de los desarrollos internacionales del mercado. A eso tenemos que ir para ver por qué las comunidades rurales están en riesgo y cuál es la alternativa.

Plantear ese tema resulta crucial para considerar, desde el punto de vista de la comunicación, las características actuales de la crisis en las comunidades rurales.

Una desarticulación del espacio público es consecuencia de una vinculación a distancia creciente, efecto a su vez de la integración tecnológica progresiva del audiovisual, la telemática y la informática. Esa articulación creciente de los sistemas de comunicación en el campo económico, lleva al desarrollo de la economía basada en internet. Sin embargo esa integración mayor de los sistemas de comunicación no sólo produce un mercado emergente, sino que conlleva un desarrollo vectorial de los ya existentes, entre los que podemos destacar el ejemplo de una mayor concentración y expansión de la industria cultural. Esta última, mediante el desarrollo de las telecomunicaciones, unifica el mercado planetario, monopoliza crecientemente la programación cultural. Esta ingente concentración a escala planetaria, como resultado del desarrollo tecnológico, transforma a partir del campo de la comunicación el propio desarrollo de las comunidades, progresivamente hilvanadas entre sí por aparatos de

producción comunicacional exógenos, cuyas dinámicas las condicionan en términos tan globales como extraños.

Ese desarrollo supranacional y por vía de consecuencia supralocal, tiene como efecto una relativización del territorio en cuanto este último deja de ser un elemento relevante a la hora de plantear el desarrollo de la comunicación, ya que la tecnología de tiempo real que instala la globalización tiende a eliminar la incidencia vernácula de un territorio. Esta relativización de la referencia territorial no puede dejar de tener un efecto gravitante para las comunidades rurales, cuyo sustrato comunitario está tradicionalmente ligado al permanente y básico del territorio. Entonces, ahí está la crisis, ahí está el problema que amenaza estados de agregación comunitarios, que exige alternativas válidas y viables.

Por consiguiente, alternativas comunicacionales como Todas las Voces, que se sustentan en un medio de comunicación masivo, pero lo ponen al servicio de la comunidad rural, tienen un papel cardinal a la hora de elaborar alternativas. En ese sentido resulta razonable que conjugando ciertas condiciones del desarrollo actual, incluso en lo tecnológico, se elabore una propuesta de cara a las necesidades de la comunidad y acorde con las características culturales de la hora, que como se plantea, exigen un desarrollo integrado de los sistemas de comunicación. Se genera otra vinculación, otra articulación, se crea proximidad y vínculos, espacios de identificación y lugares de referencia. En esa perspectiva de comunicación masiva relativa a una demanda de la comunidad, la base de la vinculación no es necesariamente la relación territorial, sino la acción comunicacional que vincula a distancia.

Entonces, en estas comunidades rurales, tan amenazadas, no sólo desde el punto de vista de esa suerte de fatal emigración del campo a la ciudad, amenazadas no sólo desde el punto de vista económico -particularmente en el caso de Uruguay por la conjugación de lo económico y lo demográfico-; se suma además el riesgo idiosincrásico de una desvinculación cultural relativa. En esa perspectiva, la acción de la comunicación en la sociedad surge como una respuesta válida y viable, en tanto que rearticulación con significación cultural y función tecnológica. En tal sentido la comunicación social no se clausura ni debe limitarse a la comunicación masiva como tal, sino que puede asimismo vincularse con las nuevas tecnologías -particularmente a través de internet-, para incrementar la funcionalidad y la interacción, permitiendo ampliar, a partir del medio masivo -radial por ejemplo- la relación tecnológicamente enriquecida en la comunidad.

Hay muchos ejemplos de esto, las radios comunitarias se han desarrollado justamente en esa perspectiva de compensación de vacíos creados e inducidos por nuevas tecnologías y por nuevos procesos económicos. De todo eso van a hablar ustedes a lo largo de este encuentro y en particular mis colegas que van a representar a la Licenciatura.

Por último quería decir que la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación se encuentra, si se quiere, a sus anchas en este tema. Una característica de la Universidad

de la República es la de ir a las cosas fundamentales, a las cosas básicas, ser relativamente renuente a las modas que también cunden en el saber y en la academia, para plantearse los problemas científicos y los problemas de la verdad, los problemas de fondo. Nuestra Casa de Estudios no sólo desarrolló la parte de publicidad, la parte de periodismo y la parte artística vinculada a la comunicación, sino que además desarrolló una línea de reflexión comunitaria que es una tradición gravitante en Ciencias de la Comunicación. Un número significativo de docentes y estudiantes se ha formado en la perspectiva comunitaria y educativa. Se trata de una línea de pensamiento que ha subrayado, antes que los efectos de poder de la técnica, los efectos de la vinculación y de la realidad de la comunicación para las personas y las comunidades. Desde los trabajos de Mario Kaplún, en los años ochenta en la Universidad de la República y en la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, con el aporte de otros estudiosos, se ha desarrollado una reflexión sobre el problema de la persona y de la comunicación interpersonal.

Entonces, esta es una línea en la que nos sentimos cómodos y les auspicio desde ya el mejor desarrollo de este diálogo, con la seguridad de que nuestros colegas de la Licenciatura van a hacer todo lo posible y ante todo, como decía en un principio, para que tengamos una oportunidad mejor de desarrollar el vínculo entre quienes protagonizan la comunicación y quienes desarrollan el estudio acerca de la misma actividad.

Es necesario que reflexionemos de los dos lados y que actuemos con iniciativa de los dos lados, y este seminario es una excelente oportunidad para desarrollar este vínculo.

Domingo Rielli

Director de Radio Durazno AM 1430, dirigente de la Cooperativa de Radioemisores del Interior (CORI), empresario agropecuario

Antes que nada los muy buenos días, el agradecimiento para la Asociación Cristiana de Jóvenes que nos permitió estar acá y el saludo por supuesto a todos los integrantes de *Todas las Voces*, que sábado a sábado estamos en comunicación desde nuestro departamento de Durazno y también el saludo, y el abrazo fraterno para todos los hermanos de América que vamos a tener la oportunidad de compartir vivencias en esto que es la comunicación rural. Sinceramente no nos imaginábamos que íbamos a estar en la Intendencia Municipal de Montevideo dirigiéndonos con nuestras humildes palabras, pero en la medida en que sabemos que los visitantes son de diferentes comunidades rurales, creo que nos sentimos bastante a gusto y para nosotros que no hacemos comunicación habitualmente, nos da la fuerza como para poder hablar de igual a igual.

Creo que lo nuestro es contarles la experiencia que hemos vivido en estos años de integración a través de unas radios del Interior, a través también de un diario del departamento de Durazno y en definitiva una integración que se da desde hace algo más de dos años.

Sinceramente, en primera instancia nos creó muchas dudas de que se pudiera llevar adelante un proyecto de esta naturaleza, no teníamos experiencia, nosotros estamos integrados a una cadena de radios nacional, la Cooperativa de Radioemisores del Interior, pero es otra cosa muy diferente. Se elabora en Montevideo, el producto sale hacia el Interior por medio de una microonda de la Administración Nacional de Telecomunicaciones, pero es elaborada en Montevideo con una participación muy controlada por parte de los periodistas del Interior y de las informaciones del Interior.

Este proyecto no lo veíamos fácil que fuera viable, porque había que juntar muchas cosas, había que formar comunicadores en cada uno de los lugares, había que hacer que la parte técnica fuera posible. Desde que estamos al frente de la radio hemos buscado que las cosas salgan técnicamente de la mejor manera posible, y veíamos que coordinar todas esas cosas era bastante difícil por no decir imposible en nuestra primera impresión.

De todas maneras, como sabíamos que la Asociación Cristiana de Jóvenes había estado haciendo un trabajo muy bueno en un lugar de nuestro departamento, La Paloma, nos pareció que era un desafío para ellos y para nosotros. Con base en esto no dudamos en la intención de querer sacar adelante también este proyecto, y empezamos a armar, empezamos a trabajar. Poco a poco fuimos poniendo en marcha una idea a la que nosotros le vemos muchos puntos altos, también algunos puntos débiles o que pueden estar en el debe, pero que tiene muchos puntos altos.

Creo que muchas veces cuando se habla de radios comunitarias, que en nuestro país no están legalizadas y que se ha hecho digamos hasta un combate a esas radios comunitarias, en el caso de una de las que integra la cadena que es FM Oxígeno, sufrió en algún momento el hecho de que le sacaran todos los equipos por ser una radio comunitaria no autorizada. Pero de alguna manera, a través de esta experiencia creo que hemos logrado que las buenas intenciones que tiene una radio comunitaria, que es la interacción y el comunicar las cosas de una sociedad, se pongan en práctica a través de radios legalizadas y radios oficiales.

Esta cadena la integramos en Radio Durazno, desde donde se hace en los estudios el programa en vivo, después también participa FM Oxígeno de La Paloma y luego se integró Radio Agraria de Cerro Chato. De esta forma cubrimos no sólo el departamento sino todo el centro del país. Creemos que la posibilidad que han tenido aproximadamente 30 comunicadores que están en esta idea, de **plantear no solamente los problemas que hay en cada zona, en cada localidad, no solamente comentar a la audiencia de todo el departamento, a las autoridades, los problemas; sino hechos, realidades, festejos, tradiciones que se viven en cada poblado, creo que son una de las cosas positivas y más rescatables.**

Sinceramente, cuando arrancamos y en los primeros programas veíamos las dificultades técnicas, después poco a poco se fue logrando que cada localidad se hiciera de equipos y hoy por hoy en materia técnica el programa está saliendo en óptimas condiciones, siempre se puede mejorar pero creo que se ha avanzado mucho y que

estamos, comparado con los otros programas de la radio que se hacen exclusivamente desde los estudios, al mismo nivel.

Hoy, ustedes que vienen de diferentes puntos de América saben que las formas de comunicarse son muchísimas. La revolución que ha traído la comunicación a través de internet, puede pensarse que quizás las radios pierdan un poco de preponderancia, o que la televisión no tenga la misma fuerza o que el diario no sea tan leído. Sin embargo, hablando también como directivo de la Cooperativa de Radioemisores del Interior, y por la convicción de todos los que estamos haciendo radio, quiero decirles que ese sentimiento que da la comunicación de radio, ese sentimiento que da escribir y leer el diario de cada pueblo, de cada pago, indudablemente es algo que no se trasmite por internet. Por internet podemos recibir noticias del mundo y de lugares insólitos y comunicarnos con personas que no sabemos ni donde están, pero esa comunicación, ese trato directo diríamos, tan humano que hay en escuchar una voz, en reconocer una voz, en querer conocer a la persona que habla y que a veces no la conocemos por mucho tiempo, o el que escribe un diario, pensamos que es muy fuerte; nos animaríamos a decir en todos los países, porque es una comunicación tradicional pero que no ha perdido vigencia.

Entonces, si bien las radios del Interior tenemos preponderancia en cada departamento, este hecho de estar comunicados e interrelacionados entre cada uno de los que están en las diferentes localidades y las ciudades mayores, pienso que son uno de los aspectos más destacables que podemos tener y una de las cosas más lindas que nos ha tocado vivir.

Hemos compartido a veces en los estudios, hemos compartido la radio simplemente como oyentes, hemos compartido encuentros de trabajo y el grupo humano que se ha armado, todos tirando para el mismo lado, todos haciendo las cosas sin otra intención que el progreso, es algo diferente y positivo.

A modo de ejemplo, podemos destacar en las últimas campañas políticas, electorales, pudimos observar la fuerza que tenía este equipo de comunicadores, la fuerza que tenía este proyecto porque podemos asegurar que como encargado de la radio, todos los políticos querían estar en *Todas las Voces*, todos los políticos querían tener su voz también en este programa porque era indudablemente repercutir en todo el departamento, poder llegarle a un caudal de gente importante, entonces eso era lo que nos daba la pauta clara de que se iba por el buen camino, de que íbamos haciendo las cosas bien.

Pienso que más o menos les he podido brindar las fortalezas de este proyecto, hay algunas debilidades, gracias a Dios no son muchas. Yo me anoté dos o tres cosas que quedan en el debe por decirlo de alguna manera. Una fue no poder lograr que esta cadena, lo que era la intención primaria de este proyecto, integrara a todas las radios del departamento. Todos no pensamos igual, todos no tuvimos la convicción de que este era un proyecto apolítico, que era un proyecto sano, que era un proyecto pensando en el futuro que seguramente iba a ser un ejemplo en nuestro país, como los hechos lo han indicado.

Nosotros hicimos, y nos consta que la Asociación también hizo lo propio, muchísimos esfuerzos para lograr que, más allá de la competencia que tenemos día a día con las diferentes radios que hay en el departamento, hicimos muchos esfuerzos para poder lograr que en estas dos horas de comunicación se pudiera hacer que todas las radios del departamento estuvieran unidas. Un día saliendo de un estudio, otro día de otro, pero que en definitiva se estuviera unido en un sentimiento, en la convicción de algo que pudiera sacarnos adelante y no lo pudimos lograr. Se recibieron incluso algunas críticas, pero pienso que con el tiempo también se han venido dando cuenta de que las cosas son diferentes y por ahí algún día todos vamos a poder estar juntos. Y sin duda, debe ser un espacio donde las radios no podemos competir, por lo menos en el pensamiento personal todas tenemos que estar buscando el bien de todo el departamento más allá que después, en el resto de las horas compitamos, nos peleamos los mismos avisos, nos peleamos la primicia, pero en esto no podía haber otra opinión.

Creo que otro de los puntos todavía a resolver es el financiamiento, es decir, en tiempos difíciles como los que estamos atravesando que el proyecto no caiga por falta de recursos, porque sabido es que el hecho de lograr que haya 30 personas o un número muy similar en diferentes puntos aportando noticias, aportando hechos, aportando comentarios tiene sus costos y cuando hay que salir a buscar avisos se encuentran los mismos problemas que tienen la televisión aquí en Montevideo, los grandes canales, los grandes medios, y es uno de los hechos que a veces nos hace dudar.

Es una de las cosas en las que se tiene que seguir trabajando, pero creo que es una experiencia realmente positiva, una experiencia que, diríamos, nos proporciona un motivo de orgullo, yo en cada lugar por ahí que ando digo que en Durazno hacemos un programa de estos, más allá de que me atribuyo el derecho de decir hacemos porque en definitiva los que hacen son ustedes, los que están en cada una de las localidades, pero lo siento como mío y me tomo el atrevimiento de decir hacemos. Esta experiencia creo que es un orgullo, en el país no hay otra experiencia similar, de ser por lo menos los primeros y por ahí también ojalá que sea imitado en todos los departamentos y un día podamos lograr experiencias similares a nivel nacional, también con proyectos que puedan ser cadenas nacionales.

Hablé más de lo convenido, reiterar el agradecimiento y las disculpas por si uno de repente no lleva la conversación muy ordenada y por sobre todas las cosas reiterar la alegría de estar compartiendo con ustedes este día.

Carlos Román

Director del Diario Regional El Acontecer, Durazno, Uruguay

Buenos días a todos y un saludo a viejos conocidos, que nos vemos seguido, la gente de la Asociación, a los visitantes, que más que visitantes compañeros de estas experiencias. Después de Domingo es poco lo que hay para decir tal vez sobre esta

experiencia. Seguramente que él como comunicador radial tiene un poco más de derecho propio de hablar de esta experiencia que nosotros. Como prensa escrita, no soy persona de palabra, somos de escribir, probablemente sea una situación un poco más alejada de esa comunicación más fluida que es la radio.

Rescato de esta experiencia una cosa que me parece interesante y es que, como decía Artigas, nuestro héroe nacional: **“Sean los orientales tan ilustrados como valientes”**.

Me parece que en este proyecto está implícito ese esfuerzo e interés por llegar a todos los rincones de un país que aunque es chiquito a veces tiene una lejanía, sobre todo en una centralización que nos duele, y nosotros que estamos en el centro del país increíblemente la sentimos en mayor proporción. Ustedes que han recorrido muchas veces Durazno lo han visto en carne propia y los compañeros del interior de Durazno lo saben, creemos que toda la gente que está en comunicación, tal vez la gente de la Asociación de la Prensa Uruguaya también lo conozca, porque por su recorrida informativa sabe cuál es la realidad de este país.

Nosotros aportamos el esfuerzo editorial a un proyecto que arrancó radial y que después, por la actualidad de la comunicación se transforma en multimedia. Seguramente va a seguir otros derroteros que no quedan en la radio, que no quedan en el diario, que acuden y aprovechan este fenómeno de comunicación tan interesante que nos está brindando el mundo actual.

Otro aspecto importante es el rescate de la democratización que se da en la comunicación con este proyecto y también la formación personal de mucha gente del Interior, que ha encontrado una forma de llevar adelante una vocación periodística, una vocación de comunicadores, que me parece muy interesante y debe encontrar mayor apoyo. Suscribo en todo las palabras de Domingo en ese aspecto.

Me da la impresión de que este país va a necesitar que la comunicación esté apoyada no por los caminos tradicionales y a veces no tan claros del apoyo condicionado a los medios de comunicación, sino el otro apoyo, que pasaría porque se pudieran comprar más diarios, que se pudiera acceder a mejor publicidad, sobre todo en el Interior donde está muy agotado ese tema.

Creo también que frente a una globalización que nos está, de alguna forma, agobiando con una propuesta descabellada, una propuesta muchas veces difícil de discernir, muchas veces difícil de cuantificar y de cualificar en toda su amplitud; **creo que lo local pasa a ser irremediamente una defensa que tiene el medio para encontrar una identidad**. En esto, aunque la discusión puede ser muy grande y aunque el intercambio puede ser eterno, me da la sensación de que estamos en un momento de cambio, con profundización de lo local. Sin olvidar que estamos inmersos en el mundo, me da la sensación que ese es el camino. Sobre todo en el Interior que tiene necesidad de encontrar una mayor expresión frente a lo que ha sido el acostumbamiento a la centralización, hasta en las comunicaciones.

Hasta aquí lo que puedo expresar y agradezco mucho esta invitación, y que de pronto la humildad de nuestra posibilidad de expresión nos haya permitido expresarnos frente a ustedes.

Hugo Machín

Periodista, docente, vicepresidente de la Asociación de la Prensa Uruguaya (APU)

Las nuevas tecnologías y la comunicación local

Les agradezco a los organizadores la posibilidad de estar presente, agradezco que la Asociación de la Prensa, el sindicato de las trabajadoras y los trabajadores de la comunicación, pueda estar en ámbitos como este y, además, compartiendo la misma mesa con quienes me precedieron en el orden de las intervenciones.

Ellos, desde la mirada de quienes tienen la responsabilidad de llevar adelante una empresa, yo, con la de quienes tenemos la responsabilidad de integrar los cuadros laborales de las empresas periodísticas del país y este es un hecho que tiene mucho que ver con lo que está viviendo el sector de medios de comunicación del Uruguay.

Pensando en esta etapa de los trabajos de ustedes, entiendo que en Uruguay, desde los empresarios periodísticos y desde nosotros los trabajadores y las trabajadoras, no hay una suficiente conceptualización y experiencia en materia de comunicación local. No así por parte de la academia. Creo que justamente en el caso uruguayo han sido desde ella que proviene la reflexión sobre la comunicación y el periodismo, también el caso de la prensa local.

Sin perjuicio de esto, en mayo participé en un encuentro de docentes de la comunicación, organizado por la Universidad Católica del Uruguay (UCUDAL) con la participación de mucha gente proveniente de los mismos países que hoy están aquí representados por ustedes y allí, en el programa, en los trece grandes temas de análisis, había tres vinculados a lo que hoy están ustedes trabajando: *Comunicación y movimientos populares ¿cuáles redes?*; *Contribución del Mercosur para desarrollar una Escuela Latinoamericana de Comunicación* y, el tercero, *Riesgos e incertidumbres y diferencias en la investigación comunicacional en la región*.

Es decir que en ese ámbito, que era más allá del Mercosur, en todos esos temas de estudio, había tres ejes demostrativos del interés existente en la región por estos temas, de la atención que demandan por parte de quienes están investigando sobre la comunicación en nuestro país.

De pronto en Uruguay, en el Cono Sur y muchos otros países de América Latina, no es de extrañar que en los años 70 y en toda la década del 80, en función de los regímenes autoritarios o de las dictaduras que soportamos, no es casual que no se haya reflexionado públicamente, o no se haya trabajado más en este tema. Esa puede ser una explicación, porque es a partir justamente de ir acercándonos más a los 90, que empecé a encontrar

referencias, trabajos. Por lo menos yo, que soy bastante nuevo en este tema. En particular un libro de la Universidad de Río Cuarto, de Argentina, del año 1997, con un prólogo escrito por Marques de Mello, en el cual hay varios ensayos sobre la comunicación local.⁽¹⁾

En el caso de Córdoba, por ejemplo, hubo un gran crecimiento, se quintuplicó el número de emisoras locales en la provincia. Es un dato importante. En Córdoba, el grueso de esas radios tiene un alcance zonal, un radio de 50 quilómetros. También es un dato.

En ese libro hay estudios sobre la frecuencia de emisión, sobre contenidos, y más o menos todos los casos presentados ofrecen el mismo espectro: el programa informativo de la mañana, luego el programa ómnibus, la revista informativa, los espacios musicales, etcétera. En esto de la programación ya los elementos son más previsibles.

Pionero. El caso uruguayo es llamativo porque Uruguay, en el tema de nuevas tecnologías, en el siglo pasado por lo pronto, en la radiotelefonía, fue un pionero. Hay un libro, *La Radio y la Televisión de los Pioneros*, escrito por el colega Ildefonso Beceiro, donde aporta una serie de datos que vale la pena consignar.

La primera emisión uruguaya estable con la voz humana fue realizada en agosto de 1922 por la Radio General Electric, que actualmente es El Espectador, y fue la segunda radio en el mundo en ese tipo de transmisiones. La instalación en una emisora del primer receptor directo de noticias en el mundo, fue realizada en Montevideo por parte de la agencia UPI en El Espectador. De inmediato en el resto del mundo se pidió ese adelanto técnico. Esta decisión uruguaya estaba marcando también una vocación por la información, además del entretenimiento inherente a esa nueva tecnología de los albores del siglo pasado.

La primera emisión radial deportiva en América Latina fue realizada por Radio General Electric en el año 1922. La primera emisora en el mundo en transmisión continuada, 24 horas sobre 24, fue Radio Imparcial en el año 1955.

La primera transmisión de un campeonato de fútbol mundial, en el mundo, fue realizada por el Servicio Oficial de Radiotelevisión y Espectáculos (SODRE) y por Radio Sport en 1930 y la primera emisora de Frecuencia Modulada (FM) de América del Sur fue Emisora del Plata que cuando se instaló en 1960 era conocida bajo otra denominación.

¿Por qué a mí me llamó la atención esto? Porque estos datos también hablan de otro país, de otra visión y de otra capacidad de entendimiento para las nuevas tecnologías de la época.

(1) *La bocina que habla, Antecedentes y perspectivas de los Estudios de la Comunicación Rural*, de Cimadevilla, Gustavo; Carniglia, Edgardo y Cantú, Ariadna. Universidad Nacional de Río Cuarto, 1977, 208 págs. comunica@unrccc.edu.ar

Cuenta Beceiro que fue casi por casualidad que la radio apareciera tan temprano en el país, porque ese trasmisor venía para Brasil y por razones de seguridad nacional no se le permitió desembarcar. Entonces fue a Buenos Aires y por las mismas razones no pudo ser recibido en Argentina y vino para Montevideo. Un comerciante, eso también es significativo en los orígenes de la radio, o sea un empresario, vio allí una veta interesante que caracterizó y todavía caracteriza buena parte de los contenidos de la radiotelefonía y de la televisión.

Con la intención de analizar las tecnologías de ahora y su relación con lo local también me preocupé por ver qué es lo que hay, a mi alcance, obvio, en la reflexión teórica.

Sin certezas. Todavía no habría definiciones muy precisas sobre cómo va a incidir en definitiva toda la nueva tecnología en los medios de comunicación en lo atinente a la economía y el empleo; o la ciencia y la educación; el arte y el entretenimiento; los nuevos puestos de trabajo o la pérdida de los puestos de trabajo. Más allá de que hay algunas experiencias en países y regiones.

Pero una conceptualización, un corpus, por lo menos yo no encontré y parecería que desde la teoría existe reticencia a querer apostar acerca de qué es lo que puede pasar en el futuro con las nuevas tecnologías de comunicación y con las actividades que tienen que ver con esas tecnologías, porque, precisamente, son tan cambiantes que no existe certeza respecto de qué pueda suceder desde el punto de vista tecnológico.

En el transcurso de la mañana aquí hubo valoraciones de gente idónea en este tema. Yo tengo una percepción que se las quiero trasladar, más que nada fruto de la experiencia, que de eso se trata lo mío. Estoy aquí por la experiencia laboral, no por mis conocimientos académicos.

Los valores tradicionales, los valores y los antivalores que pautan la comunicación y el periodismo, con las nuevas tecnologías siguen estando presentes.

Están tan vigentes como siempre, sin embargo hoy, cuando en la localidad alguien plantea la agenda diaria, a diferencia de lo que pasaba hace años que sólo en Montevideo se podía recibir cables de las agencias noticiosas, ahora, en la medida en que en la localidad se puede acceder a una computadora, también a las cinco de la mañana o a cualquier hora en un medio de difusión local puede bajarse de internet lo que se considere adecuado para esa agenda informativa. A esto se suma la masificación del teléfono celular.

Ya no se depende de la cadena informativa del mediodía de las radios montevideanas para tener la agenda informativa de cada jornada.

Sin embargo, no nos engañemos. Sabemos que todavía los costos de estas tecnologías no son tan accesibles como parecen, en particular cuando salen del bolsillo personal. El porcentaje de usuarios de internet en los distintos interiores del país es aún muy bajo, así como subsisten las dificultades técnicas para la comunicación telefónica en las áreas rurales.

Más responsabilidad. Entonces, esa primera reflexión o percepción que señalé creo que es válida. Los mismos valores y antivalores que han regido la práctica cotidiana de la prensa y la comunicación están allí planteados. Lo que hay ahora es una mayor responsabilidad para las y los comunicadores locales, una mayor necesidad de formarse e informarse, para ser más leales a su audiencia, a su teleaudiencia o a quienes reciben la prensa.

Vamos más a los aspectos que están erosionando, lastimando la práctica cotidiana. Porque no creo que puedan ser muy diferentes de los problemas que se plantean en el caso uruguayo, en Montevideo o en Durazno, o en Caraguatá o en Tranqueras.

Una entidad que trabaja con periodistas fundamentalmente de las regiones interiores de los países latinoamericanos, el Centro Internacional de Periodistas, organizó una serie de encuentros en México, Brasil, Venezuela, Chile y también en Uruguay, en Maldonado, en marzo del año 2000.

De los 25 periodistas que participaron, 23 eran de distintos departamentos y zonas del Interior. De esos encuentros lo que surge como aspectos más problemáticos para los colegas y las colegas, es la aceptación de sobornos y favores, la tergiversación de la materia informativa, el conflicto de intereses, el abuso de poder por parte del medio y el uso del engaño en la obtención de noticias.

¿Cuáles son los valores para la Asociación de la Prensa Uruguaya como institución? Me corresponden las generales de la ley, pero además participo de ellos y los impulso junto al resto de mis colegas.

¿Cuáles son los valores que nosotros destacamos para la colega, el colega, que trabaje en una empresa periodística grande, de acuerdo a las dimensiones de estas latitudes, o para el o la responsable de una hoja informativa quincenal o de una comisión de vecinos?

En primer lugar el valor de la vida. En primerísimo lugar, el derecho a la vida o el valor vida está por encima del derecho a la información, del derecho de la información y de la libertad de expresión. El valor verdad, el valor del amor, en toda la concepción que tiene. Empezando por el amor a lo que se hace, pero el amor en término de relaciones humanas, el valor de la libertad, el valor de la imparcialidad, el valor de la solidaridad, el valor de la tolerancia y el valor de la responsabilidad.

Conflictos. ¿Por qué insistimos en el tema de los valores?

Porque los conflictos que se nos plantean cotidianamente, no están planteados entre algo horrible y algo precioso. Así sería fácil la opción. En general los conflictos se plantean bajo la forma de valores contrapuestos. Al o a la profesional, se le plantea, por ejemplo, un conflicto entre "verdad" y "lealtad".

Entonces, ¿informo lo que yo entiendo que es la verdad, que siempre es tan cuestionable, tan difícil de llegar y, además, multifacética?.

Entre esa verdad y la lealtad a mi fuente se puede plantear un conflicto con la lealtad al ámbito social, con el que tengo más sentido de pertenencia, como trabajadora o trabajador.

Se puede plantear también un conflicto, como dueño de una empresa periodística, entre la verdad y la lealtad.

Se puede plantear un conflicto entre el "individualismo" y la "comunidad". Ambos son valores. Porque el individualismo es, si no está asumido en forma egoísta, un valor. Hoy alguien que habló previamente se refería a una nueva visión antropológica del individuo, pero también se confronta con otro valor en sí mismo, que es el de la comunidad.

Puede darse un conflicto entre la "justicia" y la "misericordia", la piedad, en el sentido de actuar en forma paternalista, o maternalista para que no se ofendan las colegas.

Se puede dar un conflicto entre el corto y el largo plazo, porque a veces la información hay a que darla ahora, sí, pero ¿hay que darla realmente ahora? Sí, sí, porque perdemos con la competencia. Pero ¿está verificada? El conflicto no es poca cosa. Es entre ganar, en la primera plana para un diario, o en la apertura del informativo, o perder con la competencia.

Creo que el esfuerzo pasa por ahí, por situarse entre valores casi en conflicto. Porque si no, es fácil. Alcanzaría con el uso del sentido común. Sin perjuicio que existen situaciones que pese a ser claras sobre cuál sería su definición el valor a ser defendido parece igualmente.

Nosotros en la Asociación de la Prensa Uruguaya nos manejamos con un criterio que no necesariamente es un código o una fuerza de ley, no lo podrían tener, pero tiene que ver con criterios para tratar de hacer más transparente la función nuestra que es otro de los defectos que adolecemos las periodistas y los periodistas uruguayos. No hacemos transparente la función periodística frente a la sociedad civil y muchas veces nuestro trabajo es incomprensible.

Nuestros códigos de trabajo, nuestros procedimientos, nuestras expectativas, nuestras ansias de trabajo, muchas veces son fácilmente caricaturizadas. Deberíamos ser los primeros en dar testimonio diferente sobre cuál es el oficio o la profesión periodística.

Yo cambié un poco el sentido de lo que tenía previsto después de escuchar a quienes me precedieron. Querría proponer algunos criterios que ayuden a reflexionar, y después algunas preguntas que surgen de la vida cotidiana del periodismo, porque en definitiva no veo diferencia entre el comunicador o comunicador local y el periodista nacional o departamental, o como se les pueda denominar en otras realidades del continente en cuanto a la forma de funcionar y actuar.

Sin duda que la experiencia, la capacitación, las posibilidades de hacer práctica varían según enfoquemos la prensa local o nacional, pero respecto de cómo manejarse en términos periodísticos yo no veo las diferencias y me explico.

Despartidizarse. Los grandes medios de comunicación de Uruguay pecaron desde su nacimiento de ser subsidiarios del acontecer político. El país se hizo a caballo de los grandes diarios y la prueba está en que cualquiera de nosotros va a un texto de historia, de los investigadores más conocidos, y verán la permanente referencia a los diarios y semanarios de la época. No sólo porque la prensa, el diario, es la memoria de las sociedades, sino porque, además, cualquier tema político, económico, tuvo siempre su reflejo en la prensa, diría hasta el año 1973.

Desde los orígenes de la sociedad hasta el año 73. Luego con el golpe de Estado sobreviene un periodo de censura, de clausuras, de autocensura y el advenimiento también en el resto del mundo de nuevas visiones. La prensa estadounidense tuvo el síndrome de Vietnam, después el síndrome de Watergate, para nombrar uno de los polos emisores de teoría y de concepciones periodísticas en el mundo.

En el país y en la región sucedieron hechos en esta materia. Se llega al año 1985 con muchas expectativas y un intento de hacer un periodismo menos pegado y dependiente de los partidos políticos. Ese camino ha tenido sus altas y bajas. Cuando se acercan las campañas electorales es más o menos evidente el apartamiento de ese intento. Lamentablemente no se ha podido despegar totalmente ni propender a la empresa periodística donde lo fundamental sea la información y también una empresa comercial, una empresa que tiene en cuenta los aspectos de marketing, los aspectos de rentabilidad, de utilidades, sin duda, pero con lo informativo como norte, separado de la opinión y no esa actitud de estar al golpe de balde de lo que plantean los líderes partidarios, sensibles al llamado telefónico efectuado para presionar a los empresarios de prensa o a los periodistas o sensibles también a otras formas de presión.

Aquí ya ingresamos en otros aspectos que tienen que ver con agresiones y acotamientos al derecho a la información y a la libertad de expresión en el país.

Yo creo que la información local puede recorrer otro camino. Quienes me precedieron hablaron con justeza de la existencia de errores, de debilidades. Hay debilidades, existen dependencias, pero también debe existir la posibilidad de recorrer un camino diferente, de menos compromiso con el mundo político y de mayor compromiso con la opinión pública, con la sociedad civil, de mayor compromiso, en definitiva, con la profesión, con el oficio.

Alguien puede decirme que si viviera y trabajara en una comunidad chica seguramente sentiría mucho más la presión. Es cierto. Porque, de pronto, uno se cruza con el Intendente una vez por día, con los actores políticos y sociales que ejercen su presión, sea el caudillo político, el jefe de policía local, el cura, el responsable de un servicio público, es decir, existe un roce casi físico diferente de la gran ciudad.

Tengo la impresión, quizás errada, que podría trabajar observando siempre una clara distinción entre hecho y opinión, difundiendo únicamente informaciones que estén fundamentadas, verificadas, chequeadas como se dice en la jerga periodística, saber rectificar.

Sobre esto hay un mito que nosotros cultivamos: la prensa no se equivoca. Es un mito como tantos que hay en torno de la prensa.

En ese hipotético trabajo en prensa local que intento acotar, también se pueden utilizar métodos dignos para obtener información. No hay por qué apelar a mentiras, a subterfugios o engaños, o recurrir al periodismo de emboscada en el sentido de preguntas que puedan ser alevosas.

Básicamente, yo diría que va por ahí lo que nosotros manejamos como criterios y, para terminar, les dejaría, pero me las formulo para mí también, preguntas que diariamente nos hacemos.

Ética empresarial. ¿Qué alternativas se pueden tener cuando sobrevienen las amenazas? Creo que es una realidad que hay que tener presente, que no puede estar en la teoría, sino en la práctica. Entiendo que ámbitos como este y experiencias como hoy ustedes están llevando adelante, son los momentos para intercambiar y para ayudarse. Por lo menos yo lo he practicado así.

Si un periodista, una periodista, elige permanecer en silencio ante una presión, u opta por autocensurarse ¿quién está ganando y quién está perdiendo? Debemos hacernos la pregunta: ¿se puede obligar a un periodista a escribir, a informar algo que puede estar poniendo en riesgo su seguridad o la seguridad de su familia? ¿Puede existir, no digo la obligación, pero sí la presión social? Porque también puede existir la presión moral.

¿Qué funciones laborales pueden generar conflicto de intereses a quien está en la comunicación local, por ejemplo y, a su vez, asume otras responsabilidades vinculadas a la función pública, o a veces, a un caudillo local o a un caudillo político o a quien tiene un tipo de preponderancia en la sociedad? ¿Dónde residen esos conflictos de intereses?

En otro orden, ¿qué responsabilidades tienen que ser compartidas por el empleador con su trabajador? ¿Puede existir una ética periodística si no hay una ética empresarial? Es una pregunta clave y ¿qué se hace cuando no existe ética en la empresa que uno/a está empleado/a?

¿Debe participar la periodista o el periodista en movilizaciones sociales y movilizaciones políticas que están poniendo en juego tensiones o situaciones de enfrentamiento o digamos controversia social y sobre las que, a su vez, informa u opina? ¿Queda o no queda interdicta su independencia de criterio y búsqueda de distintas visiones ante su audiencia, teleaudiencia o quienes comprenden el diario o el semanario en el que escribe?

Otra pregunta: ¿cómo se aplica la libertad de conciencia en cada caso? La libertad de conciencia, en concreto ¿existe en el país de ustedes? ¿Existe esa posibilidad de que la profesional o el profesional se acoja la cláusula de conciencia? Creo que es importante reflexionar en conjunto si existe o no existe la cláusula, que le preserve su libertad de conciencia, de no tener que opinar contra lo que piensa.

Si yo no puedo emitir una información, no puedo porque mi editor, o el dueño de la empresa donde yo trabajo lo impide, ¿está bien que yo se la proporcione a un colega de la competencia? ¿Qué es lo que debe primar en ese caso, el derecho a la información de la opinión pública, o mi lealtad hacia la empresa que es la que me paga el sueldo?

Estas reflexiones son parte de las interrogantes que cotidianamente, en la vida laboral, están formuladas. Van y vienen, a veces adquieren una forma, a veces otra, por eso me parece legítimo que, si estamos entre comunicadores, entre periodistas, compartirlas.

Este puede ser el aporte que la Asociación de la Prensa Uruguaya puede traer a un ámbito como el que ustedes han generado hoy aquí. Les agradezco.

Ernesto Rodríguez

Sociólogo, ex director del Instituto Nacional de la Juventud (INJU) y ex presidente de la Organización Iberoamericana de Juventud (OIJ), actualmente trabaja como consultor de Naciones Unidas (CEPAL, UNESCO, OIT, UNFPA, UNICEF) y del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) en Políticas Públicas de Juventud y Desarrollo Social

Sociedad del conocimiento y desarrollo local: experiencias y desafíos desde la construcción de ciudadanía

Como todos sabemos, las nuevas tecnologías de la información y la comunicación están impactando fuertemente casi todas las aristas de la dinámica personal y social en todo el planeta. El aprendizaje a distancia, el teletrabajo y las bibliotecas digitales, son sólo una muestra del evidente impacto de la internet a todos los niveles, y aunque todavía se trata de herramientas a las que acceden unos pocos (América Latina tiene el 8 por ciento de la población mundial, pero sólo el 3,5 por ciento de los navegadores de internet y apenas el 1 por ciento del comercio electrónico mundial) también es cierto que en los últimos cinco años, el número de usuarios se multiplicó por 15 en nuestro continente (el crecimiento más grande de todo el mundo), en un contexto donde todavía apenas un tercio de la población tiene acceso al teléfono y seguimos teniendo serias carencias en términos de acceso a la energía eléctrica.

También sabemos, los noticieros nos informan diariamente las novedades al respecto, que en todos nuestros países se están desarrollando importantes inversiones y esfuerzos desde las políticas públicas, para “crear condiciones y mecanismos para la capacitación universal de la ciudadanía en las nuevas tecnologías y difundir la alfabetización digital”, y para que “todas las localidades cuenten con centros comunitarios de conexión a la red digital, a fin de superar la marginalización de la población del acceso a los servicios de

la nueva economía”, según se sostiene en la Declaración Final de un importante Encuentro Intergubernamental realizado el año pasado en Florianópolis (Brasil). Varios organismos internacionales, incluso, están ofreciendo cooperación para que estas iniciativas se vayan concretando efectivamente, y muchas organizaciones de la sociedad civil se van incorporando con dinamismo a estos procesos.

También a diario nos llegan señales que permiten dimensionar la complejidad de varios procesos en los que estamos inmersos, que van desde la globalización al auge de las identidades y los procesos de desarrollo local, pasando por una crisis cada vez más evidente de algunas agencias tradicionales de socialización (como la familia y la educación formal) que se desarrolla en paralelo al auge de nuevos actores intervinientes en estas dinámicas (como es el caso evidente de los medios masivos de comunicación). La integración regional, la descentralización, la reforma del Estado, la construcción de ciudadanía y tantos otros procesos por el estilo, nos desafían y nos interpelan constantemente en nuestro trabajo cotidiano, y nos dejan poco margen para reflexionar con cierta calma acerca de las implicancias de dichos procesos en nuestra labor específica.

Sin embargo, dicha reflexión es fundamental, pues sin ella corremos el riesgo de caer en un activismo inconducente, o de terminar siendo utilizados (consciente o inconscientemente) en el marco de estrategias impulsadas por terceros, que pueden o no coincidir con nuestros propios intereses específicos. Conviene por tanto reflexionar, al menos un momento al respecto, a los efectos de volver a nuestro trabajo más y mejor “posicionados”.

Integración de viejas y nuevas tecnologías de la información y la comunicación

Un primer aspecto sobre el que conviene reflexionar, es el relativo a la integración de viejas y nuevas tecnologías de la información y la comunicación, proceso del que podemos salir fortalecidos, si logramos definir estrategias pertinentes y no nos dejamos encandilar (ni confundir) con las complejidades que el tema inevitablemente tiene.

Durante décadas, los grandes medios de comunicación estuvieron en pocas manos por razones fundamentalmente asociadas a costos de operación y a economías de escala. Había que hacer grandes inversiones para poder operar con eficacia, por lo cual, sólo el Estado y algunos grupos económicos privados pudieron incorporarse al mercado correspondiente. Pero las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, de la mano de importantes innovaciones tecnológicas (la fibra óptica, los microchips, etcétera) han reducido (y lo van a hacer todavía más en el futuro) sustancialmente dichos costos, con lo cual, las posibilidades de operar en medios masivos, se amplían notoriamente.

Desde este punto de vista, la posibilidad de editar boletines informativos de buena calidad ya no está limitada en función de grandes tirajes, del mismo modo en que las emisiones de radio ya no requieren grandes estudios y costosos equipamientos. Lo mismo ocurre con la televisión, por lo que los términos del conflicto -en la actualidad- han cambiado notoriamente. Ahora, el gran problema se ubica en la elevada

concentración de los medios masivos de comunicación en pocas manos (en general de grupos económicos privados), que a su vez funcionan con cada vez más complejos sistemas de integración multimedia (radios, diarios, canales de televisión abierta y cerrada, sistemas informáticos, etcétera), lo que pone en tela de juicio -en última instancia- a la libertad y la democracia.

Jeremy Rifkin lo ha planteado con gran elocuencia recientemente, al afirmar que *“quien controle los canales de comunicación por los que un número cada vez mayor de gente llevará a cabo una parte creciente de su actividad comercial y social dictará las condiciones de la vida cotidiana. (...) Cuando el mismísimo derecho de comunicarnos unos con otros ya no esté asegurado o garantizado por el gobierno, sino controlado por poderosos conglomerados de medios de comunicación que se mueven en la era comercial global, ¿podrán seguir existiendo las libertades básicas y la verdadera democracia?”*. (El País, Madrid, 5 de mayo de 2001)

El tema remite, lógicamente, a las capacidades regulatorias del Estado en estas materias, pero va más allá. Otras dos aristas importantes son las vinculadas con la gestión de las radios comunitarias, que por miles y miles se han multiplicado en América Latina (libres, populares, barriales, ciudadanas, sociales, rurales, educativas, o como se llamen) que oscilan entre la lucha por la sobrevivencia, la clarificación de sus roles y la formulación de alianzas (para ocupar espacios que nadie regala) y las vinculadas con la producción audiovisual de calidad, ya con expresiones relevantes en el cine y en la televisión, pero impulsadas por productores profesionales aislados, sin que se registren todavía -salvo excepciones- alianzas explícitas y potentes con organizaciones de la sociedad civil y el Estado, en respaldo a procesos promocionales como los anteriormente aludidos.

¿Colaboración, competencia regulada o confrontación?

Lo dicho plantea, obviamente, oportunidades y desafíos sumamente relevantes, en varios planos y simultáneamente. Para empezar, resulta imperioso superar resueltamente la artificial confrontación desarrollada durante décadas entre micro y macro medios de comunicación, o dicho de otro modo, entre medios locales y masivos, y simultáneamente, es imprescindible cuestionar los clásicos modelos relacionados con la construcción de alternativas desde abajo, a todo lo establecido. La realidad -felizmente- es mucho más compleja y contiene muchas otras oportunidades y alternativas efectivas.

En lo que tiene que ver con la clásica confrontación entre micro y macro medios, es discutible si en el pasado tenía sentido, pero lo que resulta incuestionable es que ya no lo tiene desde ningún punto de vista. En todo caso, resulta más pertinente la tradicional contraposición entre medios comerciales y medios promocionales, que en la mayor parte de los casos fueron -más acotadamente hablando- medios culturales (vinculados mayoritariamente a la mal denominada “alta cultura”). Lo cierto es que entre los medios masivos de comunicación, hay experiencias públicas y privadas (que son diferentes) y aun al interior de ambos conjuntos, existen diferencias marcadas (a nivel público, hay

experiencias gubernamentales nacionales y subnacionales, junto a experiencias universitarias, por ejemplo). No corresponde, por tanto, meter todo en una misma “bolsa”.

Por otra parte, en lo que tiene que ver con la construcción de alternativas, el razonamiento puede ser similar. Así, en el contexto de Estados Nacionales centralizados y todopoderosos como los del pasado, los espacios que quedaban para los que no controlaban el aparato estatal eran, sin duda, muy pocos y marginales (lo cual, llevaba casi mecánicamente al desarrollo de alternativas totalizantes) pero esos Estados ya no existen (en varios países, por cierto, nunca existieron) y hoy por hoy el poder -desde este estricto punto de vista- está mucho más distribuido que en el pasado, lo cual cuestiona centralmente la construcción de alternativas con el enfoque clásico, y abre oportunidades inéditas al respecto, mediante la construcción de redes y de alianzas entre actores diversos que pueden compartir enfoques y unir esfuerzos para obtener objetivos comunes.

En este sentido, desde nuestras experiencias específicas, puede resultar muy productivo el desarrollo de alianzas con medios masivos de comunicación estatales, por ejemplo, y ello puede significar que tengamos que colaborar con la reforma y la recuperación de dichos medios para la promoción social en la que estamos involucrados, definiendo alternativas a la privatización, y otro tanto puede decirse en relación a una amplia gama de productores audiovisuales independientes, que también deben oscilar entre ser consecuentes con sus principios e intereses (muchas veces coincidentes con los nuestros) y el desarrollo de vínculos con circuitos puramente comerciales, que les permitan algo tan simple como tener trabajo con un mínimo de regularidad.

En todo caso, el tema de fondo remite a la necesidad de definir y aplicar estrategias que combinen -dinámicamente y sin ataduras inconducentes- la colaboración, la competencia regulada (no salvaje) y la confrontación, con los diversos actores involucrados en estos complejos y atractivos procesos de comienzos de un nuevo milenio.

Juventud y políticas públicas: una deuda que hay que saldar

En todos estos procesos, coexisten e interactúan numerosos y muy variados actores sociales y comunitarios, pero en casi todos los casos, quienes impulsan y protagonizan las dinámicas correspondientes, son jóvenes que generosamente brindan su tiempo y sus energías al desarrollo de procesos promocionales de muy variada índole. Esto no es casualidad, dado que los jóvenes están en plena etapa de emancipación, dejando la protección de la familia y la sociedad de la niñez (en el marco de procesos muy diversos, según la estratificación social, por cierto) y tratando de incorporarse dinámicamente a la sociedad a la que pertenecen (como trabajadores, como vecinos, como ciudadanos, etcétera).

Como se sabe, existe un enorme potencial al respecto, en la medida en que los jóvenes están más y mejor preparados que los adultos para lidiar con las nuevas tecnologías y no tienen ataduras de ninguna clase con las reglas de juego establecidas, por lo cual, están más naturalmente dispuestos a encarar cambios que mejoren el mundo en el que les ha tocado vivir, involucrándose creativamente en todos aquellos procesos para los que sean convocados con transparencia y sin manipulaciones de

ninguna especie. Pero las políticas públicas están en deuda con esos jóvenes, en la medida en que se han desarrollado hasta el momento tomándolos como simples beneficiarios (ofreciéndoles servicios en algunas esferas específicas) y desconfiando en gran medida de su posible rol como actores partícipes del desarrollo.

Una esfera paradigmática en estas materias es la referida a la educación media y superior, donde la cultura juvenil y la cultura escolar están totalmente disociadas (por razones diferentes en un caso y en el otro). Las culturas juveniles están siendo analizadas desde las ciencias sociales en algunos contextos específicos (en Argentina, en Colombia y en México, por ejemplo), pero los hallazgos de estos esfuerzos académicos están siendo más utilizados por los medios masivos de comunicación de carácter puramente comercial (que tienen toda una oferta hacia los jóvenes y se han logrado apropiarse de varias expresiones surgidas específicamente entre dichos jóvenes) que por la educación formal, la familia y las organizaciones de la sociedad civil en sus relaciones con las generaciones jóvenes.

Sólo en algunos pocos casos nacionales se ha intentado vincular más y mejor la cultura juvenil con la cultura escolar. En Chile, en los últimos cinco años, se han tratado de desarrollar las “actividades curriculares de libre elección” en el marco del Componente Jóvenes de la Reforma de la Educación Media, y en Argentina se está comenzando a implementar el Proyecto de Escuelas para Jóvenes (con una inversión de 1.200 millones de dólares) con objetivos similares, al tiempo que en Colombia se ha creado la figura de los personeros estudiantiles (que no se confunde con el dirigente gremial estudiantil), pero se trata de experiencias todavía excepcionales, que habría que multiplicar.

Se comienza, incluso, a utilizar los medios masivos de comunicación con más creatividad y profesionalismo que en el pasado (como con la serie televisiva *Francisco el Matemático* en Colombia, por ejemplo) pero esto es todavía más excepcional, y nos plantea el desafío de articular más y mejor nuestras experiencias promocionales con algunas políticas públicas de gran escala como las que estamos reseñando, desde un ejemplo específico entre muchos.

Eficiencia, pertinencia y compromiso: los desafíos de la gestión

Abordemos también la propia gestión operativa con la que desarrollamos nuestras prácticas promocionales, porque también en estas materias estamos enfrentados a nuevos y complejos desafíos. Si durante décadas muchas de nuestras instituciones pudieron trabajar con ciertos márgenes de protección, brindados por el financiamiento generoso de agencias internacionales o por instituciones estatales con las que establecíamos acuerdos de largo plazo no sujetos a la rendición sustantiva de cuentas (resultados e impactos efectivos, además de manejo transparente y no lucrativo de fondos), en la actualidad estamos cada vez más interpelados por procesos atravesados por la competencia -a veces regulada, a veces salvaje- entre muchas y muy diversas instituciones que interactúan en los mismos espacios o mercados, lo cual le brinda a aquellos acuerdos un carácter más transitorio e incierto.

En este marco, los aspectos vinculados con la eficiencia, la eficacia y la pertinencia de nuestra gestión, pasan a ubicarse en planos mucho más relevantes que en el pasado, todo lo cual lleva a que tengamos que cuestionarnos mucho más que en otras épocas respecto de nuestro efectivo compromiso con los destinatarios de nuestro trabajo promocional, algo que siempre supusimos incuestionable. Desde este punto de vista, resulta evidente que no todo lo que se hace con buenas intenciones está bien (por lo que deberemos incorporar más y mejor las herramientas de la moderna planificación en nuestra labor cotidiana), como tampoco todo lo que se hace con alcances masivos es o debe ser inevitablemente “comercial” o “para la dominación” (como se ha dicho durante décadas).

Hace poco tuve la oportunidad de participar en la Cumbre Mundial sobre Infancia y Medios de Comunicación, en Grecia, y pude conocer una experiencia realmente importante desde este punto de vista: la serie televisiva *Yizo Yizo*, destinada a un público de 7 a 15 años que se ve bien retratado en sus episodios, ya que aborda la problemática de los alumnos de una escuela media popular en Sudáfrica. Concebida por el gobierno como un medio de conciliar a la juventud negra al borde de la marginalidad y la delincuencia, con la escuela todavía asociada al poder blanco, y producida por creadores comprometidos con el tema, la serie cuenta con elevados niveles de audiencia y está logrando que el país empiece a dialogar consigo mismo, problematizando a todos los actores involucrados (Ver *Le Monde Diplomatique* en español, Buenos Aires, junio de 2001, página 30).

No conozco ejemplos de este tipo en América Latina, pero nada indica que no se puedan concretar. En todo caso, estaríamos ante la evidencia de que es posible desplegar auténtico realismo y no precisamente para construir celebridades descartables (como las series *Gran Hermano* ⁽¹⁾, por ejemplo), útiles para las grandes empresas ligadas a la televisión (ver el artículo de Ignacio Ramonet en la citada edición de *Le Monde Diplomatique* en español, páginas 36, 37 y 40), sino al servicio de cambios culturales de fondo en una amplia gama de temas que dividen a nuestras sociedades y hacen a la esencia de nuestra convivencia ciudadana, como el aborto, la violencia doméstica, los niños soldados, las drogas, la homosexualidad y tantos otros, vinculados en no pocos casos a la dimensión privada de nuestras vidas y que sólo excepcionalmente se transforman en temas centrales de nuestras políticas públicas. El vínculo entre estos procesos macro culturales y el desarrollo local es imprescindible, y en este sentido el trabajo que nosotros realizamos es insustituible.

Implicancias metodológicas o pedagógicas a tener siempre presentes

Finalmente, sería bueno no dejar de lado las principales implicancias metodológicas y pedagógicas de estas dinámicas, porque como todos sabemos no es lo mismo trabajar desde la educación formal, desde la promoción popular o desde la comunicación masiva.

(1) “*Reality show*”, programa televisivo que muestra la vida de jóvenes que comparten su residencia durante varios meses, sin contacto con el exterior.

Entre muchas otras diferencias relevantes, resulta imperioso tener siempre presente que las lógicas con las que se opera en cada caso específico son notoriamente diferentes.

La lógica de la educación formal se basa en lo fundamental, en un proceso racional y deductivo, que nos lleva desde la construcción de grandes teorías explicativas a la realidad cotidiana, a través de largos y complejos procesos de abstracción, que no todos pueden seguir. En el fondo, esa es la lógica con la que fueron construidos nuestros sistemas educativos formales cuando se destinaban a las élites conformadas por clases medias y altas (que eran las únicas que podían acceder a la educación) hace ya mucho tiempo. Pero la masificación y la diferenciación social de la matrícula de todos nuestros sistemas educativos ha llevado a que los niños, niñas y jóvenes pertenecientes a sectores empobrecidos o directamente marginales, incorporados al sistema educativo no puedan seguir dicho proceso, en la medida en que no disponen del tiempo ni de las condiciones familiares para efectivizarlo, lo cual explica en buena medida la crisis de nuestros sistemas educativos, medida en términos de fracaso escolar (por ejemplo).

El tema es sumamente complejo por cierto, y no puede ser abordado en el espacio de estas notas, pero a los efectos de lo que queremos plantear la esencia de dicho proceso es notoriamente diferente a la que rige a los medios masivos de comunicación, especialmente visible en el caso de la televisión, donde el lenguaje es más lúdico que conceptual, y mucho más afectivo y emocional que racional. Esto implica que no basta con elaborar mensajes para su transmisión televisiva (por ejemplo), pues si dichos mensajes se elaboran con la lógica del sistema educativo formal, el efecto va a ser totalmente nulo. Resulta decisivo lograr empatía emocional (primero) a través de la identificación de la audiencia con algún personaje clave, para emitir mensajes (después) que sean recepcionados efectivamente. Hay una larga lista de fracasos acumulados (por ejemplo en programas de extensión rural a través de la radio, basados en la emisión de mensajes “científicos” en boca de “expertos”) que muestran esto con toda la contundencia del caso.

Por tanto, resulta imperioso recordar que nuestro trabajo debe ubicarse correctamente en medio de estas complejas coordenadas. Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación pueden ampliar nuestro horizonte de posibilidades (en alcance, en calidad, en eficacia comunicativa, etcétera) pero siempre que recordemos que son sólo instrumentos, que pueden ser utilizados a través de muy diversas estrategias pedagógicas y metodológicas. **Debemos utilizarlas, por cierto, pero siempre al servicio de la construcción de ciudadanía, procurando el “empoderamiento” de los actores locales con los que trabajamos cotidianamente, y sin temor a involucrarnos en procesos más amplios, construyendo alianzas estratégicas con muchos otros actores al respecto, incluyendo canales de televisión, sistemas educativos, autoridades municipales y nacionales, universidades, etcétera.** No dejemos que nos gane el aislamiento, pero tengamos siempre presente el sentido de nuestro trabajo para potenciar al máximo nuestros esfuerzos y lograr los mejores impactos en los destinatarios de nuestra labor, que es lo que -en definitiva- realmente importa.

Elena Fonseca

Feminista, comunicadora, integrante de Cotidiano Mujer

Cotidiano Mujer es un grupo de comunicación feminista que, desde 1985, publica una revista del mismo nombre. Formamos parte también de la redacción de LOLAPRESS, una revista internacional y bilingüe (español- inglés) cuya redacción tiene su sede en Uruguay, Sudáfrica y Alemania.

Asimismo, desde 1994 tenemos un programa radial diario, *Nunca en Domingo*, que se emite por Radio Universal (AM 94.7) de 14.30 a 15.30 horas. Está dirigido a una audiencia tanto de hombres como de mujeres, puesto que entendemos el feminismo como un humanismo, como una forma de cambiar el mundo y para eso necesitamos de toda la sociedad.

Me pidieron que hablara de Género y Comunicación. Quienes trabajamos en un medio de comunicación, ya sea oral, escrito o televisivo tenemos una responsabilidad muy grande en la forma en que traducimos la realidad, en la manera en que reproducimos algún estereotipo degradante para cualquier ser humano, o cómo, a menudo, podemos sumarnos a maneras de hablar que sólo repiten prejuicios ancestrales. Este cuidado se aplica al respeto de todos los derechos humanos, pero hoy nos referiremos al relativo al género.

El término “género” tiene muchas acepciones que a veces confunden; conviene aclarar entonces nuestra interpretación: género es una construcción cultural de las relaciones entre los sexos, que atribuye roles que desvalorizan a uno de ellos, el femenino, o sea, las mujeres, sus vidas, sus trabajos, sus cuerpos, que son considerados de manera diferente e inferior. Género es todo lo que una cultura desarrolla, partiendo de las diferencias biológicas entre hombres y mujeres, pero valorando menos a estas últimas. Las relaciones de género son relaciones de poder de unos sobre otras. Siendo el género un producto cultural y no biológico es posible cambiarlo, y de eso es de lo que se trata, no para borrar las diferencias biológicas, sino de erradicar la desvalorización cultural.

Para la historiadora feminista Joan Scott, el género se construye a través de cuatro elementos: el primero son los mitos y símbolos de la Antigüedad, contados de generación en generación en cuyo análisis se constata una marcada desvalorización de la figura femenina: Eva, pecadora, Pandora, la que trae todos los males a la humanidad, Circe, la que transforma a los hombres en cerdos, y así. A Pandora los dioses del Olimpo le dan una caja y le dicen que no la abra, ella no acata la orden, desobedece, quiere saber que hay adentro y cuando la abre salen los males que nos han hecho tan infelices. Eva también desobedeció y fue la culpable de que no podamos estar en el Paraíso Terrenal. Esto último recogido en la Biblia, de la tradición oral.

El segundo elemento son los conceptos normativos, es decir las normas que derivan del significado de los símbolos y mitos expresados a través de teorías filosóficas,

doctrinas religiosas, educativas, científicas, legales y políticas que determinan el lugar en la sociedad del varón y la mujer, de lo femenino y lo masculino. Basta hacer un breve recorrido por Aristóteles, el gran filósofo griego del siglo IV a.C, que se despacha a su gusto sobre la inferioridad de las mujeres: “*tienen el cerebro más chico que el de los hombres, menos dientes, menos suturas craneanas, sus cuerpos son incompletos, como el de los niños*” (...) “*son enfermas por naturaleza, envejecen antes, porque todo lo que es pequeño llega más pronto a su fin*” (...) “*son más débiles y más frías y su naturaleza contiene una defectuosidad natural*”. Se podría seguir con citas de este tenor. Aristóteles también consideraba que “*las mujeres eran pasivas e inferiores*”.

Las leyes de Roma, por su parte, no permitían a las mujeres ser ciudadanas, eran sólo la mujer de, la hija de, o la madre o hermana de. El *Pater Familiae* tenía derechos absolutos sobre su esposa e hijos. Ella sólo servía para hacer que su descendencia accediera a la ciudadanía aunque ella no lo fuera. Muchos juristas romanos alegaron en sus juicios argumentos “fehacientes” como la debilidad de espíritu (*imbecillitas mentis*) de las mujeres.

Pensemos en la influencia que habrán tenido estas “verdades” sobre religiones posteriores que concentraron su represión especialmente sobre la sexualidad de las mujeres, y, lo que podemos comprobar hoy en día, en las prácticas musulmanas sobre el sexo de sus mujeres, como la práctica de la clitoridectomía o extracción del clítoris a niñas de 6 a 9 años, con la única posible explicación de que la mujer no tenga placer a través de un órgano que no es reproductor. O el encierro doméstico a que son sometidas, o la obligatoria vestimenta que las cubre de la cabeza a los pies.

Los otros dos elementos constructores del género para Joan Scott son las instituciones y organizaciones sociales como la familia, el mercado de trabajo, la política y la identidad, individual y colectiva.

En el área de la educación, a las mujeres les estuvo prohibido instruirse durante siglos; hasta hace apenas un siglo las mujeres no tenían acceso a la enseñanza secundaria, y lo que se les enseñaba a las niñas era el catecismo y las labores de su casa. Olimpia de Gouges, una luchadora por los derechos de la mujer en la Revolución Francesa, redactó Los Derechos de la Mujer y de la Ciudadana. Fue condenada a muerte “por no acatar el rol de la mujer” y terminó en la guillotina. Una de sus demandas era que no se les enseñara sólo el catecismo, y estamos hablando de finales de siglo XVIII.

En el ámbito de la familia, hasta hace muy poco en nuestro país la violencia doméstica no era un delito, era algo perteneciente al santo recinto del hogar, donde el dueño de casa podía hacer todo lo que quisiera con su familia, ámbito donde nadie podía intervenir. Hoy tenemos el artículo 321 bis de nuestro Código Penal en el que se la considera un delito como cualquier otro ataque a la integridad de la persona.

Como comunicadores/as debemos mirar críticamente esa atribución de roles como si fuera un destino inamovible: la mujer representada de manera pasiva en el hogar, o de manera negativa como seductora/pecadora y el hombre en un rol activo y de

prominencia, el clásico: “papá trabaja, mamá amasa”, como decían los libros de escuela hasta hace poco. **Debemos hacer un trabajo de deconstrucción de los roles tradicionales que la sociedad asigna a hombres y mujeres porque son perversos, en el sentido de que refuerzan las desigualdades.**

Por un lado buscar el acceso con igualdad a todos los ámbitos de la sociedad, por otro, buscar la revalorización de las capacidades de las mujeres. El trabajo en la casa, por ejemplo, es considerado menos importante que cualquier otro trabajo realizado por un hombre; además de no ser remunerado ni siquiera es considerado un trabajo. Todos recordarán la famosa pregunta de “¿su mujer trabaja?”, y la clásica respuesta “no, no, mi mujer es ama de casa”. Y todos sabemos las horas que insume el trabajo doméstico, que por otro lado nunca ha sido contabilizado como aporte a la economía del país. En la remuneración salarial la diferencia a favor de los hombres es grande, en todos los niveles.

En los partidos políticos brillamos por la ausencia, no hay más que ver el gabinete de Uruguay para ver las imágenes con abrumadora mayoría de corbatas y trajes oscuros. En el Parlamento hay un porcentaje muy peequeño de mujeres.

En la historia somos todavía invisibles, a pesar del trabajo de muchos historiadores e historiadoras de la nueva corriente que comenzó en Francia con Georges Duby, quien ha incorporado la historia de los sentimientos, recogiendo la trasmisión oral, lo que para la historiografía clásica eran elementos totalmente desechables. Con ese mismo método, en nuestro país, José Pedro Barrán, y otros y otras han ido recuperando las vidas de las mujeres y descubriéndonos otro protagonismo, aunque también resaltando las corrientes represoras del patriarcado vernáculo.

Habría mucho más para hablar de esta cultura que -aunque se haya adelantado mucho- todavía tiene mucho para cambiar, sobre todo en las conciencias de la gente. Y de eso se trata. Los medios de comunicación son herramientas de esta cultura, son, junto con otros protagonistas, los hacedores de esta cultura. Cuando digo cultura no hablo sólo de música, literatura, pintura, estoy hablando de, por ejemplo, de *Gran Hermano*, de los dibujos animados, etcétera, y de los avisos que todos los días recibimos en nuestra caja de televisión.

Todo esto para decir lo importante que es dejar penetrar la perspectiva de género en la comunicación. Sabemos que los grandes cambios se dan desde muchos ángulos, no solamente desde uno sólo, pero uno de los cambios fundamentales que tiene que darse a nivel cultural es el del tratamiento de la relación entre hombres y mujeres.

La comunicación como dijimos no es solamente un instrumento, debe contener una política, una manera de ver la sociedad en su conjunto, y debe ser la expresión de la ciudadanía toda. Hay muchos ausentes más en los medios de comunicación además de las mujeres, los y las pobres, las minorías discriminadas, los homosexuales, las y los negros; no aparecen en los medios masivos más que como rarezas, no integran las noticias, sólo cuando son vistos en escándalo o drama.

Después de la Conferencia sobre la Mujer en Beijing, en 1995, las Organizaciones No Gubernamentales que asistieron se comprometieron a realizar un seguimiento de los compromisos que los gobiernos habían contraído al firmar el documento final y la Plataforma de Acción, y se creó la Comisión de Seguimiento de los Acuerdos de Beijing con alcance nacional. En ese marco desde Cotidiano Mujer realizamos un observatorio de los medios de comunicación de nuestro país, estudiando durante el mes de octubre de 1997 la manera en que los diarios principales en sus primeras planas, los programas radiales y los canales informativos en sus noticieros principales tomaban a la mujer. Cuántas veces existía la mención y de qué manera la tomaban. El resultado nos dejó asombradas a nosotras mismas, porque la realidad era más chocante que la imaginada. Luego realizamos un seminario para devolverles a los propios medios el resultado y publicamos un libro: *“En el Medio de los Medios, Monitoreo realizado a los medios de comunicación”*.

Sabemos que la publicidad y la comunicación forman parte de nuestro imaginario colectivo. Los jóvenes, niños y niñas que están viendo esos mensajes, y que no tienen elementos de defensa para rechazarlos o poder decir qué mal que está esto porque es un ataque a la imagen de la mujer y por lo tanto una violación a los derechos humanos, como lo es denigrar la imagen de una persona, ¿qué elementos tienen a su alcance para rechazar el mensaje que se les está dando? Como no los tienen a su alcance, van integrándolo a su psiquis y por supuesto luego integra el imaginario simbólico. Creo por lo tanto que la formación de los modelos masculinos y femeninos es una tarea de gran importancia.

Hay temas, como el aborto o la violencia doméstica, que sólo son noticia cuando hay alguna iniciativa parlamentaria o una mesa redonda doctoral, que no integran a las mujeres que están involucradas más que de manera sensacionalista; los medios masivos pocas veces van al grano de la realidad misma para tratar de entender qué y porqué. Esta forma de “informar” es una falta de democracia porque no dan la otra cara de la noticia.

El cambio que proponemos las feministas es tal vez **el cambio más revolucionario de estos últimos siglos, porque para que se produzca un cambio cultural se necesita un cambio en la estructura de la sociedad, y eso implica necesariamente un cambio en las conciencias, implica convencer.** La revolución feminista es la revolución pacífica más grande del siglo XX y tal vez el siglo XXI la consolide.

Iliana Pereyra Sarti

Maestra Especializada en educación y desarrollo rural. Creadora y actual coordinadora del programa de comunicación y educación Rompiendo barreras. Asesora de la Red de Grupos de Mujeres Rurales de Uruguay. Integrante de la Red de Educación Popular entre mujeres de América Latina y el Caribe (REPEM). Integrante del grupo de trabajo latinoamericano de Educación, Género y Economía popular (REPEM). Fellow de ASHOKA emprendedores sociales

Educación y comunicación para la equidad de género en el medio rural: el programa Rompiendo barreras

Queremos agradecer la invitación y también expresarles nuestras felicitaciones a todas las instituciones organizadoras del seminario. Vamos a compartir con ustedes, en primer lugar, la propuesta original del programa radiofónico llamado *Rompiendo barreras* como un aporte frente a los problemas de inequidad de género del medio rural uruguayo.

En segundo lugar, veremos algunas realizaciones de *Rompiendo barreras* como programa radiofónico en sus cuatro años al aire. Finalmente, nos referiremos a algunas evidencias de su acción en el medio rural.

¿Qué problemas de las mujeres rurales uruguayas pretendió enfrentar *Rompiendo barreras*?

La mayoría de las mujeres rurales uruguayas y sus familias viven una de las peores crisis del siglo. Los datos de un estudio de 1992, que mantienen toda su vigencia, son elocuentes: el 42 por ciento de los hogares de los productores rurales y el 41 por ciento de los asalariados están ubicados por debajo de la línea de pobreza.

En este contexto socioeconómico, las mujeres han buscado ingresos a través de su trabajo como asalariadas en empresas forestales, vitivinícolas y frutícolas. Durante la década 1975-1985, la Población Económicamente Activa (PEA) femenina aumentó un 20 por ciento y la masculina disminuyó un 3,6 por ciento.

Para las mujeres que viven y trabajan el campo con sus familias, la salida para tener un ingreso propio fue el tejido de punto, con destino a las empresas de exportación y/o la elaboración de conservas. Estas mujeres, según un estudio del Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA), en 1994 dedicaban 6 horas como promedio al trabajo en sus predios familiares, en la horticultura, la lechería o la ganadería, a las que se suma el trabajo con los animales menores, la huerta y el trabajo doméstico, la atención de los hijos, los ancianos y los enfermos.

En este escenario tan difícil fueron surgiendo cientos de experiencias individuales y colectivas de mujeres rurales, produciendo artesanías y alimentos para comercializar el fruto de su trabajo como aporte a la subsistencia del hogar. Se trata de emprendimientos de escaso volumen de producción, con mínimo equipamiento, poco capital y ventas limitadas.

La relación entre lo que los grupos, o cada mujer individualmente, pueden hacer en calidad y cantidad y lo que pide el mercado es siempre un punto crítico. La tensión es

permanente y sólo algunos grupos llegan a asimilar este desafío y reaccionar con respuesta adecuadas. Los demás mueren en el intento.

A pesar de ello, existen experiencias que se han mantenido en el tiempo, que han logrado ingresos económicos y que han generado un proceso de autopromoción de las mujeres rurales.

La intencionalidad y la estrategia de *Rompiendo barreras* para contribuir a la equidad de género en el medio rural consiste en que es esencial conocer, desde la óptica de las propias mujeres, cual es la “lógica” de estas experiencias, que sin duda es bien diferente de la racionalidad empresarial. Consideramos necesario comprender, y por lo tanto aprender, cuanto concierne a la integralidad de los casos exitosos. Integralidad en cuanto a su trayectoria, sus estilos de gestión, sus productos y sus mercados. También y fundamentalmente, las conductas de las mujeres, de dónde partieron, qué condicionamientos debieron enfrentar y cómo los lograron superar.

Nuestra primera hipótesis fue la siguiente: “las mujeres rurales podrían dar un salto cualitativo en su proceso de desarrollo si el conocimiento y la experiencia acumulada respecto de este tipo de proyectos estuviesen efectivamente disponible para ellas”. Más todavía, si las comunicadoras de este saber fuesen principalmente las propias mujeres rurales, no los equipos técnicos.

Como una segunda hipótesis, que los consejos y las reflexiones de estas mujeres llegaran con sus propias voces hasta los lugares más remotos a través de la radio, que es un medio familiar y prestigioso para la población del campo uruguayo.

Entendimos que estas hipótesis tenían capacidad potencial para servir de base a los siguientes procesos:

- Un proceso educativo de recuperación del conocimiento y de estímulo a la reflexión y a la acción para la mejora de los proyectos de las mujeres rurales.
- Un proceso de comunicación entre las mujeres rurales, fundado en experiencias de vital importancia para ellas y tendiente a romper el aislamiento y el anonimato impuestos por la ruralidad y por la pobreza.
- Un proceso que otorgase visibilidad social a la participación de las mujeres rurales en la búsqueda de soluciones económicas para sí mismas y para sus familias
- Un proceso que facilitara el protagonismo de las mujeres rurales en el espacio público, en este caso a través del medio de comunicación más importante del interior del país. La participación de las mujeres rurales en los medios de comunicación, aunque fuera por momentos, no tenía antecedentes en el Uruguay.

El objetivo de *Rompiendo barreras* fue el contribuir a la eficacia de los emprendimientos productivos de las mujeres rurales a través de una pedagogía alternativa, más comprensiva y contextualizada que la utilizada por la asistencia técnica tradicional.

Dentro de las realizaciones de *Rompiendo barreras* podemos destacar que el programa inició sus primeras acciones con las experiencias grupales exitosas en julio de 1996 y salió al aire en mayo de 1997. A la fecha, lleva producidos y emitidos 140 programas, con la participación de unas 180 mujeres de 95 agrupamientos uruguayos y de otros países de América Latina.

El programa se difunde semanalmente durante 30 minutos, alcanzando todo el territorio nacional. En forma ocasional llega a grupos y a emisoras de Argentina, Bolivia, Venezuela, Perú, Colombia, Ecuador y México.

En Uruguay, las voces de las mujeres rurales están al aire 30 horas mensuales, en 13 radios comerciales del interior del país y en la radio educativa del Estado.

Vale la pena detenernos un momento en cómo es la producción del programa, tal como hoy se realiza.

La estructura básica de los programas incluye tres componentes: el registro grabado de una entrevista a un grupo o persona individual realizado en el campo, el comentario y las recomendaciones que esa entrevista motiva a una o varias mujeres rurales con mucha experiencia, esto se hace en el estudio de grabación, y un espacio de información con noticias de interés específico para las mujeres rurales y sus familias.

Como un ejemplo del contenido de los espacios informativos se han difundido noticias de la Dirección de Artesanías y Microempresas, del Instituto de la Familia y la Mujer, del Ministerio de Industrias, de Educación y Cultura y de numerosas organizaciones no gubernamentales.

Como evidencias de los cuatro años de *Rompiendo barreras* podemos plantear que después de este tiempo al aire las hipótesis iniciales han sido corroboradas. Sin duda, la primera y más estimulante evidencia fue la disposición de las mujeres con más experiencia por participar y compartir sus aprendizajes, concurrendo una y otra vez al estudio de grabación, sin pretender pago alguno por su trabajo.

Las mujeres de las zonas rurales han manifestado muchas veces y de distintas formas su interés por el programa y la importancia de escuchar a quienes tienen problemas similares a los que ellas viven, aunque su localización geográfica sea muy distante e incluso aunque sean de otro país. Con frecuencia, las mujeres del medio rural tratan de comunicarse con las entrevistadas si éstas son de su propio departamento.

Quiero anotar que la audiencia de *Rompiendo barreras* también tiene su parte masculina y lo más interesante es que varias veces los hombres han dicho que en el programa se oye a “gente como uno”, a gente como la que hay en su zona, de algún modo parecida a ellos.

Tanto la audiencia como los y las periodistas manifiestan a menudo su interés por el espacio de información y sabemos que con frecuencia suelen comunicarse con las instituciones que ofrecen sus servicios.

Quienes además demuestran un especial interés por la temática del programa son los y las periodistas de las radios. Hay quienes lo han incorporado a sus propios espacios, incluso llevándolo consigo cuando pasan a trabajar en otras radios.

Desde luego que existe interés por parte de las instituciones nacionales en apoyar económicamente o con otros recursos a nuestro programa. Ya hemos dado algunos ejemplos, pero cabe señalar también el apoyo prestado por organismos como el IICA, UNICEF y algunas agencias de cooperación.

Como aprendizajes de la experiencia podemos afirmar que una condición crítica para que nuestro proyecto pasara del papel a la realidad ha sido la disposición para aprender. Me refiero a aprender tanto en materia de comunicación, un oficio que yo no conocía, como del mundo de las mujeres rurales, que salvo yo, el resto del equipo ignoraba, y por último, aprender sobre otro aspecto fundamental, y para todos desconocido, el de cómo relacionarnos con las instituciones desde un programa tan especial y además, naciente.

En segundo lugar, otra área de aprendizajes fue la relacionada con la formación de una “red de voluntades” para actuar junto al equipo de *Rompiendo barreras*. Fue imprescindible motivar a la cooperación a los grupos de mujeres rurales, a los y las periodistas, a las instituciones para conformar en los hechos una red de personas, de recursos técnicos y económicos y de respaldo institucional para hacer posible *Rompiendo barreras*. La reunión para el festejo de los 100 programas fue la mejor muestra de esta verdadera red, realmente centrada en objetivos compartidos.

También hemos descubierto la importancia de la estructura que conforman tres factores actuando conjuntamente. Ellos son los componentes de comunicación radiofónica, los conocimientos de la temática de los emprendimientos de las mujeres rurales y de las condiciones de sus vidas y los objetivos de *Rompiendo barreras* como “faros” que guían la programación, señalando prioridades.

La experiencia de relación permanente con las instituciones nos ha demostrado la dificultad que a veces existe para comprender la propuesta. El tiempo que les lleva asimilar “de qué se trata” todo esto va en contra de la concreción de sus aportes al sostén económico de nuestro programa.

Por esta razón, aunque no sólo por ella, hemos optado por una infraestructura “ultra liviana”, muy simple y de bajo costo, orientando todos los recursos a la operativa del programa, aunque tenemos conciencia que esta opción nos limita bastante en cuanto a posibilidades de desarrollo.

El propósito de *Rompiendo barreras* fue y sigue siendo el de tener un puente de comunicación con y entre las mujeres rurales.

Después de cuatro años de trabajo creemos haber avanzado en este camino, pero de hecho el programa se ha ido convirtiendo también en un puente entre los grupos rurales y las instituciones: dos mundos totalmente distintos.

En realidad, lo que hoy se nos plantea es una tensión muy fuerte entre ese “*advócity*” institucional, que supone tiempo, continuidad y el espacio que requiere la información para las mujeres rurales. *Rompiendo barreras* tiene que resolver cada semana esa tensión en sus 30 minutos de duración. Debo confesar que no siempre lo logramos. Eso sí, tampoco es casual que cada programa se cierra con la voz de Mercedes Sosa diciéndonos que “todo cambia”. Realmente, es lo que más queremos.

Jaime Clara

Licenciado en Comunicación, periodista, productor de En vivo y en directo (Radio Sarandí), asesor de ONGs e instituciones públicas vinculadas al área rural, docente en comunicación organizacional

Comunicación local, desarrollo e integración: el desafío ante los desafíos

Antes que nada quiero agradecer a la Asociación Cristiana de Jóvenes la invitación a participar de este encuentro. Esta invitación me ha permitido revisar una serie de papeles que ya tienen unos años y que propongo compartirlos con ustedes.

En diez años hemos sido testigos del explosivo crecimiento del fenómeno de la globalización. Dependiendo de nuestra área de trabajo o actividad hemos sido protagonistas, testigos o receptores de esa globalización. No queremos caer en la simplicidad de cuestionar la realidad y los modelos que rigen la sociedad. Felizmente vivimos en sistemas democráticos y debemos ubicar a la comunicación en el contexto de la sociedad. De la sociedad global y de la sociedad local.

Podemos buscar diferentes caminos para definir lo local, pero lo más directo es referirlo necesariamente a lo global. Cuando algo se define como local es porque pertenece a un global. Así un departamento es local respecto del país global, y una ciudad es local respecto del departamento global al que pertenece. El razonamiento, que es del investigador José Arocena, concluye en que lo global no es la simple adición de locales sino una dimensión específica de lo social.

Una de las puntas más interesantes de este razonamiento, que fue el eje de nuestro trabajo y así lo entendimos cuando encaramos la tarea de comunicación en organizaciones no gubernamentales, es justamente que lo local no está enfrentado a lo global. No es una cosa o la otra. Dentro del modelo social, cultural, comunicacional existente, deberán coexistir ambas modalidades. Si me permiten la licencia conceptual, hoy hablamos de lo local como extensión de lo rural o viceversa.

Permítanme un minuto ir a la esencia de las cosas, al origen. Comunicar quiere decir hacer común. El origen etimológico de este vocablo (del latín *communis*), plantea de entrada una interrogante sobre el sentido de su uso actual. Enganchada con el término “social”, la palabra comunicación suele emplearse para designar fenómenos de interrelación humana, generalmente vinculados al complejo tecnológico de los medios

de masas, prensa, radio, televisión, cine y en general, a todos los sistemas de difusión de mensajes por vía visual, auditiva o audiovisual.

Para la corriente de pensamiento que fundamenta nuestra área de trabajo en organizaciones no gubernamentales importa la comunicación en su sentido original. Se refiere a la “participación dialógica”, a la luz de la cual se busca enfatizar el carácter de “personas” de los sujetos que intervienen en los procesos de emisión y recepción. Sujetos conscientes y libres que intercambian mensajes, no reduciéndose a ser uno emisor y otro receptor. Tampoco limitándose este último a dar respuestas como reacción a los estímulos que promueve el primero.

En este nivel se aspira a un tipo de vínculo donde ambos sujetos comparten “activa, autónoma, creativa, y críticamente la construcción del sentido de la realidad, a partir del intercambio de información y de la expresión recíproca de ideas y sentimientos. Tal forma de interrelación humana es la que corresponde a una situación de comunidad o comunión, en el sentido originario de estos términos (*comunitas, communio*)”. Es claro que en nuestra realidad social este nivel pertenece al “deber ser” del acto comunicativo; es la utopía comunicacional que se persigue, una apuesta de trabajo comunitario, participativo, local, más aun en el ámbito rural.

Un concepto básico de comunicación, en síntesis, la define como la relación entre dos o más sujetos, que situados en un campo compartido, pueden encontrarse en una “referencia común”. El “horizonte cultural” no agota las condiciones de la comunicación, sino que se encuentra envuelto por el horizonte antropológico, humano, personal, del cual es una concreción particular. Por ello, la relación más simple abre nuevas e indefinidas perspectivas. Toda comunicación está unida a una toma de conciencia. Como dice mi hermana Mercedes en su cotidiano trabajo barrial, “todo encuentro con el otro me conduce al reencuentro conmigo mismo”. Por eso la comunicación, posee una virtud creadora, proporciona a cada uno su propia revelación en la reciprocidad con el otro.

Se parte de la siguiente premisa: la comunicación no se reduce a los medios masivos. Aún persiste en muchos ámbitos una línea de pensamiento según la cual, la tenencia y el uso de aparatos tecnológicos cada vez más sofisticados es lo que hace que se produzca comunicación. **Las nuevas tecnologías sólo han expandido una función, la de comunicarse, que es esencial, permanente e inherente a la naturaleza social del hombre. Los nuevos medios (...) sólo han venido a ampliar una capacidad preexistente y a facilitar una función esencial, no a originarla.** Y eso debe tenerse en cuenta. El avance tecnológico, el progreso, es el mejor aliado para la comunicación rural o local.

Por lo tanto el problema esencial sigue siendo el de la comunicación interhumana. Lo que debe definirse en propiedad es el proceso de la comunicación (la relación de comunicación), y no tanto la función de canal, transportador o vehículo de los mensajes encargada al medio. El medio no es la comunicación (el medio ni siquiera

es el mensaje) sólo desempeña una importante, específica y limitada función dentro de la relación de comunicación.⁽¹⁾

En todo este proceso estamos convencidos de que la comunicación es de las disciplinas más completas en el aporte de herramientas para el desarrollo. Además, perfectamente se puede articular el desarrollo de las comunicaciones con el desarrollo económico y social. Miles de ejemplos a lo largo de la historia documentan la acción del hombre para modificar la naturaleza, transformándola, adaptándola a sus necesidades de supervivencia y de bienestar y las innovaciones paralelas, tanto en comunicaciones como en el flujo de información. Resulta demasiado obvia pero necesaria la mención a internet, con sus posibilidades de correo electrónico, conferencias y comercio electrónico, para hablar sólo de algunas ofertas.

Hablando de desarrollo y flujo de información quisiera mencionar aquí el proceso de integración, fenómeno del cual no podemos abstraernos. Ya dejó de ser un dato de la realidad para ser parte de la realidad. Abro un paréntesis para compartir una preocupación sobre cuál es la información de la integración. Hace algún tiempo escuchábamos a Mario Lubetkin, de la agencia de noticias *Inter Press Service* (IPS), que comentaba sobre las discusiones acerca de cómo hay que tratar esa información. La integración es un fenómeno que abarca un conjunto de cuestiones complejas, lo cual determina que es muy difícil hoy tratar la información del MERCOSUR o del ALCA o de los diferentes procesos de integración como meras crónicas.

La información sobre la integración exige un conjunto de elementos, un escenario, un mapa que permita al receptor/espectador, entender de qué se habla y que contribuya a estimular su interés por la integración. Debe tratarse de una información que analice el acontecimiento de manera contextualizada.

La información, a la luz de todo esto, exige una modificación cualitativa más que cuantitativa. El problema no es cuántas informaciones se publican sobre la integración, sino qué calidad tiene esta información para permitir a la gente comprender el proceso.

Cierro el paréntesis pero me quedo con ese volumen contrahecho, desproporcionado de información al que alude Lubetkin, para volver a la noción de lo local.

Lo rural, lo local, lo alternativo.

Entre los múltiples factores que inciden en los procesos conducentes al fortalecimiento social, económico y político de las naciones o de las localidades, la comunicación tiene primordial importancia. Los medios de difusión colectiva afectan y mueven a toda la sociedad:

- Son canales de conocimiento para el funcionamiento social y económico.

(1) Pasquali, A., *Comprender la comunicación*, Ed. Monte Avila, Caracas, 1980, pág. 35.

- Actúan como un espacio de debate público, tematizando problemas de interés general y legitimando a individuos, organizaciones e instituciones.
- Son fuente de referencias culturales. Trasmiten costumbres y valores permanentes o introducen innovaciones, nuevos modos proveedores de símbolos de identidad, distinción e integración social.

Vivimos en una realidad mediatizada. Lo que no sale en la pantalla o por los micrófonos, es como si no hubiera ocurrido. Lo que los medios afirman, afirmado queda. Lo que ignoran, no existe. Estamos acostumbrados a decir que los medios de comunicación dan a conocer lo que sucede en nuestro país y en el mundo. Hay que ir más lejos: no sólo dan a conocer, sino que muchas veces “deciden”, establecen la realidad. Como afirma Agustín Girard *“cada minuto de transmisión es ‘cultural’ en sentido positivo, constructivo o destructivo; sea que enriquezca, sea que polucione, afecta la vida cultural de la población. Los medios de comunicación por su influencia en los deseos, necesidades y conductas de la gente, juegan continuamente un rol cultural”*.⁽²⁾

En esta razón radica la importancia de trabajar sobre el concepto de comunicación y medios, pilares de una sociedad que crece y se transforma en y desde los vínculos cotidianos, los de la comunidad, local, rural.

En medio del veloz progreso tecnológico que nos envuelve, donde los medios se perfeccionan y crecen, surge una pregunta: ¿Todos estos instrumentos y aparatos tecnológicos han producido, están produciendo y producirán una mejor comunicación entre las personas, en términos de convivencia, diálogo, comprensión, comunión participación, desarrollo?

Desde esta perspectiva que considera los medios de comunicación como herramientas e instrumentos, se entiende la misión del comunicador, como un acto de servicio al bien común de la población.

En los últimos años, se percibe una mayor apertura por parte de los medios hacia nuevos espacios y grupos. Más atentas al mundo de la recepción, las empresas de comunicación apuntan a captar diferentes públicos y se enfrentan a la necesidad de abrir espacios para nuevos fragmentos de la población. Pero en este camino, aún queda mucho por recorrer.

Los medios dan muchos elementos que la sociedad necesita. Informa, entretiene, vende; pero en general, apunta a necesidades que emergen a su vez de otras bastante más profundas que tienen que ver con la identidad, la realización personal y colectiva, la necesidad de afirmación en el mundo.

Durante mucho tiempo, decir comunicación significaba hablar de medios, de canales, de mensajes. Hoy, cuando mencionamos comunicación local o rural implica hablar de

(2)Girard, Agustín, *Desarrollo cultural: experiencias y políticas*, Dalloz, UNESCO, París, 1983, pág.151.

cultura. Y hablar de cultura significa hablar de modelos de comportamiento, de códigos de percepción y reconocimiento del otro, del semejante.

Por otra parte, el estudio de la comunicación local o rural, tiene como base una nueva valoración de la actividad del receptor, de los usos de la comunicación.

Distintos tipos de lenguaje, medios y modalidades de comunicación participativa, se emplean en el ámbito de la comunicación popular a partir de talleres de iniciación y capacitación. En eso los colegas latinoamericanos tienen mayor camino recorrido que los uruguayos, a través de organizaciones comunitarias de producción y difusión de periódicos murales e impresos, radio, expresión musical, teatro, audio, video, etcétera.

Brasil, Bolivia, Ecuador, Perú, Colombia, son algunos ejemplos de países donde el desarrollo de los llamados “medios comunitarios”, resultó una alternativa capaz de mejorar las condiciones de vida de los pobladores menos favorecidos. En muchas zonas donde el índice de analfabetización es muy alto, la radio comunitaria dio respuesta a las necesidades del grupo, cumpliendo un rol social irremplazable, enseñar a leer.

La realidad en Uruguay es diferente, por lo que hablar de medios comunitarios (radios, canales) resulta bastante lejano. No hay legislación sobre el tema. Hoy pertenecen al ámbito de lo ilegal, de lo clandestino. Es una discusión que está pendiente.

Jesús Martín Barbero dice que de comunicación alternativa se ha pasado a hablar de “alternativas de comunicación”. En comunicación lo alternativo, además del tema que se trate, está en el discurso que se utilice. No es alternativo sólo aquello que se dice sino, fundamentalmente, cómo se dice.

Y termino. Permítanme leer el final de nuestro trabajo de graduación de hace diez años.

Decíamos ayer citando a Daniel Prieto Castillo: *“Hay, como es sabido, distintas formas de mirar hacia el futuro. Señalemos por lo menos tres posibilidades: un futuro tendencial, un futuro posible y un futuro deseado”*.

El primero consiste en una prolongación de lo actual, sin mayores cambios y en todo caso con un progresivo deterioro.

Nos parece que la opción más realista debe orientarse hacia el futuro posible. Con los recursos actuales, con las fallas que hemos venido acumulando, con la desorientación y las confusiones existentes en nuestro campo de trabajo.

En el futuro deseado descansan las mayores ilusiones. Todo el mundo tiene derecho a acariciar su propia utopía.

Claudio Paolillo

Catedrático Asociado de Periodismo en la Escuela de Comunicación de la Universidad ORT Uruguay. Periodista desde hace 23 años. Editor General del semanario Búsqueda. Fundador del programa En perspectiva, que actualmente se emite por Radio El Espectador. Participante permanente en La Tertulia de ese programa radial

La libertad de expresión y la cultura

El propósito mío hoy aquí es reflexionar con ustedes acerca de un tema que a ustedes como comunicadores sociales de áreas rurales los abarca tal como nos abarca a los comunicadores de áreas urbanas, que es la libertad de expresión y la raíz cultural a partir de la cual nosotros enfocamos este tema. Voy a hablar en particular de los uruguayos, porque es el caso que conozco, aunque en ocasiones me voy a extender a otras regiones de nuestro continente.

Los uruguayos tenemos un problema con la libertad de expresión.

No sólo los uruguayos tenemos ese problema; la mayoría de los países latinoamericanos tienen ese problema, pero los uruguayos también lo tenemos, tanto los de áreas rurales como los de áreas urbanas: todos.

Históricamente, la mayoría de nosotros y de nuestros antepasados ha concebido la libertad de expresión como un derecho que nos pertenece. Pero al mismo tiempo hemos creído o hemos aceptado sin mayor reflexión crítica, que tenemos ese derecho o esa libertad gracias a que alguien superior a nosotros nos ha concedido ese derecho o esa libertad.

Ese alguien fue en el pasado, en nuestro caso, la monarquía española en la época de la colonia. Los reyes autorizaban a sus súbditos o a sus sometidos a ejercer cierta libertad a la hora de difundir sus opiniones o a la hora de difundir información. Todos aceptaban pasivamente que así fueran las cosas, además agradecían a sus majestades por la bondad y generosidad que les mostraban al permitirles pensar con algún grado de libertad.

Luego ese alguien fue cambiando de rostro pero no de esencia. Entonces virreyes, revolucionarios, héroes de la patria, caudillos, libertadores, dictadores, presidentes constitucionales, parlamentos electos por el pueblo y, últimamente, jueces, han sido quienes pasaron a decirnos, siempre generosamente, qué es lo que podemos decir y qué no, y qué es lo que podemos leer y qué no.

La mayoría de nosotros continuamos aceptando pasivamente, incluso hasta el día de hoy, que alguien por fuera de nosotros se arrogue la potestad de darnos permiso para decir lo que pensamos, para informar algo que deseamos que los demás conozcan, para recibir las opiniones y noticias que queremos recibir. Por supuesto, si a alguien le damos, por acción o por omisión, la autoridad para que nos diga qué podemos escribir o decir, leer o escuchar, simultáneamente le estamos dando la autoridad para que nos diga qué cosas no podemos escribir o decir, y qué cosas no podemos leer o escuchar.

En Uruguay en particular y en América Latina en general, siempre hemos concebido -gobernantes y gobernados- a la libertad de expresión como un derecho concedido por el poder, al cual debemos agradecer cuando nos lo conceden, no como un derecho humano fundamental básico inherente a todas las personas, y por tanto anterior a cualquier gobierno, a cualquier Estado, a cualquier constitución, a cualquier parlamento, a cualquier juez y a cualquier ley.

Casi siempre cuando pensamos en los derechos humanos, nos acordamos de aquellos derechos cuya violación nos resulta más repugnante. E inmediatamente cuando hablamos de derechos humanos nos vienen a la memoria en este orden, o en un orden muy parecido, las torturas cometidas durante la guerra o fuera de ella contra personas indefensas, nos retorremos de indignación y a veces de impotencia cuando imaginamos cómo alguien puede descargar sobre un ser amarrado a un poste o un catre, 220 voltios de electricidad y observarlo impávido o incluso con ojos de gozo, mientras la víctima se retuerce, grita y gime de dolor, pidiendo un auxilio que ya sabe nunca va a llegar. Si eso nos pasa cuando algún sádico le hace eso a un gato o un perro, ¿cómo no nos va a pasar cuando se lo hacen a un ser humano?

Todos nosotros nos horrorizamos cuando vemos imágenes con pelotones de fusilamiento y cuerpos que caen inertes tras el estampido de las balas. No salimos de nuestro asombro al ver un día sí y otro también las imágenes de las víctimas inocentes de atentados terroristas, donde el estampido de una bomba mata o hiere indiscriminadamente, en nombre de causas que jamás han de justificar los medios que se emplean. Cuando advertimos que regímenes dictatoriales retienen en sus cárceles durante años y años, a personas cuyo único delito es no estar de acuerdo con el gobierno de turno, a los ciudadanos que creemos en la democracia y la libertad se nos revuelven las tripas.

Toda la humanidad guarda en su memoria colectiva el horror indescriptible del holocausto judío, como también registramos los millones de muertos que cayeron bajo la insanía macabra del nazismo, del fascismo, del socialismo real, del nacionalismo fanático, del fundamentalismo, y de todos los ismos bajo cuyas banderas dictadores y supuestos Mesías de todos los signos han encendido la mecha del odio y de la muerte. Siempre en nombre de causas de redención de la humanidad que han acabado sistemáticamente siendo sinónimo de genocidio, esclavitud, corrupción y pobreza.

Hoy en América Latina y particularmente ahora en Uruguay, pensamos también en las personas desaparecidas como otro ejemplo de violación de los derechos humanos. ¡Y vaya si hay que pensar, recordar, y estar atentos a todos estos derechos humanos que tan importantes son, y cuya violación a veces nos hace avergonzar de pertenecer a la raza humana! Pero cuando hablamos de derechos humanos, si la tortura, las violaciones, los asesinatos en masa, la privación ilegítima de la libertad son entre otros los que nos vienen casi instintivamente a la memoria, es difícil que equiparemos en una circunstancia así a la libertad de expresión como un derecho humano, igual a todos los otros o incluso más importante que los otros. Muchas veces no advertimos que **la libertad de expresión**

es junto con el derecho a la vida el primero de los derechos, sino que generalmente sin darnos cuenta ni siquiera consideramos que la libertad de expresión es ella misma un derecho humano.

Los que sí se dan cuenta, y bien que lo hacen, son los dictadores no bien toman el poder. El primer derecho que suprimen los dictadores es precisamente el derecho a que las personas se expresen libremente. La abolición de ese derecho es siempre la primera medida que adoptan los que suben al poder con el propósito deliberado de liquidar la democracia y libertad. Luego comienzan a violar los demás derechos: matan, torturan y encarcelan gente sin ninguna causa justa. Pero lo primero que hacen es suprimir la libertad de decir, porque saben que esa libertad es la que más capacidad tiene de minarles el poder ilegítimo que detentan. Son malos, pero no son tontos los dictadores.

Sin embargo, nosotros, los que creemos en la democracia y en la libertad, muchas veces no somos tan celosos como los perversos en la consideración de la importancia de este derecho. Nosotros, que estamos a favor de la libertad de expresión, muchas veces en Uruguay y en América Latina, relativizamos su importancia e incluso promovemos restricciones a su ejercicio por razones que nos parecen a priori justas y nobles, pero se trata de acciones y conductas que se podrían comparar con el lanzamiento de un bumerán que tarde o temprano nos va a golpear sobre nuestras propias cabezas.

Porque, ¿qué es la libertad de expresión? La libertad de expresión supone por cierto la libertad de decir lo que uno quiera, pero también están comprendidos dentro de esta libertad, el derecho a reír o llorar cuando uno quiere, el derecho a pintar cuadros, a esculpir las obras que nos parezca, comprende la libertad de gesticular como se nos antoje, el derecho a amar u odiar a quien se nos ocurra, el derecho a vestir o a no vestir como uno quiera. Por supuesto, la libertad de criticar en voz alta y la libertad de escribir lo que uno quiera. La libertad de expresión, vuelvo a decir, es un derecho humano anterior a cualquier ley. Nace con nosotros. Nadie nos tiene que venir a decir “ustedes tienen este derecho”. No. Lo tenemos desde que nacemos.

Así lo reconoce por ejemplo la Declaración de los Derechos Humanos aprobada por las Naciones Unidas después de la Segunda Guerra Mundial. El artículo 19 de esa declaración dice: *“todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión. Este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas sin limitación de fronteras por cualquier medio de expresión”*. También la Convención Interamericana de Derechos Humanos aprobada en 1969 dice algo parecido y más recientemente, el año pasado concretamente, la Comisión Interamericana de Derechos Humanos que funciona en al órbita de la Organización de Estados Americanos (OEA), ha aprobado una declaración de principios sobre la libertad de expresión que es, a mi modo de ver, uno de los mejores documentos producidos en esta materia por un colectivo que representa a toda América. Ese documento dice que **la consolidación y desarrollo de la democracia depende de la existencia de la libertad de expresión**. Dice que cuando se obstaculiza el libre debate de ideas y opiniones se limita la libertad de expresión y el efectivo desarrollo del

proceso democrático. Dice que la libertad de expresión no es una concesión de los estados sino un derecho fundamental. También dice que ese derecho fundamental es decisivo para el desarrollo y protección de los otros derechos humanos.

En Uruguay, nuestra Constitución tiene un artículo, el 29, que consta de dos partes aunque está dentro de un mismo párrafo. Dice: “*es enteramente libre en toda materia la comunicación de pensamientos por palabras, escritos, privados o publicados en la prensa o por cualquier otra forma de divulgación sin necesidad de previa censura; quedando responsable el autor y en su caso el emisor o impresor con arreglo a la ley por los abusos que cometiera*”. O sea que el enunciado de la Constitución uruguaya es muy similar a los convenios internacionales y especialmente respeta la idea original, aquella que señala que la libertad de expresión es un derecho humano que nace con la persona. Los problemas aparecen en el segundo enunciado cuando comienza a hablarse de que la ley -y hay muchas leyes en Uruguay y en toda América Latina- determinará la responsabilidad civil y penal de quien ejerza la libertad de expresión ante abusos en que pueda incurrir.

Reitero que no se trata de un problema uruguayo, se trata de un problema que afecta a la mayoría de los países latinoamericanos y a muchas naciones democráticas del mundo, donde los gobiernos y los estados proclaman su apego a la libertad de expresión como un derecho humano y, al mismo tiempo, promueven la restricción de ese derecho humano invocando la protección de otros derechos en conductas que a mi juicio son generalmente excusas ilegítimas para hacer oblicuamente lo que no se debe hacer. Me refiero a las naciones democráticas y no a las dictaduras, porque en las dictaduras ya no hay discusión posible. Sencillamente allí no hay libertad de expresión.

A propósito de esto y con relación a la actividad de ustedes, ¿qué debe entenderse por libertad de prensa?

Yo estoy ejerciendo aquí, en esta reunión, mi libertad de expresión gracias a que los organizadores de este evento han tenido la amabilidad de invitarme a que les hablara a ustedes. Pero a todos ustedes les estoy viendo las caras y no es mi propósito en este momento que lo que aquí pueda decir vaya para otras personas que no sean ustedes. Ustedes podrán comentar con amigos o familiares si tienen ganas, si les interesa lo que yo estoy diciendo, pero nadie de acá a menos que sea periodista va a salir corriendo a publicar lo que dije. Cuando en cambio decido elegir la libertad de prensa para decir lo que estoy diciendo aquí, eso quiere decir que para hacerlo tengo una imprenta o un mimeógrafo, una radio, un canal de televisión, ahora mucho más que antes puedo no tener una radio, ni una imprenta, ni un mimeógrafo, ni un canal de televisión y lanzar mis ideas y mis pensamientos sin que nadie pueda limitarme a través de internet. Lo puedo hacer y lo hago sin saber quién puede llegar a leer o escuchar lo que digo, pero sabiendo que, potencialmente, lo que he dicho o escrito puede ser conocido por todas las personas que habitan sobre la Tierra. Por cierto, cuando decido lanzar mis ideas en ejercicio de la libertad de prensa, mi intención es que sean muchas las personas que se enteren de lo que opino o de lo que informo.

Se le llama así, “libertad de prensa”, porque al principio, como ustedes saben, las informaciones u opiniones que alguien quería hacer trascender más allá de su círculo íntimo, sólo podían ser difundidas imprimiéndolas a través de una prensa. Luego vinieron los medios audiovisuales, internet, y técnicamente estaría mal hablar sólo de libertad de prensa, pero es una costumbre aceptada en todo el mundo hablar de ésta para aludir a la libertad de difundir noticias y opiniones a través de todos los medios de comunicación, cualquiera de ellos sea.

La libertad de prensa está por lo tanto absolutamente unida a la idea de la libertad de expresión. Porque la libertad de expresión no se agota en el reconocimiento teórico del derecho a hablar o a escribir. Comprende además, inseparablemente, el derecho a utilizar cualquier medio apropiado para difundir el pensamiento y hacerlo llegar si uno quiere al mayor número de destinatarios, y los medios de comunicación son los que sirven para materializar el ejercicio de la libertad de expresión. Por eso, sus condiciones de funcionamiento deberían adecuarse a los requerimientos de esa libertad. O sea, se trata de que sean verdaderos instrumentos de esa libertad y no vehículos para restringirla.

¿Y cómo hacemos para asegurar eso, para que los medios sean verdaderos instrumentos de la libertad, y no vehículos para restringirla?

Tiene que haber en las sociedades pluralidad de medios, tiene que prohibirse todo monopolio respecto de ello, cualquiera sea la forma que pretenda adoptar, y tienen que existir garantías para la protección de la libertad e independencia del periodismo y de la prensa. Como ven, estas cosas, estas condiciones necesarias para que los medios sean instrumentos de libertad y no vehículos para restringirla, no son objetivos fácilmente alcanzables y probablemente, en mi opinión, nunca sean totalmente alcanzables.

Por ejemplo, el 6 de mayo pasado el Comité Mundial para la Libertad de Prensa, que es la mayor organización del mundo dedicada a este tema, publicó un impresionante trabajo de investigación sobre la historia de esta libertad, escrita por un profesor norteamericano que al presentar su libro en Namibia dijo que **la acción de buscar y difundir información es un instinto humano fundamental, cuyo progreso a lo largo de la historia varía sólo por la naturaleza y la sofisticación de la tecnología disponible para ponerlo en práctica.** A lo largo de toda la historia registrada y no registrada, los seres humanos han estado luchando por la libertad.

Cuando la tecnología se transformó en algo accesible, desde las señales de humo, los tambores, el papiro, la piedra, la prensa, el teléfono, la radio, la televisión, los satélites, la internet y, siempre, la palabra hablada —es decir, el boca a boca—, con cada nuevo formato los seres humanos han batallado para romper las cadenas del silencio y de la censura.

La necesidad humana de libertad de expresarse y libertad de difundir lo que se quiere expresar debe ser algo por lo cual se pelea en toda sociedad y por cada generación. Porque al día de hoy aún nos resta un largo camino para lograr que estas libertades se

transformen en una realidad en cada país del mundo. **La pugna entre la libertad de expresión y la censura nunca va a acabar. Siempre va a existir y cada generación va a tener que pelear en esa lucha. Este profesor que hizo esta investigación ha dicho que el contenido y la calidad de la información actual y la libertad en el marco de la cual esa información es procesada y difundida, está determinado tanto por impulsos humanos para buscar y divulgar noticias como por actos de censura, que tratan de evitar la publicación de las noticias o distorsionar su contenido.** Esa es la historia de la libertad de prensa, esa pugna es la historia de la libertad de prensa. Esa historia, toda ella, está además en nuestros genes. Si queremos, podemos ignorarla, pero si la ignoramos la vamos a ignorar bajo nuestro propio riesgo.

Por eso digo que ese objetivo al que aludía antes para que los medios sean verdaderos instrumentos de la libertad y no vehículos para restringirla, quizás nunca sea totalmente alcanzable y siempre vayamos a estar peleando para poder hacerlo.

Para terminar, porque no quiero ser muy largo en la exposición, vuelvo a la discusión de fondo. Nosotros, en Uruguay y en América Latina, somos tributarios de una herencia hispana o ibérica que nos ha hecho concebir mayoritariamente a las libertades de expresión o de prensa como concesiones del poder. En otros países, como los que tienen una herencia anglosajona, las libertades de prensa y expresión son mayoritariamente consideradas como derechos de las personas que nadie está habilitado a restringir. Por eso, para poner el ejemplo más notorio en esta materia, la Constitución de los Estados Unidos en su famosa Primera Enmienda dice desde el año 1791 que el Congreso no creará ninguna ley respecto de la religión ni prohibirá su libre ejercicio, ni creará leyes que coarten la libertad de expresión o la libertad de prensa.

Éste es, a mi modo de ver, el mejor camino a seguir: el de que la mejor ley de prensa es la que no existe. El mal periodismo es el precio que hay que pagar para que no se nos censure la libertad de todos nosotros. Porque, parafraseando a un pensador libertario: exiliar algunas ideas, aprisionar algunas imágenes o prohibir algunas palabras es un insulto para el individuo pensante y para la sociedad que se preocupa. Hay ciertamente algunas palabras, imágenes e ideas que son malas y aun perversas. Pero ninguna tan mala y tan perversa como la idea de que el gobierno, una mayoría o una astuta élite política puedan imponer su lista de restricciones sobre todos nosotros.

Graciela Balparda

Maestra, guionista y locutora en el Departamento de Tecnología Educativa de Educación Primaria, integrante del equipo de conducción y producción de “Tu revista” y “Entre nosotros”, programas radiales que se emiten por emisoras del SODRE y del interior del país. Guionista y locutora de programas de televisión

Están terminando una larga jornada, es la primera que han tenido y por cierto que deben estar exhaustos. Así que después de tener esta sensación de haber navegado un

poco por el “hipertexto hablado”, por esa asociación de ideas, sensación de que uno entró en un nodo y en otro y en otro, y se habló y teorizó, ahora resulta que caigo yo a contarles las cosas que hacemos, sabiendo además que se mueren de ganas de irse, que tienen que desarmar las valijas y no pudieron ver un shopping, etcétera.

Así que voy a empezar a conversarles cuanto antes. Confieso que yo me había hecho una cantidad de hojas para hablarles y resulta que algunas cosas ya las hablé con el colega de Bolivia mientras tomábamos café. Una cosa sí es cierta y es que si todavía ustedes están ahí y yo estoy acá, es porque compartimos la misma locura. Que se llame libertad de prensa o que se llame dirección de un canal o que se llame mujeres que hacen radio y lo hacen con ganas, o se trate de una persona que les va a contar que hace programas para niños... todos compartimos la locura de la comunicación, que nos convoca una y otra vez, y una y otra vez nos hace permanecer más allá de nuestros horarios.

Cuando la Asociación Cristiana me ofreció venir, por cierto que fue un orgullo, porque conozco a esta gente desde el comienzo en que me contaron sus proyectos de donde surgió ese programa maravilloso que tienen: *Todas las Voces*, una experiencia fantástica en la que afortunadamente he hecho muchos amigos. Eso es lo que tiene la comunicación, que seguramente es lo más importante que se van a llevar hoy de aquí, y mañana y pasado, más que todas las teorías de las que podamos hablar, más que todo lo que podamos discutir cuando se organicen talleres; lo que más uno se lleva es el abrazo fraterno del que conoció hoy o ayer, y cuando termine este seminario va a tener la idea de que lo conoce de toda la vida.

Ustedes seguramente han participado en otros seminarios y reuniones como estos, y díganme si no es cierto que ya el hecho de compartir idiomas que son parecidos, aunque suenen diferentes y de venir de regiones geográficas diferentes, y de conocer melodías, sabores y olores que nos hablan de la magnífica diversidad de América, díganme si no es una maravilla esto de la comunicación. De compartir el idioma y tener estas oportunidades donde, tal vez, lo más importante que uno se lleva es la amistad y el abrazo fraterno.

Les voy a contar, brevemente, qué hacemos en el Departamento de Tecnología Educativa con todos nuestros sueños, chocándonos con las realidades, chocándonos muchas veces con todo lo que queremos hacer y la contrapartida de lo que podemos hacer. Esto nos va a remitir a experiencias que no son teorías. Todos hemos más o menos manejado las mismas teorías. Todos cuando armamos nuestros proyectos estamos tratando de poner con los pies sobre la tierra a las teorías, muchas veces qué lindas son las teorías para discutir, y luego nos damos de cabeza contra las realidades. Lo que yo les voy a contar no son teorías, es lo que hoy por hoy estamos haciendo.

El Departamento de Tecnología Educativa presenta cinco programas semanales en radio y tres programas semanales en televisión. De los programas de televisión, dos son para niños. Uno se llama *Un momento mágico*. Está constituido por un ciclo de cuentos

con láminas fijas y locución en *off*, adaptación de narraciones cuyas ediciones se encuentran en las escuelas. Esto es importante aclararlo porque el material que se emite por canales de aire en la capital y por la red de televisión para todo el interior se guarda, lo que permite al Departamento copiar este material. Los cuentos están en video, con la posibilidad que brinda al maestro de poder trabajar esas narraciones dentro del aula. Les aclaro que estos cuentos corresponden a ediciones que se encuentran en las escuelas, porque de estos mismos cuentos se hacen adaptaciones para radio. No es lo mismo escribir un cuento que va a ser leído, que escribir un cuento que va a ser visto en televisión, que escribir el mismo cuento cuando va a ser escuchado por radio. Esto permite al maestro tener tres vías del mismo cuento que va a poder manejar en la clase como quiera. Estos cuentos se encuentran en todas las escuelas del país, nosotros hacemos adaptación para televisión y para radio. ¿Qué permiten? Que el maestro pueda trabajar en la clase esos distintos medios y la expresión de esos medios: cómo se expresa la misma narración usando el recurso de la televisión y de la radio. Por eso es que decimos que las escuelas tienen la posibilidad de verlo no solamente al aire, sino de pedir una copia de estos cuentos al Departamento de Tecnología Educativa, y se les envía en video o casete.

Estos cuentos apoyan algunas de las tareas que realiza el Centro de Sensibilización y Capacitación Audiovisual al Docente (CESCAD). CESCAD trabaja muchas veces materiales producidos por el Departamento en talleres con maestros, justamente para que éstos puedan apropiarse un poco del mecanismo que tiene de expresión y de lenguaje la televisión, la radio, y poder manejar todos los medios, el escrito, el visto y escuchado y no solamente el que nos entra por los oídos. Es decir que se forman multiplicadores para los niños y niñas.

El otro programa se llama *Agencia Galileo*. La duración de los programas en televisión es de quince minutos. *Agencia Galileo* no es ni más ni menos que una agencia, que a manera de asociaciones de ideas va sacando recursos para ir tocando temas pero no para darlos en totalidad. Lo que se busca es ser un disparador de temas, despertar curiosidad, mostrar las puntas de los temas, preguntar, sugerir más que responder. Invitar a buscar información, ayudar a encontrar los caminos de la información, y por eso decimos que muchas informaciones, y eso lo mostramos a cámara, se buscan con ayuda de la guía telefónica. **Porque hay que enseñar a los niños/as no tanto la información misma sino cómo encontrar la información.** Eso es lo que pretende *Agencia Galileo*.

Algunos temas puntuales son tratados por especialistas porque ese es otro recurso para buscar información, ir a buscar al especialista. Lo que sí recordamos al especialista es que está hablando para niños. Si no encontramos al especialista que pueda hablar y bajar la información para los niños, entonces la bajamos nosotros. Porque no se trata de hablar en difícil, se trata de hablar sencilla y coloquialmente. **Mover a la reflexión más que remitirse al resultado de la reflexión,** dejar cabos sueltos de temas planteados. Pedir que busquen, que conversen con los hermanos, incitar a la discusión, a veces disparar un tema sin terminarlo. Lo que tiene de original esta propuesta es que el director

de la agencia es un personaje que se llama Galileo, mide 30 centímetros, tiene un cuerpo de tela amarilla, una cabellera de hebras de lana, unos ojos enormes, una boca enorme y no habla. Pero se comunica con su interlocutor persona, ser humano, que sí le entiende y es el que traduce esa información. ¿Suena loco, verdad?, pero él es el director de la agencia. La razón de esto no es un capricho.

Cuando nosotros hablamos del respeto a la diversidad, ¿por qué no vamos a respetar a alguien que es de una raza rara? Los biólogos todavía no lo han podido clasificar, debe ser un “Galileo uruguayensis”. Pero este personaje también hace preguntas a la cámara, y supone que el otro le entiende. Claro, los temas son muy sencillos y, por cierto, fácilmente entendibles. El abuelo Galileo aparece además en esa agencia que está montada como un escritorio nada más, con algunos accesorios que van cambiando de acuerdo a los temas y sobre los que nunca se habla. Porque también buscamos que la atención se pueda fijar en esas pequeñas cosas; si hablamos por ejemplo del mar, el agua, bueno, Galileo anda con un barquito dentro de una botella, con lentes para agua, jarras con agua. La decoración forma parte de disparadores del tema que estamos hablando. En el último programa donde hablamos del nacimiento de nuestro héroe Artigas había un poncho, una guitarra, sugerentes, como parte de la decoración.

En televisión también se presentan programas serios -nos divertimos mucho cuando lo hacemos- pero a veces somos serios. También hay programas de asistencia técnica al docente. Se traen especialistas y durante quince minutos el especialista despliega un tema y su metodología, de asistencia técnica directamente al maestro de aula que trabaja directamente con niños. También sale por televisión abierta, lo que no quiere decir que una cantidad de gente cambie de canal a esa hora si no le interesa, porque tampoco es lo que estamos buscando con los programas de asistencia técnica. No queremos que a la señora que le interesa el estado del tiempo en ese momento vea el programa de asistencia técnica. No es para ellos, es para los docentes.

Los docentes tienen también la posibilidad de pedir una copia al Departamento para verlo. En televisión se hacen también programas de interés general. Vieron que las teorías nos dicen que cuanto más se afina y se apunta a un público destinatario específico mejor, porque entonces se va a poder captar el interés de esa audiencia.

Pero seguimos haciendo programas para público en general porque creemos que hay un público que puede interesarse en ese tipo de programa. Por ejemplo, en recorrer las calles de Montevideo, en conocer la historia de cada uno de los barrios de Montevideo, o conocer ciertos lugares del interior y darles difusión. Entendemos que dentro de la teoría esto no está prohibido, así que lo hacemos. Y si quieren cambiar de canal están en toda su libertad.

En radio se presentan cinco programas semanales. Tres corresponden a *Tu Revista*, también con duración de quince minutos. *Tu Revista* es un programa para niños que hace once años que está en el aire. Me voy a detener en este programa porque es el que tiene mayor difusión a nivel nacional.

Otro programa: *Cuentos en Tu Revista*, parte de esto que les contaba. También el cuento que se dio por televisión lleva otra adaptación, y se emite una vez por semana. Estos y otros independientemente, porque hay cuentos que no pueden ser llevados a la televisión. Además, nosotros estamos buscando no crear láminas porque no tenemos un Departamento de Arte que cree láminas, sino que tenemos que usar las mismas láminas de los libros, y hay cuentos de los que no les vamos a mostrar las páginas impresas. Esos necesitan, obviamente, una adaptación para la radio.

El tercer programa, que completa los tres programas y las cinco emisiones semanales, se llama *Entre nosotros*. Es una revista informativa, amable, diferente, que cuenta con un brevísimo editorial que más que presentar una opinión, invita a la reflexión y plantea cuestiones que deja abiertas a la opinión. Hay bloques que tienen títulos como todo programa de revista o *magazin*, uno es *Abriendo tranqueras*, donde se comentan noticias del interior o acontecimientos del exterior. Otro bloque *Entre mate y mate*, muy rioplatense, donde cordialmente se comentan cosas que uno conversa en rueda de mate o en rueda de café o de lo que sea. Son esos comentarios de los que uno hablaría brevemente, comentaría rápidamente. Cerramos con *La del estribo*, típicamente rioplatense; es el comentario que se dice antes de irnos, la cortita, el comentario chiquitito. Nada más que un brevísimo comentario de algo curioso, o el comentario de un refrán que es la paradoja de lo que veníamos hablando en el primer bloque *Nuestra palabra* que es el editorial. Como ven no inventamos nada. Porque todo esto es conocido a lo largo y ancho del mundo. No hemos innovado en nada. Tratamos sí de hacerlo prolijo y hacerlo bien. Y que llegue.

El programa *Tu Revista*, en el que me voy a detener nada más que cinco minutos así los dejo ir a sacar la ropa de las valijas, tiene once años. Nos enorgullece, por cierto, ser un programa educativo de tan larga data. Uno tiene la sensación de que los programas educativos van y vienen, no duran mucho en el aire. Este programa con once años tuvo la capacidad de ir reconstituyéndose cada año. Cada año se hizo diferente. Lo que se usa ahora no fue lo usado al comienzo. Surgió así, ¿por qué no hacemos un programa que sea para niños? ¿por qué llenarles la cabeza de información? Vamos a ser ágiles, vamos a dar cosas que sean actuales, vamos a combinarlo con música, a tratar algunas cosas con humor, estamos hablando para niños, no vamos a excedernos en lo que hacemos, no podemos ser agresivos, menos para niños, hablando en general. El resultado es un programa que se ha ido reformulando año a año. Se han ido probando estrategias, se han descartado caminos. Yo no tengo resistencia a las teorías pero las teorías están para probarlas, y si las teorías que me dan no sirven usemos la intuición que eso seguramente funciona.

A esta gente de *Todas las Voces*, a la que conozco, pregúntenle si no le ha funcionado la intuición a la hora de comunicarse, y el corazón. Mucho más de todo lo que podamos leer, que nos puedan contar, mucho nos da la experiencia, la intuición, lo que nos dicta el corazón, lo que decimos de alma, eso es lo que nos llega. ¿Verdad que sí? Si nosotros somos sinceros: ¿cuánto hay de teoría en los mejores comunicadores? ¿Qué es ese

sentimiento, ese carisma que tienen con su audiencia sea de televisión o de radio? ¿De dónde viene? Es porque lo hacen de corazón. Hay mucho de afectivo en la comunicación. Podemos ser excelentes locutores y tener todas las teorías en la cabeza, podemos ser excelentes comunicadores y seguir todas las reglas del periodismo, podemos ser absolutamente leales a todo lo que nos han enseñado, pero si no aprendemos a escuchar lo que nos dice nuestro corazón y lo que estamos recogiendo de la gente vamos a ser fríos como témpanos, y eso no sirve en la comunicación.

Se pasó de una época de programas de cuatro locutores en los que se repartía la información, a menos locutores. Porque las teorías cambian y las razones que formalmente a veces aparecen como coherentes de pronto dejan de serlo. Acá hay dos razones que sonaron muy coherentes en su tiempo, y escuchen si ustedes no las han leído alguna vez en algún manual.

Uno: alternar las voces de los locutores hace que el texto no pierda interés, sobre todo si el desarrollo es largo. La alternancia de las voces masculinas y femeninas hace que la atención no decaiga. ¿Verdad que lo han leído en algún manual?

Dos: alternar las voces distrae. Cada voz debe ocuparse de una unidad de información de manera de delimitar bien entre uno y otro tema. Tema que se redondea, puente, y pasa a otro tema. Pero ninguna de las cosas a veces funciona. Así que tenemos que buscar nuestros propios caminos. Hoy parece claro que el nudo de las cuestiones no está ni en la cantidad de voces que van a participar ni en la alternancia, ni en redondear temas, ni separarlos por puentes, ni en pasar de un puente rápido a uno ligero, ni alternar las músicas. El tema pasa por otro lado, pasa un poco por saber qué es lo que quiero hacer con lo que estoy presentando. Qué busco despertar en el otro.

No es ya una cuestión formal de pocas o muchas voces o intervenciones, de puentes bien o mal elegidos. Luego, como pasó con los programas y las metodologías escolares, se pasó de ser conductista -no se los voy a explicar: lanzábamos una premisa, un estímulo y esperábamos una respuesta- a ser constructivista. Sentimos que ser conductista era pecado. “No lo hagan más. Hay que ser constructivistas”. Entonces todos fuimos constructivistas y reconstruimos nuestro aprendizaje y nos pusimos bajo el paraguas del constructivismo. Navegamos también en la comunicación y en la comunicación educativa y social, con las olas que nos van moviendo. Hay que ser también cuidadoso con todo esto. Hoy el tema más difícil es enfrentarse a una oferta muy fuerte en radio y televisión, a veces muy atractiva, así lo sea solamente en su exterior. Como decía el doctor Álvarez, hay sin duda programas que están preciosamente empaquetados y, agregando, contra los que competimos los soñadores con programas que no están tan preciosamente empaquetados pero que sí tienen preciosos contenidos. Está en nosotros los educadores y en ustedes y en todos los que somos comunicadores, explicar qué hago con el paquete. ¿Solamente miro el paquete? ¿Compro las cosas por el contenido? **Desde el momento en que estamos tratando de educar al consumidor -en todos los países hay ligas de defensa del consumidor- ¿por qué no protegemos también al consumidor de televisión y de radio?** A lo mejor tenemos que hacer más esfuerzos de

los que hacemos para que los paquetes bonitos no sean los primeros que nos atraen. Aunque la ley del mercado nos diga eso. Aunque todos los comunicadores lo sepamos muy bien. **Pero mientras sigamos soñando vamos a apostar a los contenidos y no me voy a bajar del caballo. ¿Debemos parecernos y acercarnos al ritmo que marca la televisión comercial? Esta es otra pregunta que nos hacemos los comunicadores cuando además hacemos comunicación educativa y ustedes cuando hacen comunicación social. Debemos buscar nuestro propio ritmo.** ¿Es el nuestro? ¿El del otro? ¿Cuál es el ritmo? ¿Cuál es el ritmo de nuestros niños y niñas? ¿Cuál es el ritmo de nuestro pueblo? ¿Es el que estamos acostumbrados a escuchar? ¿Es el que nos han impuesto? Bueno, yo creo que está dentro de cada equipo el poder resolverlo. Así podemos seguir discutiendo teorías y teorías en radio, mientras la televisión comercial sigue probando caminos de alternativa. No nos queda otra que salir a la cancha, y vamos a salir. Salimos esas cinco veces por semana en radio y tres por televisión. Los programas de *Tu Revista* se hacen con base en encuestas que se mandan a los maestros y se reciben de ellos los intereses sobre los temas que quisieran ver en el próximo año. Esto se ha hecho así desde mucho tiempo atrás, lo hacemos a fin de año para tener la posibilidad de juntarnos con todos estos datos y poder armar la programación del año siguiente. Una vez que se tiene el listado de las áreas, y dentro de ellas los temas solicitados, se comienza en dos sentidos simultáneamente: la búsqueda de la fuente a la que se va a recurrir a fin de obtener los datos confiables, y la organización de los contenidos dentro de los programas a fin de darles una secuencia lógica en el tiempo y concordante al desarrollo del currículo escolar.

Tu Revista, reitero, no cumple la función de maestro a distancia. No sustituye al maestro, lo acompaña en la clase, le proporciona datos a él y al alumno, los que a veces sería difícil o trabajoso poder obtener. Más cuando estamos hablando de maestros y escuelas que se encuentran lejos de las capitales o que cuentan con pocas posibilidades de acceder a la información. Muy lejos están de poder conectarse a través de las redes de computación. Definido de manera un poco grosera es a veces *Tu Revista* material de consulta, otras veces material complementario, el aporte a los distintos temas de distintos ángulos. No agotamos el contenido de los programas, también se actúa como puente entre los oyentes.

Las cartas que llegan al programa son leídas y conocemos las actividades que llevan a cabo escuelas y localidades en distintos puntos del país. Muchas contienen material escrito por los mismos niños y preparado por niños y maestros con temas que son a veces complementarios de temas que nosotros hemos dado en el programa, otras son noticias que nos mandan de sus localidades.

Además de mandarnos dibujos, regalos, ponen de todo, sobre todo lo que nos mandan en cada sobre es cariño, y eso es invaluable. ¿A qué niño no le gusta que lo nombren con su nombre y apellido a través de la radio? Así que nos tomamos el tiempo de nombrarlos a todos y cada uno y si sabemos los cumpleaños también los saludamos. Una vez al mes tenemos festejos de cumpleaños, además de tener recetas de cocina.

Esto de tener recetas de cocina en un programa para niños, sepan que funciona, porque tiene mucho de magia ir a la cocina y valernos de repente de algunos platos, cucharitas, papeles, para hacer ciertos efectos en el estudio e imaginar. Es bueno esto de prestar atención a las recetas porque como educadores sabemos que la receta lleva un orden, hay que hacer las cosas en determinado orden, cumplir bien las cantidades, es decir, estamos cumpliendo una serie de funciones.

Todo lo que se pone en *Tu Revista* cumple una función, el asunto es que el otro no se dé cuenta de que lo estamos haciendo. Que disfrute mientras está oyéndonos cocinar, cortar y picar. Él imagina que batimos huevos, freímos, metimos una torta en el horno y sale un riquísimo olor. Por eso es que decíamos que muchas de estas cosas que hacemos en *Tu Revista* no son absolutamente gratuitas.

Que nosotros nos divirtamos es parte de la cuota que nos damos a nosotros mismos, pero les aseguro que el que está del otro lado se da cuenta que nos estamos divirtiendo, y se divierte junto con nosotros.

La selección del contenido de los programas está a cargo de una maestra, que los baja porque a veces son temas puntuales o científicos como viajes a Marte, informática, todo eso hay que bajarlo para poder contar lo mismo pero no pareciendo doctores. Debemos ser sencillos en lo que hablamos. También se seleccionan páginas literarias y temas de actualidad, puntuales y emergentes como la aftosa, el tema de las inundaciones, la vacunación. Tampoco falta la música; cada programa entonces es una nueva receta que preparamos cada vez. Como aderezo lleva música por cierto. Toda buena receta termina con un plato bien preparado. Es lo que tratamos de hacer día a día cuando nos enfrentamos a *Tu Revista*. Lo único que tenemos a favor es que somos viejos cocineros y que sabemos algunos trucos en esto de cocinar programas y le podemos poner algunos aderezos que hacen que sean más disfrutables. Aunque a veces nos quedan un poco pesados y otras muy livianos. Otras veces es bueno escuchar lo mismo que dijimos, porque los más chiquitos que también tienen espacios reservados nos dicen: "otra vez". Y bueno, se los vamos a decir otra vez. Por ahí las nanas, que son para los más pequeños, y al hermano que está compartiendo la clase y dice que ya le hablamos bastante, bueno, ahora que escuche la nana y escúchenos cantar.

De pasadita les damos algunos consejos como lavarse las manos, la mesa donde vamos a trabajar, recoger el cabello, algo que decimos constantemente, cuando vayan a cocinar, sea cuando cocinen con la cocinera de la escuela rural, que tiene un paciencia enorme, o con las maestras que son divinas y también ayudan a cocinar. No se olviden de lavarse las manos, recoger el cabello y después dejar todo limpio. Porque no se trata de hacer un enchastre y dejar para que los que vienen atrás limpien. Entonces también vamos a limpiar. Vamos dando todo esto en quince minutos.

Se habla también de cómo ordenar las bibliotecas y trajimos a un especialista, cómo realizar un periódico escolar, también trajimos a un especialista, porque hay escuelas que lo preparan.

No tenemos una serie limitada de temas, los temas se van abriendo a medida que algún maestro nos llama. Tratamos de mantener el equilibrio entre la información y el entretenimiento. Somos dos locutores los que hablamos en todos los programas. La grabación se hace dentro del Departamento de Tecnología Educativa. Hay una planta de grabación de radio y una planta de grabación de televisión. Luego los programas de radio se duplican en la planta y se envían a todos los colegas de los centros del país y de allí van a todas las radios.

Por eso quería contarles de esta experiencia en especial que se transmite aquí por CX 38 Radio Educativa y además tiene un retrasmisión en tres radios en cada departamento. Lo que hace una cobertura fantástica del programa. El horario está dentro de la escuela rural, se les pide a las radios locales que lo trasmitan dentro del horario escolar que es de 10 a 15 horas.

Estamos a disposición si gustan llamar al Departamento de Tecnología Educativa, les podemos alcanzar programas de radio y de televisión. Si les interesa además las copias de alguno de ellos no hay problema.

Termino recordándoles que no hay recetas infalibles en la comunicación, eso no lo cree nadie. No hay recetas. Todas pueden fallar y aun las peores pueden acertar cuando se hace con inteligencia y cierta dosis de picardía. Entonces, podemos tener tanto oficio y destreza como un cirujano, pero algo que nos enseña la experiencia es que hay un componente oculto, mágico, tal vez sea la sinceridad, el verdadero interés que ponemos por el otro. Todo lo demás se puede aprender. Lo único que no se puede aprender son las ganas de comunicar, eso viene con uno, nace con uno y morirá con uno.

EJES TEMATICOS

Aproximaciones al diagnóstico comunitario

Alicia García Dalmás

Licenciada en Ciencias de la Comunicación, Universidad de la República

El diagnóstico junto con la planificación, ejecución, evaluación y sistematización, forman lo que algunos llaman un Ciclo de Trabajo.

Muchas veces la inquietud por diagnosticar surge cuando hay un problema que no conocemos suficientemente, o cuando hemos implementado acciones para enfrentar una situación y nada ha cambiado. El diagnóstico nos permite conocer los problemas de nuestra realidad para poder planificar y realizar acciones adecuadas.

¿Qué entendemos por diagnosticar?

- Distinguir y discernir diferentes aspectos de la práctica social y cultural que desarrollamos.
- Ver, conocer o reconocer para poder comprender las causas de la situación que se vive en la organización o la comunidad.
- Investigar problemas o situaciones de la organización o de la realidad que nos rodea para buscar alternativas, soluciones eficaces, realistas.

Muchas veces conocemos sólo algunos aspectos sueltos o superficiales. Si nos basamos en estos datos para implementar acciones es posible que no sean eficaces.

Diagnóstico Participativo

En el diagnóstico participativo, la gente es protagonista en el reconocimiento de la situación, la selección de problemas, se organiza para buscar datos, para analizar, para sacar conclusiones. Ejerce todo el tiempo su poder de decisión, está al tanto de lo que hacen los demás, ofrece su esfuerzo y experiencia para llevar adelante una labor común.

¿Por qué puede resultar más conveniente un diagnóstico participativo frente a uno realizado por técnicos externos? Básicamente porque aquello que no nace de nuestras propias prácticas resultará ajeno a nuestros intereses y a nuestras identidades culturales. Lo sentiremos como ajeno, como no propio. No nos sentiremos involucrados en la resolución de aquellos que fueron identificados como problemas.

Esto no implica no incorporar o solicitar ayudas externas, conocimientos teóricos.

El diagnóstico participativo es un proceso educativo de aprendizaje colectivo, de conocimiento de la propia realidad. Parte de la vivencia de los participantes y profundiza críticamente el conocimiento

Constituye un camino para mejorar la comunicación entre los miembros de la comunidad, el intercambio de experiencias, de conocimientos, para analizar la propia situación, para organizarse, para resolver problemas comunes.

Algunos elementos a considerar

1. El diagnóstico exige dos tipos de actividades básicas: recoger información y reflexionar.
2. El diagnóstico es un proceso que va de los fenómenos, de lo más superficial, a lo más profundo, a las causas, a las determinaciones.
3. El diagnóstico se apoya en la teoría, el conocimiento de la realidad.
4. El diagnóstico, por mejor hecho que esté, siempre es parcial, por ser la realidad compleja y cambiante.
5. Por esto mismo, el diagnóstico es una actividad permanente.
6. El diagnóstico desemboca en conclusiones prácticas, no sólo en la suma de informaciones y reflexiones.

Etapas posibles del diagnóstico.

Una vez que tenemos claro qué, o sobre qué queremos diagnosticar tenemos que:

1. Definir los objetivos del diagnóstico
 - Qué y para qué queremos saber, conocer, reconocer, constatar, discernir.
 - Objetivos generales y objetivos específicos
 - Metas
 - A qué queremos llegar (los resultados)

Definir los objetivos del diagnóstico nos permite aclarar qué queremos hacer y conocer. Son también la guía para evaluar el proceso.

2. Seleccionar las herramientas para el relevamiento de la información

El diagnóstico es una tarea sistemática ordenada de acuerdo a criterios con herramientas de trabajo seleccionadas adecuadamente.

Algunas de las herramientas más comunes son:

- Entrevistas, reuniones, registros, guías, documentación, etc.
 - En cada caso se debe definir cuál o cuáles son más adecuadas y dónde se debe buscar la información mediante estas herramientas.
 - Hay que tener en cuenta los recursos necesarios y los disponibles.
3. Planificación del tiempo y el espacio
 - Hacer una descripción ordenada de tareas.
 - Estimar y asignar tiempos para cada tarea.
 - Tomar en cuenta el trabajo y dedicación que cada una está dispuesto a dar.

- Pensar los espacios de participación y comunicación (formales e informales).
- Fecha y plazos.

4. Toma de decisiones de forma participativa

Asignar tareas y responsabilidades teniendo en cuenta disposición, gustos, condiciones, posibilidades.

5. Ejecución

Relevamiento de la información.

6. Procesamiento de información recogida, análisis y reflexión

Clasificar, cuantificar, relacionar, problematizar.

Ver tendencias.

Elaborar líneas de acción.

El diagnóstico como estrategia de cambio

Diagnosticar es empezar a cambiar.

Partimos de hechos y situaciones que están ocurriendo.

Los hechos y datos en evidencia desatan nuevas preguntas y otras interpretaciones.

Nos permite ver más en profundidad, atravesar la trama de los hechos y sus causas sin quedarnos sólo en lo superficial.

El diagnóstico es una estrategia que hace posible generar cambios, porque ayuda a un conocimiento profundo y razonado de los hechos y porque permite un análisis sistemático de lo que ocurre en diferentes niveles.

Nos permite

- Reconocer fortalezas y debilidades
- Determinar tendencias
- Elaborar conclusiones para establecer líneas de acción
- Tomar decisiones

Hay factores históricos y coyunturales

Como decíamos al principio, diagnósticos hacemos todo el tiempo. En nuestra cotidianidad solemos ver las cosas a partir de nuestras creencias, certidumbres, estereotipos (personales/sociales). Cada uno de nosotros suele ver como centrales los temas que conocemos o con los que nos vinculamos directamente. Hay distintas formas de ver, mirar y comprender. Nos involucramos desde nuestra propia historia, desde el conocimiento que nos dan las experiencias anteriores.

Los diferentes puntos de vista explicitados en un diagnóstico sirven para enriquecer la visión de conjunto y al abordarse no se transforman en obstáculos. Habla desde la pluralidad que hemos sido, que somos o que seremos. A partir de la diversidad podemos formular estrategias y propuestas que nos entusiasmen y nos permitan transformar.

El diagnóstico nos permite

- Formular tendencias
- Adelantar la mirada
- Proyectar el curso de los acontecimientos
- Tomar previsiones, cambiar rumbos
- Proponer líneas de acción
- Formular estrategias adecuadas
- Definir mejor lo que queremos
- Reorientar nuestras prácticas
- Incorporar nuevos elementos
- Realizar una construcción consensuada
- Análisis, profundización, debate
- Establecer desacuerdos, disensos, consensos

Esta elaboración estará condicionada por nuestras relaciones comunicativas.

Algunas ideas para concluir

- Por las urgencias de nuestra vida diaria no siempre realizamos diagnósticos de nuestra situación
 - El diagnóstico es un esfuerzo sistemático que se desarrolla desde una organización o en una organización con la mayor participación en los temas a investigar o conocer, la manera de hacerlo, los usos y resultados
 - En un diagnóstico participativo se aprovechan al máximo las experiencias y conocimientos de todos
 - Tiene un valor educativo, permite apropiarse de experiencias y conocimientos, adquirir metodologías de investigación y análisis de la realidad, hacerlo colectivamente con objetivos comunes, compartiendo esfuerzos y responsabilidades. No sólo de lo coyuntural sino también de lo estructural
 - Realizar un diagnóstico participativo desata un proceso de comunicación.
 - Es comenzar a cambiar algo, nuestra mirada, nuestras percepciones, mayor conocimiento de las causas.

- Nos permite proyectarnos más adecuada y colectivamente

BIBLIOGRAFÍA

Astorga, A, Van Der Bijl, B., *Manual de diagnóstico participativo*, Humanitas-Cedepo, Buenos Aires, 1991, 2ª Edición

Echenique, E. y otros, *Salud Comunitaria: un viaje compartido*, Grupo Aportes, Montevideo, 1998

Lamas, E., Villamayor, C., *Gestión de la radio comunitaria y ciudadana*, AMARC-FES, Quito, 1998

Prieto Castillo, Daniel, *Diagnóstico de comunicación*, CIESPAL, Quito, 1989

Política comunacional

Gustavo Gómez

Director del Programa de Legislaciones de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC)

Buenos días. Por lo que hemos hablado con los organizadores, me ha tocado la posibilidad de aportar a este Seminario sobre el reconocimiento a nivel de las políticas de Estado de lo que se llaman radios sin fines de lucro o radios comunitarias y tienen mucho que ver con la mayoría de las experiencias que hay en la región en áreas rurales.

Yo me planteo hacer una serie de aportes desde el punto de vista conceptual de cómo ha avanzado el tema en Latinoamérica y después pasar lo más rápido posible a como está el proceso en la región, como está el Gobierno o el Estado reconociendo el fenómeno de las radios comunitarias en Latinoamérica. De hecho, mucha de la gente que hay acá, que no conozco personalmente, pero por estar asociados a AMARC sé que están al tanto de estos temas.

Así que me gustaría después hacer un intercambio. Yo voy a hacer una panorámica muy general de lo que está pasando. De forma de que tanto lo conceptual como la experiencia, esta sería la pretensión, nos sirva de alguna manera en Uruguay a entender el fenómeno y ver donde están las experiencias donde estamos trabajando.

Para empezar quiero decir que es bastante extendido ya en el mundo de que la libertad de expresión es un derecho fundamental de las personas. De hecho es un logro de la humanidad que eso sea reconocido en todas las legislaciones.

Ya no tenemos que remontarnos a la declaración de los derechos humanos, sino que cada vez más nuestros Gobiernos empiezan a poner en sus leyes internas definiciones sobre la libertad de expresión. También en ese proceso, la libertad de prensa empieza a ser ya un tema muy presente, aunque muy vinculado solamente a los periodistas o a los

empresarios de medios, y no tanto a los habitantes de cada país que son para cualquiera de los conceptos que se manejan sobre libertad de prensa, los reales depositarios de esta libertad.

De todos modos, libertad de expresión y de prensa son conceptos que están siendo tomados como parte del sentido común, o sea: uno no encuentra ya gente que esté en contra de eso, parece natural. Sin embargo el concepto de **libertad de antena** no es tan común y tiene que ver con la capacidad de los habitantes de un país, en este caso América Latina, de poder acceder a los medios que nos permitan ejercer eficazmente esa libertad de expresión.

La hipótesis sería: si nosotros tenemos reconocimiento en nuestras legislaciones sobre la libertad de expresión, pero no contamos con los medios adecuados para expresarla, en realidad queda en el papel como una buena intención.

Esto así expresado tan simple no es fácil de verlo en las políticas de Estado en nuestra región, donde en general las experiencias sociales, las experiencias llámense educativas, alternativas, libres, populares, tienen todavía y desde hace mucho tiempo, dificultades para establecerse y ser reconocidas por los Estados.

Por suerte **han habido avances en materia de derechos humanos en reconocer esta capacidad o vinculación entre la libertad de expresión y el acceso a los medios.** De hecho la Comisión Americana de Derechos Humanos, que muchos conocen como Pacto de San José de Costa Rica, avanzó en este tema planteando que no alcanza solamente con expresar la libertad de expresión en una formulación, sino que además debe haber **acceso en igualdad de oportunidades para todos los sectores sociales a las frecuencias radioeléctricas**, en este caso, la radio o la televisión.

La Convención Americana de Derechos Humanos, aprobada por todos los Estados e incluso después ratificada en cada país como ley interna, se ha dado algunos organismos para regular en la materia:

1) La Comisión Interamericana, que lo que hace es estudiar situaciones de países o derechos incluidos en el Pacto y elabora recomendaciones.

2) La Corte Interamericana de Derechos Humanos que tiene más bien un carácter judicial. Toma posición y esto ya no son recomendaciones, son decisiones que obligan al Estado o parte a efectivizarlas.

En 1985 esta Corte Interamericana elaboró una opinión conjunta que va en este sentido que estoy planteándolo como bastante novedoso, esto fue en 1985 o sea no hace mucho tiempo. Les leo unas líneas para ubicar qué dice: “...*la libertad de expresión no se agota en el reconocimiento teórico del derecho a hablar o escribir sino que comprende además, inseparablemente, el derecho a utilizar cualquier medio apropiado para difundir el pensamiento y hacerlo llegar al mayor número de destinatarios*”.

Cuando la Comisión proclama que la libertad de expresión y pensamiento comprende el derecho a difundir informaciones e ideas por cualquier procedimiento, está subrayando que la expresión y la difusión del pensamiento y de la información son indivisibles.

“De modo que una restricción a las posibilidades de divulgación, representa directamente y en la misma medida, un límite al derecho de expresarse libremente. Si el principio de libertad de expresión requiere que los medios de comunicación social estén virtualmente abiertos a todos sin discriminación, o más exactamente no haya grupos que a priori estén excluidos del acceso a tales medios, exige igualmente ciertas condiciones respecto de éstos. De manera que en la práctica sean verdaderos instrumentos de esa libertad y no vehículos para restringirla.”

Es el primer antecedente que hay en la región en vincular la libertad de expresión con los medios que nos permiten ejercerla. Es decir, la Comisión Interamericana, que es el máximo órgano de derechos humanos en la región, se plantea este tema para que los Estados lo tomen. En principio esto sigue siendo una recomendación por más que es una opinión consultiva de la Corte.

Por tanto **libertad de antena**, implica admitir que el derecho a informar y expresarse requiere contar con los medios suficientes para que el derecho a la información no sea una mera declaración. Este es un primer concepto que quería plantearles.

El segundo concepto tiene que ver con la radiodifusión y tal vez sea fácil para ustedes entenderlo, no para nuestros Gobiernos o Estados. **La radiodifusión tenemos que considerarla como una forma de la libertad de expresión por medio de un soporte tecnológico distinto del papel.**

La libertad de prensa está muy asociada a la libertad de imprenta, no hay necesidad de pedir permiso para sacar un periódico, hay pocos controles para la prensa escrita. Y en general cuando uno habla de libertad de prensa, en su momento tenía que ver con el papel. Cuando aparece la tecnología de la radiodifusión, en realidad surge como una posibilidad de comunicación entre los seres humanos y no solo como un avance técnico o un intercambio de mercancías, como muchas veces se lo considera. No es solamente un mecanismo para comerciar.

Sin embargo, en la medida que pasaron los años este concepto se ha ido confundiendo. Quería proponerles esto porque si nosotros entendemos la radiodifusión no como un aspecto técnico regulable, como el teléfono, quiere decir que cuando consideremos las reglamentaciones en torno a la legislación en radiodifusión vamos a estar hablando de reglamentaciones a derechos humanos y no a cuestiones técnicas. Es decir todo lo que vale para la libertad de expresión vale para la radio.

Al mismo tiempo, todos conocemos que el espectro radioeléctrico que usamos para hacer radio abierta o televisión abierta es finito. Entonces se entiende necesario que los Estados administren ese espectro para usarlo de la mejor manera posible, para que no haya interferencias entre los distintos oferentes de servicios, etcétera.

Pero si planteamos la radiodifusión como ejercicio de un derecho humano, habrá que considerar también que estas limitaciones, razonables del punto de vista técnico, también tienen límites. Es decir que habría límites a esas limitaciones para que los argumentos técnicos: "*saturación del espectro*", "*que ya hay muchos radios*", etcétera, no se convierta, por otra vía, en un impedimento para que distintos sectores sociales, ciudadanos o grupos étnicos, puedan expresarse.

Alguna consideración respecto al espectro radioeléctrico, porque nuestras legislaciones, si bien se asemejan mucho, no son todas iguales. Para organizar esto los Estados se han dado un organismo que se llama Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), que depende de Naciones Unidas. La UIT lo que hace es reconocer al espectro como un patrimonio de la humanidad. Lo que hace la UIT es encargarle a cada Estado que administre en cada país un montón de frecuencias, entre otras cosas para evitar las interferencias tanto dentro de un país, como entre países.

El argumento técnico de ordenar y administrar es acertado, realmente no hay posibilidades para todos de entrar en el espectro, pero entonces de un buen uso de esa capacidad de administración va a depender que todos tengamos posibilidades de utilizar ese medio.

Que el Estado administre no significa que sea dueño y en muchos lugares que el Estado administre no significa que sea el Poder Ejecutivo de cada país el que lo administre. De hecho, las experiencias europeas demuestran que se han buscado mecanismos más plurales para el otorgamiento de las frecuencias, generando organismos independientes del Gobierno, aprobados por los Parlamentos o Congresos.

En ese sentido el Pacto de Costa Rica, expresa claramente una limitación a ese ejercicio del Estado. Hay un artículo, el trece, que dice que no se puede restringir el derecho de expresión por vías o métodos indirectos como, por ejemplo, el abuso de controles oficiales en el acceso a los medios que permiten esa expresión.

Supónganse que todo el mundo tiene reconocida por un Estado en su legislación su capacidad de expresión, pero si el gobierno prohibiera la importación de papel para publicar periódicos, eso estaría en contra del Sistema Interamericano de Derechos Humanos. Sería ilegal por afectar indirectamente (pero efectivamente) el derecho a la libertad de prensa. En el mismo sentido, se considera que el otorgamiento de frecuencias radioeléctricas puede ser un factor de restricción de la libertad de expresión si el Estado hace un abuso de esa capacidad de administrar.

De hecho en nuestras legislaciones lo que se está discutiendo actualmente es cuáles son las condiciones para que haya un acceso en igualdad de oportunidades. Ya más recientemente, después lo voy a comentar, la Comisión Interamericana acaba de aprobar una declaración sobre principios de libertad de expresión, que avanza sobre este tema.

Pero fíjense qué interesante, esto lo encontré hace muy poco. Decíamos que los Estados tienen que administrar el espectro para usarlo de la manera más racional y

óptima posible para que no haya interferencia y que la Unión Interamericana de Telecomunicaciones es el órgano regulador a nivel de las Naciones Unidas. La UIT ha elaborado un libro de recomendaciones denominado “Libro Azul”. Allí es donde se definen un poco los criterios, opciones, como otorgar las frecuencias, si por licitaciones, o por sorteo, plantea varias posibilidades. Cuando se refiere a las áreas rurales, dice que cuando la escasez del espectro no constituye una preocupación, que puede ser el caso de ciudades importantes donde puede haber saturación por una cantidad excesiva de radios autorizadas y cuando es posible el ingreso ilimitado, podría ser suficiente un mero registro o licencia de clase. Esto es de 1996, el libro se llama *Política de Telecomunicaciones para las Américas*.

Es decir, está bien que el Estado administre, pero en un pueblo del Interior de nuestros países, en una comunidad indígena de la selva, en el campo de cualquiera de nuestros países, si no hubiera problemas de saturación del espectro, la propia Unión Internacional de Telecomunicaciones, que es el órgano máximo, recomienda que podría ser suficiente un mero registro. Es decir, alcanza con decir "*quiero tener una radio, anóteme en tal frecuencia que está vacante*", pero no tiene que participar de ninguna licitación, ni concurso, ni tiene que autorizarlo previamente nadie.

Este tema es importante: cuando uno dice autorización, ¿qué está diciendo?. Está diciendo que el Estado nos está otorgando como gracia de Dios un derecho que no teníamos. El concepto de radiodifusión, de libertad de expresión, va mas allá de eso.

Hay derechos que a uno se le otorgan, vamos a suponer que un día el Estado nos da el derecho a pagar menos impuestos, son derechos que se otorgan por decreto, por ley. Pero hay derechos que son propios de la persona y el Estado lo que tiene que hacer es garantizarlos, el derecho a la vida no es algo que haya sido dado por el Estado. El derecho a comunicarse a través de la radiodifusión también es un derecho inherente a las personas.

El Gobierno puede autorizar para que no se interfiera con el derecho de otro a expresarse. Pero no nos está regalando algo. Por la vía de una autorización administrativa para obtener una frecuencia, sólo se debiera estar reconociendo un derecho que la persona ya tiene.

En realidad el artículo 13 habla de censura indirecta, pero cuando a uno no le otorgan la frecuencia que le corresponde habiendo espacio técnico, habiendo demostrado toda la voluntad, habiendo demostrado que la comunidad está interesada en contar con un medio de comunicación, **más que generar censura, se está generando silencio.**

Por eso es importante la discusión de estos temas. A nivel internacional estos conceptos que les estoy planteando ahora, ya hace tiempo que en algunos países están asentados y en América Latina están surgiendo.

Todos los Estados integran la UIT, que tiene expertos que trabajan en los distintos temas, que se encargan de la gestión de todo ese paquete de telecomunicaciones y elaboran recomendaciones o propuestas, desde lo satelital hasta la comunicación por teléfono móvil.

En 1996 se elaboraron una serie de recomendaciones de las cuales hay varias cosas que los países latinoamericanos no cumplen. Recomienda, como sucede en Europa, que cada organismo de regulación sea plural, independiente de los poderes. En América Latina tenemos la tendencia de que sean dependientes del Poder Ejecutivo, en este país incluso el Presidente, directamente el Presidente.

Eso significa, y no estoy haciendo un juicio de valor, una discrecionalidad mucho mayor si contamos con un organismo que depende del gobierno y que uno no lo elige con aval del Parlamento por ejemplo, donde hay una pluralidad de opiniones y una mayor posibilidad de control.

La experiencia demuestra que el otorgamiento de frecuencias en América Latina, se da en función del partido político que está en el Gobierno y ya no tanto del Estado. Cada vez que entra un partido nuevo, cambia la política. No hay políticas, o si hay políticas son de cada partido y no políticas públicas, ni siquiera estatales. Y en esto de las comunicaciones necesitamos políticas que trasciendan los intereses partidarios.

Obviamente uno no puede ser tan irresponsable de ir a ocupar frecuencias que interfieran el derecho de otros a ocuparlas. Tenemos derechos, pero también otras personas tienen derecho, así que no podemos interferirnos.

Pero lo que sí podemos considerar es si los Estados están usando este mecanismo de administración y de autorización administrativa para facilitar la capacidad de expresión de distintos sectores, sean minoritarios o mayoritarios, o para limitarla.

Entonces sí, entra dentro del Pacto de San José de Costa Rica. Es decir, hay una Convención que tienen ciertos organismos, de Comisión y Corte, que podemos utilizar para defender nuestros derechos en materia de acceso a frecuencias si no se está haciendo de una manera justa y democrática. Uno podría salirse de las reglas de juego internas y considerar también que el marco jurídico de cada país no se queda en esas fronteras internas y también incorpora las definiciones y herramientas internacionales.

Es decir, el marco jurídico aplicable en cada país, no solamente son las leyes que aprobaron nuestros parlamentos o en algunos casos nuestras dictaduras que aún siguen vigentes. También hay que incluir todo el Sistema Interamericano de Derechos Humanos, es decir, el pacto de San José de Costa Rica, no solo porque es una ley internacional, sino porque todos nuestros países lo ratificaron y tiene fuerza de ley interna.

O sea, vale todo el "paquete" y no alcanza que nos apliquen un decreto determinado o un reglamento, uno puede ser legal o ilegal en torno a ese reglamento, pero, ese reglamento ¿cómo es en relación al Pacto de Costa Rica?. Ahí si se plantea la necesidad de que cada país estudie la situación manejando todos los instrumentos, y en el terreno de los derechos humanos hay que manejar todos, también los pactos internacionales.

Me gustaría hacia el final de hoy comentar justamente cuáles son los instrumentos internacionales para que se nos garantice lo que ya está dado incluso en los textos constitucionales.

Por ejemplo, la Comisión Interamericana de Derechos Humanos tiene una relatoría sobre libertad de expresión, del argentino Santiago Cantón, que está trabajando sobre estos temas.

En marzo de este año en Paraguay, la Comisión Internacional de Derechos Humanos acaba de hacer un informe sobre derechos humanos que habla sobre la situación de las radios comunitarias y está exigiendo al Gobierno ciertas medidas. Es un mecanismo no muy usado hasta ahora pero que empieza a ganar fuerza, justamente por ese avance.

En octubre del 2000 se aprobó una declaración de principios sobre la libertad de expresión que avanza aún más respecto al pacto de Costa Rica. En el artículo 12 de la declaración de principios plantea lo siguiente: *“los monopolios u oligopolios en la propiedad y control de los medios de comunicación deben estar sujetos a leyes antimonopólicas por cuanto conspiran ante la democracia al restringir la pluralidad y diversidad que asegura el pleno ejercicio de la información de los ciudadanos. En ningún caso esas leyes deben ser exclusivas para los medios de comunicación. Las asignaciones de radio y televisión deben considerar criterios democráticos que garanticen una igualdad de oportunidades para todos los individuos en el acceso a los mismos”*.

Lo dice la Comisión de Derechos Humanos de la OEA y se ha empezado a aplicar.

En marzo de este año, Paraguay recibió el informe de Derechos Humanos de esta Comisión que le dio un peso muy importante a la libertad de expresión. Por primera vez en un informe se incluyen las radios comunitarias, además de plantear la preocupación del relator sobre la situación de las radios comunitarias, le plantea al Gobierno tres recomendaciones. En una de ellas le exige al Gobierno paraguayo que no haga más subastas (forma en que otorgan las frecuencias), argumentando que ese criterio es antidemocrático ya que solo los más ricos pueden acceder. Y le exige que instrumente en su legislación interna reglas de juego más transparentes y equitativas para el acceso a frecuencias radioeléctricas.

Ya no son solamente las radios comunitarias las que lo dicen: es la propia Organización de Estados Americanos (OEA) quien dice que debe adecuar y modernizar sus marcos legales para permitir el acceso en igualdad de oportunidades a todos los sectores.

En Guatemala ha sucedido algo semejante. Ahí no es la minoría, no son los grupos étnicos que molestan un poco y hay que darles un espacio, es la mayoría la que no tiene acceso a los medios.

También en Guatemala la adjudicación de frecuencias se hace por subasta. Por los Acuerdos de Paz firmados hace unos años, hay una cláusula que plantea que las comunidades indígenas reciban frecuencias. Hasta hoy no se han otorgado. Es más, les dieron recientemente una frecuencia estatal para que se las repartan y les dicen que negocien con las comunidades indígenas para ver si tienen “programitas” de una o dos

horas para “sacarse las ganas”, digamos. Pero no reconocen los contenidos en estos temas de los Acuerdos de Paz firmados por el propio gobierno.

De todas formas, yo valoraría estos antecedentes como positivos, mas allá de las dificultades que tenemos. Son antecedentes que empiezan a trascender las pequeñas luchas que estaban silenciadas, cada uno en su país peleando. Es la OEA la que está planteando estos temas, ningún "revolucionario", ningún "izquierdista", ningún "subversivo".

Tengo que hacer referencia a AMARC, porque en este Seminario muchos son socios de AMARC. Nos han acusado de que este movimiento nació en Cuba y que tenemos que ver con todo una forma de ideología de Castro. En realidad AMARC surgió en Canadá hace muchos años y uno ve que si bien en América Latina la radio comunitaria popular, educativa tiene mas de 50 años, en Europa, en Canadá, se encuentran las reglamentaciones y apuestas más avanzadas a estas radios.

Las radios libres o locales francesas e italianas, que fueron de una fuerza enorme hace unos años, comenzaron en realidad con este movimiento a nivel internacional y obtuvieron logros importantes.

Por ejemplo las alemanas obtuvieron fondos por subsidios del Estado. Yo he ido a Alemania a ver estas radios libres y locales, y sé que les dan hasta 60.000 dólares por año para funcionar. En Francia, el 1 por ciento de los ingresos por venta de publicidad de las radios comerciales se destina a apoyar radios comunitarias. En Francia es común, acá sería subversivo quitar el 1 por ciento de la publicidad para financiar propuestas con contenidos comunitarios, de interés social, que valen la pena.

Cuando muchas veces se nos dice que no hay lugar, en Italia la legislación de radiodifusión reserva un 25 por ciento de todas las frecuencias disponibles en cada localidad para radios sin fines de lucro. De todo lo que haya disponible el 25 por ciento tiene que ser para radios sin fines de lucro.

En Irlanda fueron un poco más lejos, tienen experiencias pilotos muy interesantes, trabajaron un par de años con radios comunitarias para seguirlas de cerca, para aprender de la experiencia, incluso hoy toman en cuenta para otorgar nuevas radios comunitarias, los principios de AMARC.

En Canadá también estas experiencias son muy respaldadas. Aunque no hay una legislación específica de radios comunitarias y sin embargo la política de los gobiernos ha sido promoverlas. Es necesario aclarar que nos referimos a radios comunitarias en el sentido más amplio que se les pueda dar a las experiencias sin fines de lucro, sociales.

En Canadá no hay por ejemplo ningún tipo de restricción para las radios comunitarias en materia de potencia o cantidad. La única restricción es en materia publicitaria, aunque sí se les deja tener publicidad. La única salvedad es que cuando una radio comunitaria aparece en una localidad donde ya hay radios comerciales, en vez de los quince minutos

que le correspondería a cualquiera, a la radio que entra en competencia con la radio comercial le dan ocho. Es la única restricción que hay para priorizar la radio comercial.

Lo interesante de Canadá es que se hace por registro, se hace por propuesta del interesado, no se hacen licitaciones ni llamados a interesados. Si hay una experiencia que se quiere poner en el aire, identifica una frecuencia vacante, hace una propuesta de programa de servicios y se presenta ante el organismo regulador, que también es independiente del poder ejecutivo de Canadá. Si no hay ningún otro interesado en utilizar esa frecuencia se la dan directamente, siempre que cumpla con los criterios establecidos por la legislación y que presente un programa de servicios a la comunidad.

Pero lo más interesante, y ojalá se aplicara en todos nuestros países, es que dan los permisos a todas por cinco años, a todas, no solo las comunitarias. Y llaman a audiencia pública, es decir como a todas les exigen que presenten un programa de servicios, lo que hacen es audiencia pública para que toda la comunidad participe de la evaluación de la radio para ver si cumplió o no con lo que se comprometió y si realmente aporta a la comunidad o no. Si la gente la aprueba, siguen, de lo contrario le quitan la frecuencia.

Desde el año pasado también en Estados Unidos empieza a reconocerse el fenómeno de radios comunitarias, a partir de una nueva administración, de lo que es la Comisión Federal de Comunicación de los Estados Unidos (en inglés FCC). Todos los organismos de telecomunicaciones de nuestros países tienen en sus páginas un *link* (vínculo) a la FCC. Lo que ellos definen se toma muy en cuenta desde el punto de vista técnico. La FCC ha dado un primer compromiso el año pasado para ayudar a comunidades y grupos de interés, iglesias, colegios y gobiernos sociales a salir al aire revocando una política vigente durante dos décadas en las cuales se opuso a las emisoras radiales de baja potencia. William Kenner responsable de la FCC, ve en esto una oportunidad para darle ingreso a mujeres y a los integrantes de minorías en esta industria. Es una oportunidad para crear nuevas voces alternativas en el aire.

La FCC ofertará la posibilidad de emisión a miles de emisoras de baja potencia a lo largo y ancho de Estados Unidos en dos franjas de potencias que van de 1 a 10 vatios y otra que va de 10 a 100 vatios. Se prevé además una nueva reglamentación para emisoras comunitarias de hasta 1000 vatios. En Estados Unidos, a diferencia de nosotros, que nos fuerzan a tener baja potencia, los comunicadores comunitarios estaban buscando que les legislaran "para abajo" porque está legislado "para arriba". Cosa interesante. Ahora sí se empieza a cubrir toda la franja de potencias.

En América del Sur y Centroamérica, no sin dificultades se ha ido reconociendo la existencia de una tercera forma de propiedad de los medios de comunicación, la radio comunitaria, complementaria o alternativa a la radio comercial o estatal. Ha habido ya legislaciones en nuestros países como por ejemplo en Chile, Ecuador y otros, pero no son muy buenas realmente.

La de Chile solamente permite radios de un vatio de potencia como máximo, porque han entendido que las radios comunitarias son radios de mínima cobertura, como se les

llama. No pueden pasar publicidad, no pueden asociarse con otras radios para hacer cadena, entre otras restricciones.

En Brasil también se tomó este modelo, son radios de 25 vatios mientras no pasen de un quilómetro de radio. Muy poca cosa. Pueden pasar algún tipo de auspicio pero no publicidad, no pueden hacer cadenas e increíblemente la legislación, en contra de lo que sostiene la UIT, permite que las radios comerciales interfieran las radios comunitarias, aún las autorizadas. Por ley la radio comercial puede interferir una radio comunitaria aún cuando la radio comunitaria tenga permiso.

Colombia, más allá de la situación que lleva ese país, es la experiencia más interesante en cuanto a legislación. Por supuesto tiene carencias, pero es una legislación que permite lo que otras propuestas no hacen, es decir, si bien limita la potencia, estamos hablando de potencias de hasta 250 vatios, permite la publicidad, permite muy libremente la posibilidad de presentar propuestas. De hecho ya se han dado en Colombia unas 500 radios comunitarias en todo el país. Y en este momento AMARC está conversando con el Ministerio de Comunicaciones para desarrollar planes de capacitación para esas emisoras. Ahora incluso están legislando para televisión comunitaria.

Después hay países como Bolivia, Perú o Ecuador que tienen radios educativas, populares, desde hace mucho tiempo y han tenido distintas formas de expresión legal. Hay experiencias muy conocidas que están incluso primeras en mediciones de audiencia, está radio Yaraví, aquí presente, que ha estado punteando en las mediciones. Muchas radios religiosas han tenido un papel importante en las radios educativas o populares en la región y son tal vez las experiencias más consolidadas como medio.

Allí empieza a haber otro problema. Por ejemplo en Perú acaba de presentarse una propuesta para permitir que las radios educativas, que así se llaman y están autorizadas, puedan seguir pasando publicidad, ya que en un decreto el Gobierno de Fujimori les había prohibido tener publicidad. Hoy el propio Defensor del Pueblo en Perú está haciendo gestiones para que se permita la publicidad, entendiendo la prohibición como una violación de los derechos humanos. También las organizaciones de radios comunitarias y populares están presentando propuestas al Parlamento para cambiar esa situación.

En Ecuador había una legislación pero también con grandes dificultades, un poco como acá en Uruguay, se la vinculaba a la seguridad nacional y permitía una especie de veto de los militares. Bueno tal vez eso que era el aspecto más duro de la legislación ustedes la pudieron cambiar. Sigue habiendo limitación al ejercicio de la radiodifusión de todas maneras, por ejemplo, el tema publicidad, el tema de en qué lugares o cuántas radios pueden haber en Ecuador, etcétera.

En México, hoy está candente este tema.

En Venezuela el Gobierno acaba de presentar una propuesta de reglamentación para radios comunitarias que ha sido puesta a discusión, a consulta pública en todo el país, incluso yo tuve oportunidad de hacer llegar opiniones.

En Bolivia, actualmente el organismo que regula las comunicaciones está tratando de abrir espacios. Ha habido otorgamiento de unas ocho o diez frecuencias últimamente y por lo menos en el discurso y conversaciones con nosotros se está buscando establecer una reglamentación adecuada para radios comunitarias.

Yo terminaría por acá el resumen para respetar los tiempos de los organizadores. A mí me parece un momento muy interesante, donde hay avances, pero donde debemos plantear algunas carencias o dificultades que siguen surgiendo. Han habido avances en estos temas porque los gobiernos empiezan a ver, con un poco más de sentido común, lo que pueden aportar estas experiencias comunitarias a la democracia, al desarrollo, incluso a la paz. Por eso están surgiendo posibilidades de reglamentaciones o de revisar las reglamentaciones.

Uruguay en eso está todavía muy tibio, solo recientemente ha habido alguna señal, en otros países empieza a ser un tema de urgencia y forma parte de la agenda pública. La Comisión Interamericana de Derechos Humanos están empezando a prestar atención al tema, no es poca cosa. UNESCO esta respaldando mucho el tema, en 1994 estableció una declaración en Santiago de apoyo a estas experiencias, hay apoyos con fondos a las radios comunitarias de la región.

Todos estos elementos demuestran una vez más que la miopía que a veces hay en nuestros países, o el miedo que hay de parte de nuestros gobiernos, en realidad debe quedar de lado. Porque incluso los organismos internacionales ven que en las radios comunitarias, en la comunicación social, en especial en las áreas rurales, hay una oportunidad para el desarrollo.

La misión mía era por lo menos mostrarles una panorámica y brindarles herramientas que tal vez ustedes no tuvieran cerca y que sin embargo están ahí a la mano. Me parecen que deberían integrar sus estrategias en cada país. Gracias.

Comunicadores locales

Galo Muñoz, Marco Martínez, Belia Concha, Elfego Riveros

*Los roles, la ética, el relacionamiento con la comunidad
y otros aspectos de la comunicación social*

Galo Muñoz

La intención es hacer una pequeña definición de los planteamientos que vamos hacer cada uno de nosotros.

Primero, ¿cómo están funcionando las redes locales de comunicación, los criterios de selección?, porque se trata de personas voluntarias que trabajan en comunidades y desde ahí se reportan a los medios. Luego juegan las características que debe tener un

comunicador rural, después el flujo informativo, los mecanismos que se deben tomar en consideración para el envío de la información. Porque hablamos de comunicadores que viven en lugares incluso donde no existen medios de transporte: ¿cómo hacen ellos para hacer llegar información al medio radio en este caso?

También ¿cómo estamos definiendo algunas estrategias para el fortalecimiento de esa red de comunicadores rurales, en el caso específico nuestro y de acuerdo a la experiencia que tiene cada uno de los compañeros?

Luego, ¿cómo ideamos el plan de evaluación y asistencia para ir fortaleciendo esas redes y hacer capacitación, seguimientos con base en las inquietudes o necesidades que surgen alrededor del proyecto?

Por otro lado, también hay un problema, que algunas veces puede ser serio, esto es las dificultades que tienen que enfrentar los comunicadores, ya sea dentro de la comunidad, hacia el exterior de la misma o cuando realizan trabajos con las autoridades. Había problemas de discriminación, de desconocimiento y falta de apoyo de las comunidades a los comunicadores rurales como agentes de cambio, que son asumidos lentamente por algunas comunidades.

Esto es más o menos lo que hemos resumido, con base en experiencias distintas, pero todos enmarcados dentro de lo que es el fortalecimiento de la comunicación social en las áreas rurales.

Marco Martínez

Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador

Nuestra actividad tiene varios años, ha vivido distintas fases y quisiera destacar para ustedes algunos hechos que creemos importantes.

Primero, ¿quiénes son para nosotros los reporteros populares? Simplemente, quienes sean cuentan con el respaldo de sus comunidades.

En Ecuador, según la ley, las poblaciones campesinas jurídicamente se organizan en comunas; las comunas eligen sus directorios que se llaman cabildos. Dentro de estos cabildos existen secretarías de distinto tipo y una de ellas es la de comunicación. En muchos casos, estos secretarios o estas **secretarías de comunicación de los cabildos de las comunas indígenas** pasan a ser directamente nuestros reporteros populares. Es decir, que dependen de su propia organización en los temas y en la relación con el medio de comunicación. Esta es la mayor cantidad de reporteros y reporteras.

Una segunda alternativa es quiénes voluntariamente, espontáneamente, desean hacer ese trabajo. Porque a través de nuestras emisoras estamos diciendo: ahora es tiempo de capacitación para reporteras o reporteros, si hay interesados que vengan a apuntarse. De hecho hay gente que se interesa. Digamos que en esta segunda opción hay gente de

la ciudad de distintos estratos sociales, de diferentes actividades y sobre todo de distinta edad. Desde jovencitos que están terminando su formación primaria hasta señoras de la cuarta edad, que tienen interés de poner en la radio los temas que les interesa. Dentro de sus organizaciones o simplemente como ciudadanos.

Después de establecido el grupo vamos a la tarea de capacitación. Usualmente son dos días bastante rápidos, partiendo de lo que ellos saben, de lo que ellas saben, es parte de la metodología que estamos usando permanentemente, es decir, partir del conocimiento que la gente tiene para apuntalar algunos aspectos más específicos del trabajo comunicacional.

Se parte de las preguntas fundamentales de los comunicadores; hemos puesto en una hoja una guía para que las personas que recaban la información puedan acordarse cuáles son todos los temas, cuáles son todos los datos que requerimos para que las noticias estén completas.

Cuando eso está funcionando, cada quien se lleva un paquetito de hojas. Algunos les dan buen uso, otros no sabemos qué uso les dan porque hay de todo. Gente que constantemente está enviando sus notas, gente que no, o nunca ha enviado. Está el caso, como anécdota, de un compañero que se llevó esas hojas hace unos seis años y todavía continúa enviando las informaciones en ese tipo de hojas, porque él, por su propia cuenta, ha fotocopiado las hojas y sigue trabajando en ellas. Hace dos años que nosotros no hemos entregado las hojas, pero él todavía tiene. Es su propia iniciativa, su propia decisión.

Pero es muy útil para nosotros porque facilita la redacción y comprensión de los temas. Después de eso tenemos dos posibilidades para acceder a esas notas: el envío que ellos hacen o ellos mismos llegan directamente con sus hojas. Cuando llegan es mucho más rico porque en ese caso nunca o casi nunca utilizamos la hoja sino su propio testimonio, lo ponemos en grabación o en directo. Cuando llegan en horarios que no hay mucha gente o que no hay quien se encargue de las grabaciones, dejan la hoja y en ese caso los redactores tendrán que hacer el trabajo. Esa es la primera posibilidad.

La otra es que de alguna manera planificamos salidas por ahí, funciona un carro viejo que recorre los caminos polvorientos de mi provincia. Ellos saben, están anticipados en qué dirección vamos a salir cada vez que toca salida y es muy lindo. Yo estuve por algún tiempo trabajando en este proyecto, que le llamamos el chasqui. Chasqui han sido las personas que se encargaban de llevar mensajes. Eso es lo que pretendemos reproducir ahora. Salimos en un vehículo en determinadas direcciones y cuando está asomando el carro que ya es conocido, los niños y niñas de los poblados comienzan eufóricamente a gritar “el chasqui, el chasqui”, con eso hemos hecho una grabación bonita. Es parte de la presentación del trabajo que ellos hacen.

Vamos trabajando ya no solamente con los reporteros, ellos han adelantado gestiones para que estuvieran también los dirigentes de las comunidades, dirigentes de proyectos,

eventualmente autoridades que están por el sector; coordinamos cuando tienen actividades importantes, y cuando tienen fiestas también estamos ahí.

Podría o debería mencionarles que por esta relación que tenemos no es posible pagar; no lo hacemos, no está dentro de nuestras posibilidades y de alguna manera eso tiene dificultades porque la población no es constante, tiene sus problemas familiares, hay dificultades con la migración, entonces un año, dos años, tres años, en el mejor de los casos permanecen y luego cambian. Pero también es que cambian las directivas de las organizaciones y tiene que ser repetido el ciclo. En todo caso sigue siendo aprovechable la tarea porque cuando se renuevan los cuadros de comunicadores populares siempre hay nuevas ideas, nuevas actitudes.

Por el momento tenemos, ya me parece que van como 10-12 años, cinco reporteros fijos que casualmente son maestros en cinco cantones distintos. Ellos están fijos, por medio del teléfono, llamando directamente a nuestro informativo de la mañana que empieza a las 6 de la mañana. Quiero decir que el día empieza pronto, el sol ya está a las 6. El informativo va de 6 a 8 de la mañana, y allí llaman los reporteros cantonales, reportando aspectos interesantes de su sector.

Finalmente, el trabajo de los reporteros y reporteras es en quechua, la lengua nativa y en castellano. Para lo uno y lo otro hay personas encargadas. Desde luego compartimos las informaciones porque lo que llega en quechua tiene que salir al aire también en castellano. Ahí hay una coordinación útil para que en quechua y en castellano hubiese un referente de lo que está pasando en la provincia en general.

Galo Muñoz Arce

Director de Comunicación del Centro de Investigación y Comunicación Social SINSLANI, Estelí, Nicaragua. Experto en Comunicación Educativa para Áreas Rurales

Hay una experiencia similar en Nicaragua. En lo personal me permitió acompañar durante la década de los años 80, la organización y formación de los reporteros populares en la región norte del país en donde logramos conformar una red de 300 personas. Ya las condiciones y circunstancias políticas determinaron el trabajo de los corresponsales como las personas que estaban enfrentando una batalla ideológica que se estaba librando en Nicaragua a partir de la agresión del gobierno norteamericano contra la revolución sandinista. Nosotros definimos el medio radio como la estrategia más viable para contrarrestar aquellos ejes de ataque, organizar una gran red que permitió la apropiación por parte de la comunidad a través de los reporteros populares, y luego también a través de CORADEP, que estaba siendo apoyada por AMARC. Se logró definir la función y rol de las radios comunitarias de Nicaragua, y la mayor parte del flujo informativo estaba siendo llevado desde las comunidades por los comunicadores, los reporteros populares.

Pasó la década del 90 y prácticamente de los 300 quedaron algo más de 10 comunicadores, entonces, con la experiencia que se tenía en esa época y a partir del año 2000 se dieron saltos bruscos. En ese año Sinslani realizó una investigación sobre las necesidades y formas de comunicación que existen en la comunidad. De ahí, a pedido de las comunidades, logramos desarrollar el proyecto de capacitación y formación de la red de comunicadores rurales en Estelí.

El primer paso que dimos fue reunirnos con los líderes, dirigentes comunales, alcaldes y todos los agentes internos y externos inmersos en la dinámica de lo que es el desarrollo rural y plantearles la necesidad de la nominación de un comunicador rural para que acompañe durante todo el proceso que estaban desarrollando, los procesos que estaban realizándose tanto en el municipio como en la comunidad. Ellos fueron seleccionados por las comunidades y recibieron capacitación por una semana. Durante esa semana se les dieron algunas técnicas sencillas: primero las siete preguntas básicas, también se les entregó una grabadora y se hicieron algunas prácticas sobre lo que es la entrevista, el reportaje y algunos elementos sobre lo que es el guion radiofónico.

Se puso énfasis en lo que tiene que ver con la recopilación de la vida comunitaria, luego empezaron a salir unas series que se conocen como “Los abuelos cuentan la historia”, un trabajo que hemos venido haciendo y que su fuerte ha sido empezar a rescatar el pasado, el presente y luego perfilar el futuro.

Después de la capacitación en los talleres a nivel departamental, en los tres departamentos de la región norte de Nicaragua, se les dio una pasantía por quince días. Tuvieron más acceso al medio radiofónico, prácticas sobre cómo hacer entrevistas, cómo elaborar programas, locución radial.

A partir de estas instancias, logramos un mayor nivel de adquisición de conocimientos y también ellos comienzan a interesarse mucho más; desde esas comunidades ya no solamente a enviar noticias sino también algunos reportajes, historietas y otros programas.

El problema comenzó a ser el que nosotros no tenemos una radio, pero la experiencia de los años 80 permitió que los comunicadores rurales hicieran uso de los medios que están dentro de la nueva dinámica.

Es más, casi el 60 por ciento de la información de los noticieros que se emiten en esa región son vía comunicador rural. Ellos son los que están participando no solamente en los noticieros, sino en los programas dirigidos al campo. Ese es un elemento muy importante.

Después de un año de capacitación y seguimiento, se ha ido valorando el avance y desarrollo de cada uno de ellos. Algunos tenían dificultades para lograr respuestas a las siete preguntas, incluso en algunos casos a las cinco preguntas, por lo que nuevamente nos planteamos algunos talleres de actualización.

También existían problemas con la redacción, es así que, a la par del problema y a la dificultad que ellos iban teniendo se iban realizando instancias de capacitación. Porque ese es nuestro papel, el ser facilitadores de este proceso.

Llegamos al año 2001 y definimos como estrategia el fortalecimiento de la red de comunicadores rurales. Lo primero que se hizo fue acompañar a un grupo de 50 comunicadores en su municipio y en su comunidad, en la presentación al alcalde y a las autoridades comunales. Se les dio a conocer el rol del comunicador rural y el papel que iban a jugar en el proceso de ejecución de los proyectos, del rescate de la identidad cultural, en la transferencia tecnológica; esto es, tenían que responder a las necesidades que hay en el campo.

Esto nos permitió hacer la carta de presentación para que haya una mayor valoración sobre el papel y el rol que estaba jugando el comunicador rural en cada uno de los municipios de las comunidades.

Sin embargo, podemos decir que en su mayoría los comunicadores rurales han tenido algunos problemas y dificultades. Uno es el desconocimiento por parte de **algunas autoridades que se niegan prácticamente a informar a personas con nivel educativo de primaria**, algunos que apenas saben leer y escribir. Acostumbrados a brindar información a periodistas profesionales, han hecho algunos desaires o discriminación. Tenemos que estar nuevamente asistiendo, reuniéndonos con las autoridades, persuadiéndolos y haciendo sondeos de opinión para ver realmente cuál es el impacto que tiene la red de comunicadores rurales en el interior de la comunidad.

Hemos sacado algunos resultados, y es a partir de que los comunicadores rurales inician este proceso de difusión del quehacer y la vida cotidiana de la comunidad, que realmente comienzan las autoridades locales y los diversos agentes internos a interesarse por esas comunidades.

Por ejemplo, hace tres años el famoso huracán Mitch afectó toda la zona norte de Nicaragua, prácticamente desmanteló toda la infraestructura y todo lo que tenía que ver con salud comunitaria. Destruyó puentes, caminos, había que reiniciar. Ese era uno de los objetivos del proyecto: cómo dar respuesta y hacer que los campesinos se interesaran en empezar a involucrarse en la dinámica de esos proyectos. En esa oportunidad, como tantas otras, los comunicadores rurales jugaron un importante rol, fueron prácticamente los transmisores de una transferencia tecnológica que era la perforación de pozos manuales para la construcción de sistemas de agua potable en las comunidades.

Ayudaron y acompañaron a las comunidades por medio de los promotores o paratécnicos, asimilando conocimientos y luego transfiriéndolos de comunidad a comunidad. Eso fue posible por el papel educativo que jugaron los comunicadores rurales a través del medio.

También hay un problema que tiene que ver con el uso social del crédito. Porque hay un fondo; se entrega un dinero a los campesinos para que empiecen a desarrollar

algunos proyectos: la crianza de aves de corral y el cultivo de hortalizas para mejorar la dieta alimenticia propia e intercambiar con arroz u otro artículo complementario.

Los comunicadores han estimulado estos procesos todo el tiempo. Consideramos que realmente hay un reconocimiento. Si bien es cierto que los resultados en la comunicación son subjetivos y no se pueden ver resultados materiales, sí se ha visto un cambio de conducta por parte del curso de la población. Ahora hay más apoyo, y lo más importante es saber que el proyecto concluye en este mes de setiembre. Como facilitadores del proceso nos propusimos que en estos años ellos ya debían tener más o menos una formación técnica y una capacitación organizativa para luego echar andar el proyecto. Nunca hemos de apropiarnos del proyecto, ni Sinslani ni Tropiseq, que es el programa de capitalización de los pequeños productores, que no lo asume como una propiedad exclusiva a pesar de que ellos lo financian.

Nuestro propósito es que **los comunicadores rurales han de ser un recurso, un patrimonio de la comunidad**. No son propiedad de nosotros. En la medida en que son un patrimonio de la comunidad queremos que ésta se vaya apropiando de ese recurso comunicacional para que le permita acompañarse en todos los procesos que desarrolle. Ese es otro elemento importante.

Para lograr esto hemos visto la **necesidad de formar una estructura, una estructura microzonal y una red regional**. En la red existen tres microzonas y cada una está siendo atendida por un coordinador que es miembro de la red, capacitado, preparado, es el que da seguimiento desde el territorio, el que tiene que ver los problemas y dificultades que van enfrentando los comunicadores rurales; a su vez hacernos alguna sugerencia o recomendaciones para que cuando vamos a los talleres de evaluación mensual saber cuál es la problemática que presentan.

En ellos analizamos lo que es el flujo informativo, la relación con los medios de comunicación, con las autoridades locales y hace poco realizamos un taller sobre elaboración y autogestión de proyectos.

Elaboramos un documento en donde estamos pensando prácticamente cómo la red puede ser autosostenible. Se está dando la sostenibilidad a dos vías.

Como hay dificultades el proyecto entrega grabadoras, capacitación, pero no se entregan salarios, son voluntarios. La mayoría son productores, promotores, artesanos, esa es su actividad predominante, su actividad formal. Por otro lado, obsequian parte de su valioso tiempo en ir y cubrir una información para dar a conocer actividades, acontecimientos del transcurso de la semana.

Hay comunidades totalmente remotas donde no hay vías de acceso, donde sólo llegan técnicos; a veces llega algún vehículo, entonces los comunicadores son los que trasladan la información hasta la radio o la entregan al coordinador zonal para que él vaya. Hay cierta información que se dilata en tiempo y cuando llega a la radio la actividad

ya pasó. Por esto se plantea en esas zonas no trabajar con temas del momento, sino con temas que tengan perdurabilidad.

Otro elemento es buscar a través de la publicidad de los buses, anunciando que el servicio de Nueva Segovia o COTAL ofrece un servicio a la comunidad, transportan pasajeros, encomiendas, avisos y también trasladan información.

En las cabeceras municipales y regionales hay acceso al teléfono, la comunicación es instantánea con la radio, pueden salir al aire en cualquier momento del día, en los programas dirigidos a los campesinos de radios comerciales.

Pero para definir una estrategia de sostenibilidad para el conjunto de la red se trabajó en un taller. Allí se definieron tres instancias sobre las que están trabajando actualmente.

Se necesita mayor capacitación, mayor conocimiento, ya no sólo se plantean técnicas de comunicación, sino que también quieren conocer, tener un taller sobre legislación municipal, legislación ambiental, quieren conocer sobre el código de la niñez, técnicas sobre cómo hablar en público. Están planteándose una serie sobre autodiagnóstico comunitario e instrumentos que les permitan desenvolverse por sí solos, una vez que nosotros concluyamos el segundo año del proyecto. Aunque el matrimonio siempre va a mantenerse. Nosotros vamos a continuar en la parte educativa, en la capacitación. Ellos van a ser los encargados responsables del fortalecimiento y la organización de la red desde el territorio y a nivel regional.

También estamos abocados a lograr una personería jurídica de la red, porque en Nicaragua es imposible acceder a créditos si la organización no es legal, jurídica. Estamos trabajando en el esfuerzo con algunos amigos, abogados, expertos en leyes que tienen experiencia en este tipo de organización, para darles la identidad de acuerdo a las características de la comunidad.

Al momento han logrado también desarrollar algunas iniciativas. **Una es la capacitación, otra es el fortalecimiento organizativo de la red y la tercera es la elaboración de proyectos.** Va en esas tres vías.

En cuanto al equipamiento, si bien es cierto que se poseen las grabadoras, también hacen falta cassettes, baterías, etcétera, por lo que procuramos que lo asuman los organismos. Todos esos son niveles de autogestión, a nivel personal y a nivel microzonal, que en alguna medida se están logrando.

Esta es nuestra experiencia y pensamos que la red que existe en este momento es una alternativa de comunicación en Segovia.

Belia Concha Alburqueque

Radio Cutivalú, Piura, Perú. Licenciada en Ciencias de la Comunicación, integrante del equipo informativo, coordinadora de la red de agentes de comunicación de Radio Cutivalú, coordinadora del proyecto de Agentes Rurales de Comunicación e Institucionalidad Democrática en la Región Piura. Integra la comisión de elaboración y gestión de proyectos de comunicación para el desarrollo de INTELTA ⁽¹⁾ -Radio Cutivalú

Un marco general de la red de Radio Cutivalú: son 70 agentes de comunicación que están ubicados en las zonas urbano-rurales y urbano-marginales del departamento. La mayoría son docentes, nosotros preferimos docentes porque son quienes tienen una relación más estrecha con la población: el docente es el profesor del pueblo, es respetado, la gente lo conoce, por cualquier cosa el padre o madre de familia va ir a hablar con él; por ello es que se prefiere que sea docente y desde hace dos años estamos haciendo una discriminación positiva, ahora buscamos mujeres.

En la red hay 70 personas pero sólo 25 mujeres. Queremos que participe la mujer porque la mujer del pueblo al ver que otra mujer está informando, se motiva y empieza ella misma a comunicar. Eso nos permite tener un convenio con la Dirección Nacional de Educación para que nos dé certificados de los talleres de capacitación que hacemos, y a ellos les permite juntar puntos para concursar a plazas de directores y mejorar. Es una ventaja y por eso es que tenemos ese convenio.

En cuanto a la importancia de los comunicadores rurales, ayer Elizabeth lo definió y graficó perfectamente con hechos, con logros y resultados. Esta es la importancia de la red de comunicadores populares o rurales.

Yo quisiera agregar dos cosas: una, que nuestra función no solamente es difundir las problemáticas de las zonas sino difundir las propuestas, las experiencias positivas del pueblo. Si tenemos un problema hay que informarlo para que la autoridad lo resuelva, pero también ver nosotros ¿qué hemos hecho para resolverlo, la población qué ha hecho, se ha organizado, ha elaborado algún proyecto?

Otro elemento es hacer un trabajo de promotor más que de difusor. Movilizar a la población: cuando nos dicen “tengo este problema”, nosotros decirle “¿no has pensado en juntarte, organizarte con los demás del pueblo?; es decir, incentivarlos.

Esto grafica de alguna manera las tres etapas por las que ha ido pasando la red de corresponsales de Radio Cutivalú. En un momento fue red de colaboradores y solamente difundían la problemática. Luego pasaron a ser red de corresponsales, ahora son red de agentes de comunicación y estas tres etapas se identifican con lo que les he dicho. No sólo difundir problemática, sí experiencias exitosas, y mover, ser movilizados, que ahora es la principal función de ellos y para eso se los capacita.

(1) Instituto Teleducativo *Los Tallanes* (INTELTA), ver pág. 205

Tenemos tres talleres anuales de capacitación, se les brinda principalmente tres temáticas: desarrollo local, que es el desarrollo, cuáles son los actores regionales del desarrollo, que es el tejido social, y cómo ha ido cambiando la concepción de desarrollo.

Cuando recién entraron, su concepción de desarrollo era tener una buena carretera, eso era desarrollo para ellos que son del pueblo. Pero después de las capacitaciones se dan cuenta que desarrollo va más allá, es desarrollo humano también, es el acceso a la educación, es ir poco a poco erradicando el analfabetismo, y eso es parte de la capacitación.

Luego lo que es contexto regional, que conozcan sus zonas y esa es una característica del que va a ser corresponsal, que sea del lugar. Tiene que ser del lugar porque le permite que conozca sus riquezas y limitaciones. En este taller se da la relación entre el contexto regional con lo nacional y lo internacional. Les hemos enseñado cómo desarrollar un plan estratégico, aunque ellos no lo van hacer porque para eso se necesita otro taller de capacitación, pero aquí les damos la idea general, saber cómo hacerlo y reunirse con el pueblo.

Lo bueno de los comunicadores es que son agentes multiplicadores y rescato la idea de Galo, lo que ellos aprenden en sus talleres lo llevan a sus zonas y arman también talleres, lo replican a su gente, aplican los conocimientos recibidos.

Saben cómo hacer un proyecto, tratan de animar a la gente para que lo realicen, al principio participan y luego se van, es decir, acompaña, pero no estar todo el tiempo incluidos.

Esta importancia de los comunicadores rurales la saben también las autoridades.

Les doy ejemplos: en el momento en que uno es corresponsal de la radio piden carné; en un principio no les damos carné, son seis meses de evaluación, pero dicen: “cómo voy a presentarme a la autoridad, cómo hago la entrevista”. Tú eres corresponsal de la comunidad, y así llegas a las organizaciones. Por la radio se les presenta: “a partir de hoy fulanito va a ser corresponsal de Radio Cutivalú en tal zona”. Las autoridades inmediatamente, porque nos ha pasado, le llaman y le ofrecen: “¿no quieres trabajar en relaciones públicas acá? ¿qué te parece si ...?”. En un caso el alcalde se atrevió a decirle: “he escuchado en la radio que tú vas a ser el corresponsal, tú tienes que informar esto, tienes que informar lo de acá...”

¿Se dan cuenta de la importancia de tener alguien ahí? Lógicamente no lo aceptan. Para eso nosotros tenemos un perfil definido, hablamos con ellos antes de que sean corresponsales, vamos a sus zonas a hablar con la comunidad a ver qué les parece, qué opinan de esa persona, investigamos. Hace poco me pasó que un señor que quiso ser corresponsal me dio su nombre, yo estuve averiguando y me dijeron que no, que era conflictivo, que en algún momento fue corresponsal y dio mal uso al carné que le dieron y salió. Entonces cuando él me llama y me dice: “señorita, ¿qué fue de la respuesta?”,

yo le dije: “mire, no va a poder ser”, y me cortó. Estuvo bien porque te das cuenta que ese señor no servía para ser corresponsal.

O sea, tiene que tener algún tipo de compromiso con su comunidad, ser respetado por su población y ahí sí exigimos mucho, no es que nos metamos en la vida personal sino que el corresponsal también tiene que hablar con el ejemplo. Incluso a nosotros mismos nos exigen eso dentro de la institución, que nos comportemos bien porque si eres una persona pública, tú eres de Radio Cutivalú, no eres Belia Concha, eres de Radio Cutivalú.

Lo mismo sucede con los corresponsales que no tengan ningún tipo de conflictos. Porque ahora hay algunos corresponsales que han sido denunciados. Hay un corresponsal que lo denunciaron y le abrieron proceso. Nosotros tenemos una relación estrecha con Diaconía para la Justicia y la Paz, que es una organización para la defensa de los derechos humanos, hay abogados, hablamos y ellos siguieron el caso. Si nosotros les pedimos a ellos que denuncien hechos, también de alguna manera les tenemos que asegurar una defensa. Esa organización no es de la radio pero tenemos buenas relaciones y nos apoyamos mutuamente. Cuando ellos hacen campañas de derechos humanos, nosotros apoyamos.

Pregunta del público: “a veces nos ocurre que la autoridad no nos quiere informar sobre determinado hecho”.

– Pero no está sólo el alcalde, están los regidores, están los funcionarios, buscas. Depende del problema, lo que hacemos nosotros es: tenemos tal caso, tal información de tal alcalde. Hay un corresponsal a quien le cerraron las puertas de la municipalidad, no lo dejaban entrar, entonces le decimos: “¿por qué no hablas con el regidor de oposición? él seguro que va a querer darte datos”. Un poco para que ellos vayan viendo todos los ángulos de la información. El alcalde no ha querido hablar porque lo que tú has dicho es una denuncia, está mal, y si habla contigo te va a decir que no es verdad, entonces habla con el regidor de oposición, aparte de la persona que te ha dado la información. Por la radio lo sacamos y lo decimos. Hay tal denuncia, hemos querido hablar con el alcalde y no hemos podido, a ver si el alcalde nos llama. A veces llama y a veces no, pero le estás dando la oportunidad por la radio de que hable, así no se puede quejar. La población se da cuenta de que le alcalde no quiere hablar, y nosotros lo decimos.

Otra pregunta del público: “¿y si no hay funcionarios de oposición?”.

– Hay más fuentes, una información o un hecho no sólo tiene una fuente, no sólo es el Intendente, hay más fuentes, eso nos ayuda a enriquecer la información que vamos a sacar.

Nosotros también les hacemos seguimiento, porque tampoco todo es bueno. Ustedes se dan cuenta del poder que llegan a tener, es increíble, el mismo alcalde o Intendente los llama. Llegan a tener poder y a veces ese poder es mal usado. Eso sucede con los

corresponsales. Llega un momento en que te das cuenta de que en algún momento no pidieron pero recibieron algún dinero. O te das cuenta que pasó con un corresponsal que ya no lo es, y te das cuenta por las informaciones mismas. Empezaba a informar todo lo bueno del alcalde, luego todo lo malo del alcalde, evidentemente acá pasa algo. Era que trabajaba en la municipalidad, luego lo despidieron, y tuvo líos con el Intendente. Como éste escuchó que lo criticaba entonces lo vuelve a contratar, y ahí empezó otra vez a informar todo lo bueno del alcalde. En esa ocasión fuimos a la zona, hablamos, preguntamos y lo sacamos.

En otro caso, pasó lo mismo y conseguimos hasta un recibo donde la municipalidad le estaba pagando. Nosotros no les prohibimos eso, porque es una fuente de trabajo, es una puerta que se les abre, pero que lo digan. O pides un período de permiso, o puedes seguir informando pero ya no como corresponsal de la zona sino desde la oficina de relaciones públicas de la municipalidad. No les cerramos las puertas, pero que lo digan y vemos qué hacemos. Eso también es importante.

Conflictos hemos tenido muchos, en este momento hay un corresponsal que está solicitando información de las obras públicas, qué ha hecho con el dinero que le han entregado, qué obras ha hecho, cuánto ha gastado, y el alcalde no le quiere dar. Y lo pasea.

Él ha acudido a la defensoría, ésta le ha enviado ya dos cartas para que le faciliten la información, incluso lo han amenazado, como les decía nosotros también trabajamos con el Centro de Investigación y Promoción del Campesinado (CIPCA) que tiene un equipo de potenciación de gobiernos locales que trabaja con las municipalidades. CIPCA está trabajando en la zona del corresponsal y entonces decimos: “tú sigue fastidiando y hablamos con CIPCA para que te saque”. Hemos hablado de frente con el Intendente y le preguntamos porqué no le quiere dar la información, “qué es lo que usted esconde”. Es una manera de reforzar el trabajo que hace el alcalde en la zona. Es lo importante de tener un medio de comunicación, tú haces entrevistas y le refuerzas la labor o vas a la zona. En este caso como yo soy la encargada voy, lo entrevisto de una manera cordial, lo bueno, lo malo y pregunto qué pasa con este corresponsal.

Tenemos limitaciones al interior de la red incluso, los comunicadores son voluntarios, no les pagamos pero sí les devolvemos lo que gastan en llamadas telefónicas. Porque ellos se comunican por teléfono, nos llaman a la radio y nos dicen que tienen una información y nosotros les devolvemos las llamadas. Al final es casi medio dólar lo que te cobran, tanto por llamar como por recepcionar, a pesar de que tú llamas te cobran por la recepción.

Otro problema es la fluctuación, como les decía, de repente se dan cuenta de que no es un trabajo fácil, que tienen que estar atentos, dejar de hacer las cosas para correr a ver la información. A veces empiezan a tener algún tipo de roce con alguien, son pueblos chicos, entonces dejan de reportar. Es por eso que damos los seis meses de evaluación. Después de esos seis meses damos el carné para ver si ha sido constante.

Los que están lejos llaman o mandan cassettes o mandan notas escritas. Son los medios que ellos manejan, por la radio tienen uno o dos minutos y si tienen una entrevista hasta cuatro minutos máximo, porque son varios. Llega un momento en que tenemos el noticiero que dura hora y media, y más de media hora con corresponsales que están constantemente llamando. Para nosotros esa es la información regional, somos pocos y no podemos estar yendo a todos lados.

Estos son algunos elementos de nuestra experiencia.

Elfego Riveros

Licenciado en Periodismo y Comunicación Colectiva, Universidad Nacional Autónoma de México. Presidente de la Asociación Veracruzana de Comunicadores Populares. Director de Radio Teocelo, Veracruz, México. Miembro de la Mesa de AMARC en México

Quisiéramos partir de una primera idea y es que nuestros proyectos pueden tener una buena infraestructura, pueden tener un magnífico local, pueden tener dos o tres unidades móviles, equipo sofisticado, pueden tener respaldo de Fundaciones, pero si no tenemos asegurado el equipo humano, probablemente los problemas aparecen. De ahí la importancia que le da nuestra institución a este aspecto, al equipo humano, a las personas que trabajan en cualquiera de los ámbitos del proyecto.

La segunda cosa o idea es que operar una radioemisora no es cualquier asunto, no es sencillo, es complicado, complejo, supone la más alta responsabilidad hacia adentro y hacia fuera. Es una responsabilidad incluso ante el gobierno mismo. Porque se sabe que en muchos países hay situaciones que derivan en conflictos con la autoridad, ya sea local, regional, estatal o nacional, se han dado cierres de las emisoras, por ejemplo.

Pero más que preocuparnos eso, nos preocupa la imagen que tenemos con la comunidad. A muchos nos ha pasado que se caracteriza a las emisoras comunitarias como de segunda o tercera categoría, como un trabajo artesanal. Esto nos hace pensar que no porque sean comunitarias tienen que ser de mala calidad, sino por el contrario cohabitamos, coexistimos con competencia comercial o estatal a veces.

Pero sobre todo por los destinatarios que se merecen el máximo respeto tenemos que ser hábiles en el manejo del medio. Por esa razón, en el caso de Teocelo tenemos una experiencia que nos lleva a definir criterios de selección y a utilizar a lo largo del proceso una serie de filtros que aseguren, que garanticen que las personas que están al frente del micrófono, comunicadores locales o corresponsales, son las mejores personas. No solamente en cuanto a sus actitudes ante la comunidad, ante los demás, sino por sus aptitudes para hacer el trabajo que les toca hacer, ya sea como locutores, corresponsales o empleados mismos de la emisora.

Por ello, ubicamos cuatro perfiles en este ámbito de los comunicadores locales. Uno de ellos son los corresponsales, gente que trabaja como enlace hacia la emisora desde sus comunidades, los locutores propiamente que están en cabina, ante el micrófono,

que producen programas, etcétera. Los reporteros, que son los que buscan la información dentro y fuera de la comunidad, dentro y fuera del municipio y el personal que atiende distintas áreas de la emisora a lo largo de la jornada. Son cuatro diferentes roles o perfiles, y sobre eso trabajamos en la capacitación. Así que **no basta la buena voluntad sino que hace falta una muy buena capacitación.**

Los corresponsales los definimos como los ojos, oídos y boca de cada comunidad. En el proceso de selección no solamente tenemos que conocer a la persona, sino conocer su entorno, conocer su familia, lo que piensa la comunidad y su propia familia de esta persona. Ese es un primer acercamiento. Después vendrá un proceso de integración en el que a través de cursos de capacitación les ofrecemos las herramientas elementales para hacer el trabajo. ¿Cómo se hace una nota informativa?, ¿cómo se hace una entrevista?, ¿cómo se puede grabar?, ¿cómo se puede editar?, y esto lleva un proceso. A lo largo de este proceso de capacitación también incluimos una parte de formación social y humana.

Hay personas, dos ejemplos, uno bueno y otro malo para comparar cómo se desarrolla esto. Un campesino de una comunidad, Limones, se acercó a nosotros cuando la emisora hizo saber que se requería de corresponsales y nos decía que estaba escuchando la radio hacía un tiempo y que le interesaba participar y colaborar. Pero nos decía: “yo no sé ni leer ni escribir”. Así que en ese proceso de capacitación no solamente aprendió a hacer entrevistas sino a leer y a escribir. A él le dio mucho gusto que cuando envié sus primeras notas por escrito, nosotros las transmitimos y fue un proceso de crecimiento para él.

Es importante la buena voluntad de acercarse al medio, pero no basta, hay que ir a otras cosas, pero empezamos por ahí. Después con otros casos diferentes surge lo contrario. De la persona que aun sabiendo leer y escribir se acerca a la emisora para resolver problemas personales en la comunidad, o con la autoridad, o con el que es contrario a su partido político. Pero todo esto lo detectamos a través de este proceso de capacitación, de encuentro y de relacionamiento con su familia y su comunidad. Hay personas que visitan a la familia y preguntan cómo es el corresponsal. En la comunidad misma se piden referencias de la persona. No hay un proceso de postulación o selección como se ha mencionado en algunos casos, que es la comunidad el que lo pone. No lo hacemos así, pero sí garantizamos que sean personas respetables y respetuosas, que sean personas que no tengan una militancia política y que sean respetuosos de todas las ideologías.

Que tengan tiempo y disposición para capacitarse, que tengan la necesidad o la disponibilidad para conocer, y esto atraviesa los cuatro perfiles, cuál es la misión de la radio, cuáles son los objetivos y cuáles son las estrategias con las cuales se trabaja.

Para que la persona sepa a qué va, cómo lo va hacer, por qué lo va hacer y en todo ese proceso se da un crecimiento importante. Se evalúa el trabajo de los corresponsales en reuniones mensuales, en donde se revisan las notas que se enviaron, las informaciones que se mandaron de cada comunidad o municipio y se hace una serie de sugerencias para ir mejorando progresivamente.

Lo importante de este primer perfil de corresponsales comunitarios, es de saber quién es la persona, cómo se desenvuelve, cómo se relaciona y si sabe exactamente cuál es la misión del medio de comunicación para el que se trabaja.

El segundo rol o perfil es el de los propios locutores, donde muchas veces se tienen más problemas incluso que con las personas de las comunidades. Porque ahí llega de todo, jóvenes, empleados, amas de casa y volvemos a lo mismo, no basta la buena voluntad. Que hacemos con aquella persona que es responsable, que es puntual, que siempre está dispuesto a estar en un curso pero que a lo largo de dos o tres años nos hemos dado cuenta que no pasa de un nivel y que repite una vez tras otra los mismos errores. Eso al aire presenta una imagen.

En este sentido tratamos de sumar lo que son las aptitudes y las actitudes. En el caso de los locutores, además de la capacitación en las herramientas más elementales, desde la locución radiofónica, los ejercicios, los talleres, es una parte muy importante la formación social y humana. O sea que conocen de la comunidad, de la región, de la zona, del país, de los problemas sociales, económicos, políticos, tienen que estar actualizados, leer, informarse. Porque su papel en el micrófono es muy importante y lo que diga será para bien o para mal de la emisora, independientemente de que sea para bien o mal de esa misma persona. Ese proceso de formación social y humana incluye aspectos relacionados con el trabajo de un equipo. Tratamos de integrar al equipo humano que hace este trabajo específico de micrófono, de cabina, de producción radiofónica, de relacionamiento con la comunidad, de relacionamiento con sus propios compañeros y compañeras de trabajo.

Ninguna institución humana esta exenta de conflictos, la nuestra no lo está, no lo ha estado, no lo estará. Pero siempre tratamos de prevenir y tenemos una especie de normas internas, un reglamento interno y casi terminado un código de ética, porque pensamos que la congruencia hacia dentro y hacia afuera es muy importante.

En el caso del personal, de los reporteros, tercer grupo. Tienen otro rol, tienen otro nivel, normalmente son profesores o empleados, o gente que incluso estudia alguna carrera afín a la comunicación. Entonces, los cursos de capacitación y formación son en otro nivel, en otra situación, porque entendemos que ya tienen un proceso, cierta capacidad y aptitudes. Pero muchas veces es en las actitudes donde hacen crisis los grupos humanos y entonces hay necesidad de ir emparejando a los demás, en el sentido de saber cuál es la misión, cuáles son los objetivos y cuáles las estrategias. Lo que le falte a alguno en aptitudes, por medio de los cursos podemos tratar de resolverlo y lo que falte en actitudes también. Esto requiere obviamente horas de trabajo, un personal que esté capacitado para capacitar y aprovechamos todas las oportunidades que ofrecen AMARC y ALER. Ahora tenemos una invitación de la *Deutsche Welle* para estar en Ecuador, una beca para una persona para actualizarse en todas las herramientas metodológicas. Eso nos permite también tener más fortaleza en esa área tan importante,

porque decimos, el elemento humano es lo más importante en un proyecto de esta naturaleza.

Finalmente, en cuanto al personal de apoyo que pueden ser las secretarías, el mismo personal, el técnico o el administrador, no teniendo necesariamente tareas relacionadas con la comunicación, con el micrófono, con la producción, es parte importante de la institución porque es también una cara hacia el exterior. Hacia el interior es también importante que estén en una situación de equilibrio entre aptitudes y actitudes.

Entre los cuatro elementos, los corresponsales campesinos, los locutores, los reporteros y el personal tiene que haber una integración. Propiciamos esos espacios con salidas tres veces al año, cursos y talleres, festejos de cumpleaños, reconocimientos dentro y fuera de la institución y de esa forma vamos tratando de anteponernos a situaciones que puedan ocurrir.

De todas formas, como decíamos, toda institución no está ajena a los conflictos, llegan a ocurrir conflictos y hay una serie de actuaciones que nos permiten tratar los temas de frente, de una manera franca, directa, en instancias bien establecidas. Algunas de ellas son las mismas reuniones mensuales, algunas son en lo personal y esto ocurre a cualquier nivel, entre directivos, puede ser con compañeros y compañeras, etcétera.

Al ser un grupo numeroso, relacionado con otras personas de dentro y fuera de la institución suelen ocurrir, entonces lo que hay que hacer es favorecer el proceso de diálogo.

La comunicación siempre resuelve problemas en todos los niveles, la comunicación franca y directa permite resolverlos. Hay ocasiones en las que hay que separar un compañero o compañera, porque se ha demostrado y visto de muchas formas que no es posible que permanezca. Tratamos de que sea de la mejor forma, no en el escándalo, no en la rivalidad, no en las venganzas, sino más bien entendiendo que es una institución que merece respeto y que quiere ser prestigiosa ante la comunidad y que nuestra divisa principal es ser congruentes hacia dentro y hacia afuera. Eso nos obliga a todos a tener la misma conducta.

La relación entre los pagados y los no pagados nos parece que es un complemento necesario. Como institución no podemos asegurar que el proyecto pueda permanecer más tiempo con puros voluntarios, ni tampoco es posible que se siga desarrollando con puras personas pagadas. Siempre hemos pensado en el complemento, pero para que ese complemento sea posible necesitamos realizar este proceso de seguimiento, de filtro, de evaluación, de monitoreo y de comunicación permanente.

Finalmente diríamos que **la credibilidad, la congruencia, el compromiso hacia la comunidad es lo que nos fortalece, nos hace una institución confiable a la cual es posible sumarle y sumar con otros, el mismo esfuerzo para el desarrollo**. Hablaba el día de ayer en qué forma nos relacionamos con muchos grupos e instituciones de la zona, para que se apoyen en la radio, difundiendo las estrategias de salud, educación,

mediante sus proyectos en la zona y apoyen a la radio. Porque apoyan económicamente a la radio con sus espacios. Esto se ha ganado gracias a que se ha mantenido esa congruencia, no es fácil, no es sencillo, no está exento de conflictos por este factor humano en el que llegan a ocurrir situaciones complicadas. Pero hasta donde ha sido posible hemos salvado esa parte y **seguimos pensando siempre que más allá de los equipos, los financiamientos, de las infraestructuras, de las unidades móviles, lo más importante de las instituciones son las personas.**

Aportes Teórico- Metodológicos para el Análisis de Impactos y Sostenibilidad de Proyectos Orientados al Desarrollo Local

Javier Marsiglia

Asistente Social, diplomado en Planificación Social (ILPES-CEPAL), investigador del Programa de Desarrollo Local del Centro Latinoamericano de Economía Humana (CLAEH) y asistente del Vicerector Académico de la Universidad Católica del Uruguay

Enfoque de CLAEH para la intervención en Desarrollo Local

En 1987 el CLAEH comienza a construir un marco de análisis y una metodología específica de trabajo sobre la temática del desarrollo local. Este proceso de elaboración teórico-metodológico toma en consideración planteos ya desarrollados en otras realidades e intenta ponerlos a prueba en nuestro país. Para ello se inicia un programa que impulsa la realización de estudios sobre áreas locales uruguayas, la organización de numerosos encuentros, seminarios y cursos con investigadores, profesionales y agentes municipales y la progresiva construcción de una red nacional e internacional dirigida a aumentar el intercambio y la comunicación entre quienes tratan estos temas.

Se han realizado nueve estudios sobre el desarrollo de diferentes áreas locales uruguayas. Estos han contribuido a promover en el país y en la región el conocimiento y tratamiento de las diferentes problemáticas vinculadas al desarrollo local.

La metodología empleada para el estudio de las realidades locales considera una matriz de análisis que cruza los modos de desarrollo históricos de la localidad (en el período de los últimos treinta años aproximadamente), el sistema de relaciones sociales y la identidad cultural, con los tipos de actores y sus roles específicos en los procesos de desarrollo local. Como uno de sus productos más relevantes la investigación permite disponer en cada una de esas áreas locales de un conjunto de elementos idóneos para evaluar el punto de partida (condiciones, limitaciones y potencialidades) para la implementación de proyectos de desarrollo local. Con estos insumos, se elabora el diagnóstico estratégico, base y sustento para iniciativas y proyectos de desarrollo.⁽¹⁾

(1) Detalles de esta metodología pueden obtenerse en un documento de trabajo del PDL CLAEH, en el marco del Proyecto Desarrollo local en América Latina: sistematización, transferencia metodológica, capacitación e intercambio.

Las investigaciones realizadas en varias de las áreas locales consideradas, han sido punto de partida para el diseño y la implementación de proyectos de intervención. CLAEH., como organización orientada al desarrollo, aporta asesoramiento y capacitación en terreno desde su sede en la región noreste del país en una labor sinérgica con la oficina central del Programa de Desarrollo Local en Montevideo, en una tarea sostenida de análisis y reflexión, tanto del marco teórico que sustenta la acción como de las estrategias y los impactos obtenidos con los proyectos.

A continuación señalamos algunos de los rasgos específicos de la propuesta de desarrollo local trabajada por CLAEH.

Pluralidad de dimensiones.

La propuesta de desarrollo local implica necesariamente considerar múltiples dimensiones interactuando en un territorio dado: económicas, sociales, políticas, institucionales y cultural-identitarias. Son dimensiones que se condicionan mutuamente. El desarrollo local se plantea como una estrategia integradora, que incluye todos los aspectos de la vida local. En esa perspectiva el desarrollo económico se articula con la creación de empleo, la cohesión y la integración social, el mantenimiento y desarrollo de un referente identitario que estructure y dé sentido a la vida y al proyecto de ese territorio específico.

Pluralidad de actores en un proceso orientado hacia la cooperación y negociación

El enfoque del desarrollo local pone el énfasis en un nuevo proceso en el que diversos actores (gobiernos locales, empresas, organizaciones sociales) unen sus fuerzas y recursos para conseguir nuevas formas de cooperación con el fin de estimular las iniciativas locales y concretarlas. En esta perspectiva, llamamos actores, no sólo a las personas o instituciones que desarrollan acciones directas en el territorio sino también a todas las estructuras, organismos y personas que por misión o acción tienen un lugar y un papel en los engranajes de los intercambios locales.⁽²⁾ Son actores y agentes todos los que toman decisiones que afectan al territorio.

El desarrollo local es un proceso orientado, con una dimensión voluntaria y organizativa, de diseño y puesta en marcha de políticas y estrategias de desarrollo local, en un esfuerzo a largo plazo dirigido a fortalecer las capacidades de las sociedades locales.

En tanto proceso orientado, el desarrollo local plantea una nueva articulación de actores territoriales. La cooperación entre actores públicos de diferente nivel institucional (locales, regionales, nacionales, internacionales), así como la cooperación entre el sector público y el privado, es un aspecto central del enfoque. Los actores locales deben desarrollar estrategias de cooperación y nuevas alianzas con actores no locales para que los proyectos de desarrollo local sean viables.

(2) Cachón Lorenzo: *Mandamientos (10) para el desarrollo local desde las experiencias europeas*, setiembre 1996. Ponencia en el Seminario: Políticas de Empleo y Gestión Municipal. Montevideo, 1996.

Un proceso que requiere actores - agentes de desarrollo

Los procesos de desarrollo local y regional son exigentes desde el punto de vista de los recursos humanos y de las herramientas a utilizar. Tanto los actores directamente involucrados como los que potencialmente pueden vincularse a estrategias y proyectos con un aporte positivo, deben adquirir o potenciar los conocimientos y habilidades necesarias para encaminar estos procesos.

La intervención para el desarrollo local: la gestión de proyectos orientados en la perspectiva del desarrollo local

“La intervención para el desarrollo local la concebimos como aquella actividad profesional que lleva adelante un equipo interdisciplinario en un área geográfica determinada, para alcanzar resultados concretos. Estos surgen del análisis de situación de ese territorio con los diferentes actores. Las restantes tareas consisten en definir un diagnóstico, formular y ejecutar proyectos y líneas de acción en función de las prioridades fijadas y evaluar y sistematizar el proceso y sus resultados.”

“La intervención no se agota en el hacer sino que implica integrar espacios de reflexión y análisis de la experiencia del equipo técnico y de los actores involucrados, a través de los cuales se procurará generar capacidades para pensar estratégicamente el papel de los agentes y los factores que puedan limitar o facilitar los proyectos de desarrollo.”⁽³⁾

Desde esta perspectiva, la intervención se apoya fuertemente en el trabajo de investigación que reseñamos antes. La elaboración y producción de conocimientos, la reflexión teórica a partir de los resultados de los esfuerzos de investigación permiten acumular en varias líneas de análisis para hacernos cargo de la complejidad de los fenómenos sociales a enfrentar.

Asimismo, la metodología de trabajo requiere una mirada estratégica del territorio que se oriente a generar capacidades y condiciones que hagan posible instancias de encuentro e intercambio entre diferentes actores. A continuación sintetizamos algunos desafíos para la intervención a partir de este enfoque:

- Descubrir temas con potencialidad para posibles *alianzas o acuerdos estratégicos* entre diferentes actores, con miras a realizar actividades estableciendo formas de articulación o complementación en proyectos colectivos.
- Aprender a percibir, comprender y trabajar con las diferentes lógicas presentes en el nivel local. No es posible en la perspectiva del desarrollo local jerarquizar un tipo de actor y subestimar a los demás. La estrategia de intervención es a priori incluyente de la pluralidad de voces y protagonistas del escenario territorial.

(3) Marsiglia, Javier-Pintos, Graciela: *La construcción del desarrollo local y regional: actores, estrategias y nuevas modalidades de intervención*. Cuadernos del CLAEH 78/79, (40 aniversario CLAEH), 1997.

- Innovar en los instrumentos y en las formas de concebir la intervención. No debe asumirse el punto de vista de un solo actor, sino que debe enfocarse la mirada hacia el *sistema de acción local* que este actor integra.

Evaluación del impacto de proyectos en el desarrollo local: propuesta de criterios a considerar

Durante el año 1992, el Programa de Desarrollo Local (PDL) realizó una propuesta de variables e indicadores a modo de abanico de criterios para medir el impacto de proyectos en el desarrollo local.

Esta propuesta, elaborada a partir de la investigación en áreas locales uruguayas en curso en ese momento, se constituyó en la base sobre la cual luego fuimos delineando variables e indicadores más específicos para los proyectos orientados al desarrollo local.

Allí se planteaban las siguientes variables (dimensiones a considerar en los procesos de desarrollo local) e indicadores:

VARIABLES	INDICADORES
1. calidad de vida de la población local, integración social	1.1 Superación de carencias básicas de servicios e infraestructura. 1.2 Mayor nivel de participación e integración social. 1.3 Mayores oportunidades de empleo local al nivel cuantitativo y cualitativo. 1.4 Aumento de la autoconfianza y la capacidad de gestión en el ámbito de las organizaciones sociales.
2. organización social: consistencia y protagonismo	2.1 Consolidación o creación de organizaciones sociales locales. 2.2 Articulación de las organizaciones socio-territoriales. 2.3 Mayor protagonismo social organizado en la planificación y gestión local. 2.4 Consolidación de los actores estimuladores con capacidad de liderazgo local.
3. cultura local: identidad y proyecto	3.1 Afirmación de la identidad local en sus rasgos integradores y dinamizadores. 3.2 Desarrollo y discusión de una cultura favorable a la iniciativa en la sociedad local. 3.3 Desarrollo de la cultura empresarial en las unidades económicas y gestores locales. 3.4 Mayor capacitación de los recursos humanos locales. 3.5 Creación de una visión general compartida sobre el desarrollo de la localidad (un horizonte de proyecto). 3.6 Mayor conocimiento generado en el ámbito local y mayor acceso público a la información.

<p>4. economía local: dinámica y acumulación</p>	<p>4.1 Puesta en valor de recursos locales mediante la iniciativa económica. 4.2 Constitución de nuevas unidades productivas. 4.3 Creación o fortalecimiento de un tejido empresarial local. 4.4 Mayor capacitación de actores empresariales. 4.5 Mayor incorporación tecnológica en los procesos productivos locales. 4.6 Aumento de la reinversión productiva. 4.7 Articulación de la economía urbana y rural. 4.7 Nuevos y mejores servicios a las empresas.</p>
<p>5. política y gestión local: autonomía y capacidad</p>	<p>5.1 Constitución de una agenda pública sobre el desarrollo local (y los espacios de debate correspondiente). 5.2 Mayor autonomía de la gestión estatal local (vs. dependencia y vs. cooptación clientelista). 5.3 Desarrollo de la planificación sociogubernamental (legitimación e institucionalización). 5.4 Mayor cooperación público-privada en la gestión. 5.5 Mayor capacidad técnica y gerencial de la administración local. 5.6 Planificación local y visión estratégica.</p>
<p>6. integración horizontal del sistema: negociación y cooperación En general: mayor autonomía y articulación entre las dimensiones y actores del desarrollo en el ámbito local</p>	<p>6.1 Relaciones sinérgicas entre economía y cultura: educación, formación, capacitación. 6.2 Economía y Política: políticas de desarrollo local concertadas entre administración y empresas. 6.3 Organización Social y Economía local: la iniciativa económica integrada al desarrollo social. 6.4 Política y Organización social: nuevas formas de participación superadoras de la relación clientelista. 6.5 Mayor coordinación local de las organizaciones verticales (instituciones, empresas, partidos).</p>
<p>7. articulación local-global: integración y autonomía En general: un sistema local a la vez más autónomo y más integrado en las redes globales</p>	<p>7.1 Máximo aprovechamiento de los recursos y apoyos nacionales a favor del proyecto de desarrollo con máximo control local. 7.2 Inserción económica estratégica y competitiva. 7.3 Mayor autonomía de la administración local, creación de entidades locales de base representativa.</p>

No es posible pretender que proyectos acotados como en general manejan las organizaciones vinculadas a la promoción del desarrollo se propongan obtener impactos en todas estas áreas. Sí resulta ineludible la consideración del conjunto complejo de variables que hacen al funcionamiento del sistema local en el que las acciones se ubican.

La medición de resultados de proyectos que se orienten a generar impactos en la perspectiva del desarrollo local debe realizarse en el marco de ese conjunto de factores que configuran el sistema local, en el que las acciones del proyecto inciden.

Aunque un proyecto no incida en todas las áreas que estos procesos requieren, ni incluya a todos los actores relevantes, sí puede dirigirse en un sentido de acumular o desacumular hacia una estrategia global e integrada de desarrollo para ese territorio.

La consideración del impacto de proyectos en las diferentes dimensiones del desarrollo local ha sido una de nuestras principales preocupaciones. La identificación de factores y prácticas facilitadoras que acumulen hacia la sostenibilidad de los mismos con una base local de sustentación, ha sido parte de esta búsqueda.

Apoyándonos en reflexiones y experiencias realizadas en otras realidades, hemos delineado algunos requisitos o criterios para considerar en qué medida un proyecto se inscribe en la perspectiva del desarrollo local.

Llamamos proyectos “orientados al...” o que “se inscriben en la perspectiva del desarrollo local” a aquellos que aún acotados, sectoriales, o de impacto reducido, aportan en un sentido positivo hacia la generación o fortalecimiento de estrategias de desarrollo más abarcativas y con perspectiva de sostenibilidad en un territorio considerado.

Requisitos de proyectos que se inscriben en la perspectiva del desarrollo local.

Las acciones de promoción de estrategias y proyectos orientados al desarrollo local en territorios específicos deben atender algunos elementos esenciales, que apoyándonos en Vázquez Barquero⁽⁴⁾ podemos denominar “*factores clave de éxito*”. Desde esa perspectiva consideramos en este análisis proyectos orientados al desarrollo local aquellos que reúnan algunos de los requisitos que a continuación listamos:

- Surgen de un diagnóstico estratégico: es decir se apoyan en un análisis de fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, compartido por los distintos actores.
- Involucran activamente a múltiples actores: admitiendo como punto de partida lógicas (formas de pensar, actuar, intereses) distintas y voluntad de pensar y actuar por el desarrollo de la región o localidad.
- Apuntan a potenciar ámbitos de concertación público-privado en torno de los procesos de desarrollo, que suponen negociación de intereses en función de proyectos comunes.
- Requieren voluntad y apoyos para desarrollar habilidades e idoneidades propias (formación y capacitación).

(4) Vázquez Barquero, Antonio; *Política Económica Local*. Ed. Pirámide.

- Requieren recursos, lo cual implicará capacidades de movilizar recursos internos de la región, captar recursos externos a ella y generar nuevos recursos a partir de los propios y externos.
- Requieren una cierta base de capacidades logradas para avanzar en el proceso una vez que se ha iniciado:
 - capacidades locales de gestión y de articulación con otros actores
 - capacidad de iniciativa y de propuesta en los actores locales
 - capacidad para identificar nuevas demandas y desafíos
 - capacidad para relacionarse con lo extralocal (regional, nacional, local)

Algunos conceptos básicos sobre Sistemas de Información de Resultados (SIR)

Aquí nos remitiremos a los elementos manejados en la publicación *El Marco de Desarrollo de Base: la construcción de un sistema participativo para analizar los resultados de proyectos sociales* ⁽⁵⁾, donde se presentan algunos conceptos sobre los sistemas de información desde el punto de vista conceptual, con los cuales coincidimos y sobre los que hemos basado la construcción de nuestro SIR.

Entendemos por SIR una forma sistemática de identificar, recabar, organizar y analizar información sobre los resultados de los proyectos. Es un sistema y como tal implica un marco conceptual ordenador, una intencionalidad definida de antemano para el registro de información y ciertos criterios de procesamiento y análisis, y su comparación con resultados esperados.

El SIR sobre un proyecto o un conjunto de proyectos, requiere una elaboración específica y particular, ya que debe decidir sobre aspectos tales como: cuál es la información relevante, cómo se relevarán los datos, y cómo se procesarán y analizarán.

Dicho de otra forma, se deben tomar decisiones acerca de cuatro aspectos fundamentales:

- ¿qué se quiere medir? (variables)
- ¿cómo se va a medir? (indicadores)
- ¿cómo se va a relevar la información? (instrumentos)
- ¿cómo se va a procesar y analizar la información? (tratamientos)

La construcción y aplicación de un SIR no asegura por sí sola la obtención de aprendizajes sobre la intervención. El SIR aporta la información para evaluar pero para que puedan extraerse conclusiones y aprendizajes que contribuyan a la toma de decisiones

(5) Zaffaroni, Cecilia: *El marco de desarrollo de base: la construcción de un sistema participativo para analizar resultados de procesos sociales*. Ed. Trilce-Fundación Interamericana-SADES, 1997. Págs. 34 a 40.

sobre la intervención, estos datos deben ser relacionados con el contexto y con el proceso en el cual estos resultados fueron generados.

Conclusiones.

Sobre los resultados obtenidos en esta experiencia de aplicación.⁽⁶⁾

La aplicación del SIR permitió:

- conocer el impacto generado a partir de las actividades del proyecto y en relación con los objetivos del mismo;
- visualizar los avances y retrocesos en los procesos locales con relación a las variables seleccionadas;
- en función de lo anterior, reorientar la intervención, ya sea con énfasis diferentes, en temas emergentes no notorios al inicio del trabajo, con organizaciones que adquieren paulatinamente relevancia en la dinámica local;
- realizar análisis comparativos entre las tres localidades cotejando por ejemplo modos de intervención, rol del promotor y resultados en la sociedad local.

Sobre las dificultades constatadas

Interesa señalar que esta experiencia de aplicación no estuvo exenta de dificultades y de aspectos complejos a considerar. Son algunos de ellos:

- **dificultad para compatibilizar los tiempos de la intervención con los tiempos de seguimiento y evaluación.** Fueron necesarios esfuerzos sostenidos en tratar de valorizar un sistema que no estamos acostumbrados a manejar y que en las urgencias diarias puede ser visto como algo ajeno y con poca utilidad;
- **el volumen (tamaño) del sistema.** Evaluamos que debemos afinar la identificación de las variables más relevantes en los procesos de desarrollo local. Asimismo precisar el número y tipo de indicadores e instrumentos diseñados, aumentando por ejemplo los valores intermedios en el caso de las escalas, que permitan dar una visión más clara de los procesos de cada actor o de cada sociedad local. De esta manera además de ganar en precisión, el sistema resultará de más fácil manejo para los implicados en su implementación;
- **formulación del proyecto y pertinencia de las hipótesis de partida.** Resulta clave para la correcta interpretación de los resultados de los proyectos, profundizar más en la etapa de formulación fundamentalmente en el análisis de las hipótesis. Ello nos permitirá diferenciar adecuadamente en las mediciones los resultados directos de las acciones, de la incidencia de factores externos no atribuibles a nuestro trabajo;

(6) En este ítem retomamos elementos trabajados por la Asistente Social Cristina Méndez en una síntesis de la experiencia presentada en el Seminario Desarrollo Local en la Globalización. Diciembre 1997, Montevideo.

- **la frecuencia de alimentación del sistema.** Es importante al establecer los plazos para realizar los relevamientos (semestrales, anuales) considerar su adecuación a la realidad de los procesos que se pretende impulsar. Si estos no son los más adecuados se corre el riesgo de desperdiciar esfuerzos y recursos obteniendo mediciones irrelevantes;

- **dificultades ligadas a los procesos locales.** Aquí estamos aludiendo a las dinámicas de generación, desactivación o transformación de actores que se producen en el transcurso de la intervención. Esto acarrea como consecuencia cambios en los actores seleccionados para las mediciones, que deben ser sustituidos complejizando el seguimiento, para acompañarlos a los procesos locales.

Sobre las perspectivas del SIR, utilidad y ventajas de su aplicación en proyectos orientados al desarrollo local.

Actualmente, nuestro desafío consiste en rediseñar el SIR de manera que nos permita medir resultados de varios proyectos que está llevando adelante la Regional de CLAEH en el Noreste y extender la aplicación a otras intervenciones, acotando como decíamos antes el número de variables, indicadores y ajustando los instrumentos. Además debemos avanzar en la incorporación de más indicadores cuantitativos, logrando un mayor equilibrio con los indicadores de tipo cualitativo.

Nos parece necesario también incorporar la opinión de los beneficiarios con instrumentos adecuados a esta población. Si bien lo contemplamos en uno de los instrumentos utilizados (encuesta a empresarios), la información referida a organizaciones sociales y sociedad local, si bien incluye las opiniones y evaluaciones de los actores en las distintas fases del proceso, aún no disponemos de instrumentos específicos para relevarlo sistemáticamente.

A modo de **conclusión final** debemos decir que nuestra experiencia con SIR aunque reciente y en su primera fase de validación nos lleva a pensar que la medición de resultados con estos instrumentos es fundamental para reorientar la acción, en el sentido de lograr una mayor efectividad. La aplicación de SIR contribuye también a profesionalizar las acciones de promoción- animación del desarrollo local desde una perspectiva más integral que contemple las distintas dimensiones de éste.

Poder mostrar impactos aunque acotados, que hayan sido medidos con rigurosidad, permite posicionar estos procesos de transformación al que apuntan las organizaciones orientadas al desarrollo, en otro nivel de legitimidad frente a los demás actores de la sociedad. Por otra parte abre puertas para profundizar en una metodología que pueda ser incorporada, también por organismos públicos, según el caso.

Situándonos desde la perspectiva de desarrollo local, el valor agregado de la aplicación de SIR es la trascendencia de los proyectos -en general de alcance temporal restringido- hacia procesos de cambio orientados por estrategias de desarrollo local(DL). Esto se logra en la medida en que los resultados de estos proyectos se enuncian en un lenguaje (el sistema diseñado) más objetivo que puede unificar los diferentes proyectos.

Aun considerando estas ventajas, vale decir que la valoración de resultados de los proyectos en el DL no se agota en la aplicación del SIR. Es imprescindible un esfuerzo posterior a la interpretación de la información sobre impactos, de contrastación con el contexto (otras variables que inciden en el sistema local) y con la situación de partida de esa localidad. Es este esfuerzo el que efectivamente nos dará una idea de los impactos reales del trabajo en ese sistema local.

Por último, no podemos eludir la consideración de los costos en la adopción y mantenimiento del sistema. Tanto las horas técnico dirigidas al diseño, seguimiento y ajuste del SIR, el relevamiento, procesamiento y análisis de la información, así como los materiales y equipos utilizados deben ser puestos en valor a la hora de gestionar los financiamientos de las iniciativas y proyectos. En nuestro caso estas actividades estaban consideradas (aunque no en su totalidad) en la formulación del proyecto, lo cual fue determinante para poder sostener el esfuerzo desde el punto de vista financiero. Si bien una vez montado el sistema los costos de mantenerlo funcionando son sensiblemente menores, no debe dejar de computarse como parte esencial de las actividades del proyecto.

DEL TRABAJO
DE TALLERES Y PLENARIAS

Posteriormente a las cuatro exposiciones temáticas específicas realizadas en el capítulo precedente, se trabajó en grupos y plenarios de puesta en común, para el análisis, intercambio y enriquecimiento de las mismas. A continuación se presenta un resumen respetando las opiniones originales vertidas por los participantes.

Tema 1: Aproximaciones al Diagnóstico Comunitario

Coordinación de talleres: Alberto Blanco, Analía Da Costa y Horacio Sum

Redacción de síntesis: Pablo Lecha y Graciela Regueira

Diagnóstico: Disparador de un accionar

- El diagnóstico es parte importante y necesaria de un proceso más amplio, ya que en ellos se basan los planes estratégicos y por tanto pueden ser vistos como el disparador de un accionar.

- Hay distintas formas de concebir el diagnóstico comunitario y en cada una puede haber muchos modos de realización diferentes. En particular: “¿es que nosotros hagamos preguntas y ellos respondan?, una cosa es ir preguntando a la gente y otra cosa es que la gente planifique el diagnóstico, no sé si me llego a expresar bien, pero son dos cosas distintas y dos concepciones distintas”

- Si yo no tengo una metodología para hacer que de la gente salgan sus problemas y las soluciones, es difícil, yo no puedo estar dando soluciones a la gente porque en el camino vamos a tener el problema de que la gente no se ha logrado empoderar de esa actividad, no se ha logrado comprometer. Pero si creamos metodologías participativas la gente empieza a sacar cosas, ha hacer, empieza a proponer y una vez que propone, bueno, me comprometo con eso, me empodero de eso.

- Diagnóstico, evaluación e investigación de audiencias: tres instrumentos para la acción, de naturaleza, objetivo e implementación diferentes pero siempre valiosos, si no se “guardan en un cajón”

- El diagnóstico se hace necesario cuando se deben tomar decisiones o llevar adelante acciones de cambio, para tener un conocimiento previo, para plantear propuestas o saber el impacto de determinadas acciones. También se hace para tomar conciencia de determinadas situaciones, para saber de donde venimos, para tomar conciencia de nuestra identidad de quienes somos y hacia donde vamos. Tiene que ver también con la búsqueda de los caminos más acertados para la elaboración de planes o estrategias que nos acerquen de la manera más adecuada a los objetivos que nos proponemos. Finalmente para que demos respuesta a las necesidades de nuestras poblaciones y las comunidades con quienes trabajamos.

- El diagnóstico parte de una "necesidad de", su origen está en la necesidad de identificar un problema, evaluar la necesidad de cambios de la sociedad con respecto a

ciertos aspectos, por ejemplo, un cambio en el servicio de salud puede ser desde abrir una policlínica o contar con una ambulancia hasta tener funcionarios capaces de un mejor relacionamiento con la comunidad, la existencia de una demanda en educación puede indicar la necesidad de la población de tener un colegio o abrir nuevas materias u otros, en el caso de los medios de comunicación, analizar lo que se estaba haciendo y reprogramar sobre bases ciertas, saber si se respeta la cultura local, si da cuenta de las necesidades y expectativas de la gente.

- ¿Cómo incluimos a la comunidad en el proceso de diagnóstico, cómo la hacemos participar?, también el nivel participativo es una técnica, a veces no lo percibimos pero la comunidad está participando en las decisiones.

- El diagnóstico es conocer la realidad y sus problemáticas, analizar las circunstancias, las razones, los factores que están promoviendo el problema, para a partir de ahí ver los cambios que se necesitan y poder implementar acciones adecuadas a nuestra comunidad, a nuestra institución, a nuestra emisora.

- Para el plan de desarrollo estratégico del municipio se hizo un diagnóstico que lo promovió la Alcaldía Municipal, con todas las fuerzas vivas de la sociedad, instituciones del Estado, organizaciones no gubernamentales, la Iglesia, etc. Para elaborar ese diagnóstico se dividió en mesas temáticas de acuerdo a la especialidad, organizaciones que tienen que ver con el movimiento comunal, con el medio ambiente, la salud o la educación, de acuerdo a eso se dividía, y el proceso que se desarrolló para realizar este diagnóstico fue con facilitadores que permitieron, en cuanto a guías metodológicas, desarrollar un proceso en paz. El caso de nosotros es el de una sociedad muy polarizada, en términos políticos extremadamente polarizada, todavía cada cual se mira con recelo y vos de donde venís pues que color tenés. Este diagnóstico nos permitió entrar a darnos cuenta que vivimos en el mismo lugar, los mismos problemas nos afectan a todos y en base a eso comenzar a tener un poco más de acercamiento, un poco más de confianza y a buscar, a identificar los problemas en conjunto y empezar a buscar juntos la solución de esos problemas que hemos venido postergando por andar, por decirlo de alguna manera, en pleitos políticos.

- Algo similar a eso es lo que se ha hecho en nuestro municipio, pero la diferencia es que el diagnóstico y el plan se quedó guardado en un cajón, llevamos un año y medio y nada, es que en junio subió otro municipio y el nuevo municipio quiere hacer otro plan.

- El diagnóstico puede ser utilizado con diferentes metodologías, unas más sistemáticas y otras menos, aplicado a lo general o a temas específicos, por ejemplo: salud, educación, eventos comunitarios, etcétera.

- Estrategias formales del diagnóstico son por ejemplo: las encuestas (contratando a alguien o nosotros mismos) para conocer opiniones, para obtener sugerencias, recomendaciones de la gente u otros; los talleres, que facilitan el intercambio de información, de discusión, de análisis, la información bibliográfica, los grupos focales,

las entrevistas, los testimonios, árboles de problemas, análisis de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

- Estrategias informales son por ejemplo: entrevistas en la calle, escuchar lo que dicen los vecinos, vecinas y otras. Si bien pueden proporcionar una orientación su validez es limitada.

- El diagnóstico es un instrumento de valor y utilidad a la tarea.

- Los técnicos: ¿sí o no? Algunos opinan que los técnicos son necesarios y otros que todos pueden diagnosticar de cierta manera, que pueden ser necesarios en un área específica y quizá pueden sistematizar los datos pero la población puede hacer su propio diagnóstico sobre su realidad.

- Deberían participar todos los actores o sectores involucrados a quienes alcanzan las acciones, los problemas o la toma de decisiones. Hay actores de distinta naturaleza: los protagonistas, los que toman las decisiones político-estratégicas, los sectores de apoyo que son en general un conjunto de instituciones que hacemos funciones de facilitación, de animación, de extensión, de promoción.

Tema 2: Política Comunicacional

Coordinación de los talleres: Pablo Lecha y Graciela Regueira

Redacción de síntesis: Pablo Lecha y Graciela Regueira

Construyendo una red

- Antes de un marco legal necesitamos un marco ideológico, discutir hacia donde va la comunidad y revisar que objetivos tenemos. Trabajar primero lo ideológico, después el marco legal, y por último el marco económico, definitivamente el proceso está en la gente y no en el medio.

- Asumir posiciones socio-políticas genera conflictos: se comienza a pedir la legalización de la tierra y de pronto esa radio al ponerse del lado de ese sector, entonces dicen que se parcializa, que no debería ser así sino que debería ser una radio abierta a todos los sectores sociales, pero dentro del mundo empresarial, político, ellos ya tienen sus emisoras, ellos dan mensajes unidireccionales.

- Definir estrategias de comunicación teniendo en cuenta lo local, lo nacional, lo internacional y también el corto, mediano y largo plazo

- Hay diferencias pero también un sentido: más allá de etiquetas y de la búsqueda de identidades hay vocación de servicio entendida desde la visión de lo que hace el locutor pensando en quien está del otro lado, hacia las comunidades.

- Crear y fortalecer redes locales con otros actores, trabajar en base a una agenda amplia que incluya a todo el espectro social de la comunidad, sin marginar a ningún

grupo, que todos se sientan parte de este perfil, no en un plano de confrontación, sino como participación y protagonismo de los sectores con menos oportunidades.

- Es necesario que los que forman la radio se capaciten y capacitar a los jóvenes, los líderes, los vecinos, toda la comunidad, que se hagan talleres, evaluaciones, diagnósticos, diferentes convenios, para poder trabajar mejor.

- Dependiendo de lo que se trabaje serán redes gubernamentales, para poder hacer un enlace con el gobierno o con la Universidad para apoyarnos más, para capacitarnos.

- Desde proyectos multimedia hasta radios comunitarias encuentran que algunos problemas como la falta de marco o inadecuada regulación, la falta de responsabilidad social y perfil comunitario en muchos medios masivos, el desajuste con la demanda real de las poblaciones, la aplicación de restricciones, el sistema de otorgamiento de frecuencias y la existencia de inadecuadas relaciones con el sistema político, las relaciones de poder subyacentes, la desigualdad de posibilidades de competencia con las radios comerciales, problemas técnicos como ser equipos que quedan obsoletos o personas no actualizadas frente al salto tecnológico; conforman una situación que contribuye a mantener el problema de lo comunitario como tabú y obstruye el tratamiento público del tema.

- Hay radios con una gran imagen y proyección a nivel nacional pero son alcanzadas por el recorte de la publicidad, cuando ésta es la forma de financiamiento, el mercado a su vez selecciona el medio de mayor alcance como un criterio en relación a la mejor difusión de su producto.

- El gobierno puede hacer una distribución inadecuada de sus presupuestos de publicidad, disminuyendo o no contemplando su apoyo, lo que pone en riesgo el financiamiento del medio de comunicación; y también está el riesgo del cambio de orientación debido a una dependencia económica. Algunos medios siguen manteniendo su perfil pero otros han tenido que redefinir su programación para ajustarse a la nueva realidad.

- No tener fines de lucro no significa tener fines de pérdida. Los fines de lucro son quedarse con la ganancia de un ejercicio económico, si una radio tiene fines de lucro, no importa si mucho o poco quiere decir que los dirigentes, los dueños, se quedan con la ganancia para lucro personal. Las radios comunitarias deben tener formas de ingresos genuinos para hacer un buen trabajo. Deben poder tener ganancias para reinvertirlas en el propio proyecto, pagar salarios, pagar luz o comprar cedés. En ningún caso esto es un fin de lucro, esto es lo que nos diferencia, queremos tener ganancias, si, y no tener pérdidas, pero no nos quedamos nosotros con esas ganancias en el bolsillo.

- Voluntarios o rentados, ¿inserción ocupacional de responsabilidad o participación social de crecimiento y formación personal...?: La mayoría no tenemos interés en eso, pero también de qué vamos a vivir. Nosotros pagamos la capacitación, el teléfono, locomoción, materiales, no hay gastos para el comunicador. Los jóvenes aprenden los

valores en el hacer, muchos de ellos empezaron como niños comunicadores y algunos aún se mantienen en el proyecto siendo ahora adultos.

- Sustentabilidad vinculada al tema de las raíces y la definición de proyecto y financiamiento, como una empresa social que funcione y no tenga pérdidas.

- Es necesario abrir más espacios para lograr que el medio adquiera reconocimiento y legitimidad dentro del espectro local dándole espacio y voz a todos aunque no sea de preferencia. Incluso dentro de lo que es el fortalecimiento de los poderes locales no podemos marginar las funciones del alcalde, de las autoridades, independientemente de que respondan a nuestro interés o no, hay que darles tribuna de expresión.

- Es necesario involucrar en los proyectos a los distintos grupos no sólo al grupo que lleva adelante la iniciativa, “el grupo que hace radio siempre”, lo que demanda concertaciones y negociaciones para constituir una fuerza social con capacidad de incidir en el poder ciudadano.

- Es necesario trabajar sobre agendas adecuadas y sobre aspectos de contenidos ya que se trasladan valores, en caso de investigaciones y denuncias tener en cuenta el tema de las fuentes y luego, constituir redes después de una necesidad de organizarse, hay necesidad de hacer una red.

Tema 3: Comunicadores Locales

Coordinación de los talleres: Pablo Lecha y Graciela Regueira

Redacción de síntesis: Gabriel Kaplún

El doble compromiso del comunicador local

- Los comunicadores locales son fundamentales para dar voz a quienes generalmente no la tienen en los medios, haciendo que la información vaya de abajo hacia arriba y no sólo de arriba hacia abajo como siempre sucede.

- Debe tener una fluida relación con la población; debe ser un referente en su localidad y tener credibilidad entre la gente. Es preferible que viva en la zona y que sea un/una líder de su comunidad. Por eso hay que ser muy cuidadosos en el proceso de selección.

- El comunicador local debe tener un cierto nivel cultural y ser muy dinámico. Debe tener una fuerte vocación de comunicar, pero un comunicar que lleva a lograr cambios, a modificar cosas en la comunidad.

- Digamos, ¿cuál es el peligro real que tenemos los comunicadores o una buena parte de los comunicadores?, es que a veces se nos suban todos los humos y creamos que tenemos todas las piedras y comenzamos a dar clases de solución de problemas o como tratar faltas, omisiones, desde el micrófono. Como tenés el micrófono ya tenés

todo, entonces comenzás a dar supuestas soluciones o a darle enfoque a los problemas o identificar causas que no existen o, mil cosas, ¿verdad?

- Establecen un doble compromiso, con el medio y con la comunidad local. Es un poco un periodista y otro poco un movilizador, un promotor social, un motor para el desarrollo de su comunidad.

- Cuando llegan a ser suficientemente conocidos es la gente misma la que les lleva la información o le piden que cubra una noticia, en vez de tener que ir ellos a buscarla.

- Con frecuencia es un comunicador invisible: no sale al aire, la que aparece es la comunidad. Muchas veces lo más importante es que aparezca la fuente y no tanto el comunicador.

- Hay que tener previstas distintas formas de trabajo voluntario. Que no suceda que llamamos a colaborar y aparece gente pero no sabemos bien qué pedirle.

- A mí me puede elegir mi comunidad, es bueno, soy reconocida, pero de pronto yo no tengo vocación de ser comunicadora, ni en prensa ni en esto.

- Por ahí se está haciendo conciencia y todo eso es muy importante, lo más importante es que hay un denominador común que es un proceso de democratización de las bases, y hay proyectos en que la misma comunidad elige a su comunicador. El otro caso que se planteaba no es tan así, es la radio la que elige, es más profesional, es democrático, pero no en el sentido del otro, donde lo eligen las bases.

- Pienso que no tenemos que ver que si la comunidad lo elige o que si ellos por ser de la comunidad hacen mejor el trabajo. Creo que no hay que ver en esa perspectiva. Porque el apunte que se quiere, sea desde la comunidad que lo elige o sea desde la emisora, es que esa red de comunicadores o de reporteros tiene un fin, un fin que es el aporte que damos a través de un medio que es la herramienta de comunicación, la radio, la prensa escrita, en fin, para poder posibilitar que sean escuchados, que sean atendidos y finalmente sea un aporte al desarrollo en determinada localidad.

- Aunque sean voluntarios pueden ser muy profesionales si se les da la capacitación adecuada. No basta con enseñarles algunas técnicas para la recolección de la información, deben tener una capacitación continua, analizar su trabajo y mejorarlo a partir de la práctica.

- Se los debe apoyar e incentivar, es muy difícil que puedan autofinanciarse, por lo que hay que prever que al menos sus gastos estén cubiertos: grabador, cassetes, llamadas, transporte y otros.

- Su tarea tiene riesgos y está sometida a muchas presiones de distintos actores que quieren que se informen o que se oculten determinados hechos, por eso la propia comunidad debe cuidarlos.

- Hay que prever el reemplazo por nuevos comunicadores, para asegurar la sustentabilidad de la red y que una localidad no se quede sin comunicador local. Para

eso hay que tener más gente capacitada de la estrictamente imprescindible.

- Es necesario que los que forman la radio se capaciten y capacitar a los jóvenes, los líderes, los vecinos, toda la comunidad, que se hagan talleres, evaluaciones, diagnósticos, diferentes convenios, para poder trabajar mejor.

- Se deben realizar talleres con trabajadores de los medios, integrar redes, realizar encuentros para intercambios de experiencias entre organizaciones, radios y personalidades del mundo de la comunicación, del mundo político y del económico, desde lo local y lo internacional, realizar intercambios, pasantías, etc.

- Dependiendo de lo que se trabaje serán redes gubernamentales, para poder hacer un enlace con el gobierno o con la Universidad para apoyarnos más, para capacitarnos.

Plenaria Final

(Incluye el análisis de los grupos sobre el tema 4: Evaluación de Impacto y Desarrollo Local)

Coordinación de los talleres: Pablo Lecha y Graciela Regueira

Redacción de síntesis: Gabriel Kaplún

Sin comunicación no hay desarrollo

- Hoy se habla de analfabetos informáticos, pero en nuestras comunidades aborígenes tenemos todavía mucha gente analfabeta a secas. Debemos tener una actitud crítica frente a estas nuevas tecnologías: que no nos vendan espejitos de colores. La mejor computadora no sirve de nada si no escuchamos a la gente del campo, que es la fuente de nuestro trabajo

- Para que esto no quede acá debemos integrarnos en redes más amplias a nivel nacional o regional: coordinadoras de radios comunitarias, redes internacionales como AMARC o ALER, en las cuales ya muchos participan. Probablemente no tiene sentido que nosotros conformemos una nueva red, sino integrarnos en estas. Pero sí debemos trasladar a ellas las inquietudes surgidas en este seminario.

- La globalización es también un desafío y una oportunidad de crecer.

- Para enfrentar lo global desde lo local debemos fortalecer lo global en nuestra comunicación, rompiendo fronteras, integrándonos en una red o construyendo otras.

- Tal vez faltó en estos días ver cómo nos ubicamos frente al proceso de globalización. Para no verlo con fatalismo, como algo inevitable, un carro al que hay que subirse si no queremos quedar fuera. La globalización trae también exclusión y un avasallamiento de identidades culturales. Asumir posiciones “neutrales” es hacerse cómplices de los procesos de exclusión. Quienes estamos impulsando procesos de desarrollo local debemos asumir una posición de esclarecimiento. Globalizar la esperanza y la solidaridad, globalizar nuestras experiencias.

- Con nuestro trabajo debemos ofrecer una alternativa efectiva a la información globalizadora que generalmente nos sustrae de nuestras realidades. Desde el lugar donde estamos debemos romper fronteras y luchar por democratizar las informaciones.

- Un comunicador es en primer lugar un ciudadano, un vecino más, con una gran pasión por lo que hace y por su patria. Pero para no perder sus fines originales la radio hay que hacerla con mucha gente, con muchas mujeres, con muchos niños, con muchos campesinos. Que los radioescuchas se conviertan en “radioparlantes”. Siendo conscientes de dónde está nuestro país y nuestra región y cómo se sitúan frente a otros países y regiones. Porque si no corremos el riesgo de reproducir herramientas de poder locales en vez de liberar pueblos.

- Algunas políticas gubernamentales de desarrollo adecuadas han considerado alternativas y han permitido romper con la falta de libertad a partir de asegurar el ejercicio de expresión de todos los sectores sociales a través de los medios, buscando integrar experiencias en procesos de desarrollo y mejorar la vida de las poblaciones.

- Con nuestro trabajo estamos creando más posibilidades de que la gente pueda crear, pueda dar su opinión y su propuesta, pueda decir lo que siente y lo que quiere.

- Preguntamos a la gente qué tipo de radio quiere tener, y la mayor parte nos dijo que ellos quieren divertirse, que ellos estaban cansados de tener por ejemplo políticos todo el día hablando, ellos querían ser también protagonistas en la radio, querían escuchar a su gente.

- Primero yo destacaría el elemento de la voluntad, porque si no quiero, si a mí no me gusta, ni pagándome vas a encontrar que lo haga. El otro elemento es el elemento afectivo, no es sólo capacitación y tal que es indudable, sino es el elemento afectivo, es mucho mimarlo, estimularlo, cuidarlo, por lo que implica este trabajo, porque es sacrificado, te trae muchas veces problemas, en distintos lugares y también con Juan y María, y cada semana es uno más que te podés echar encima, aún cuando tú no lo dijiste o si lo dijiste fue por eso o tal. Por eso, el elemento afectivo es muy importante. Entonces yo creo eso, que hay que tener en cuenta el elemento afectivo y la voluntariedad. Incluso nosotros con los niños, uno de los elementos para la selección es ese.

- Tenemos que encontrar una identidad, un estilo con el que los oyentes se puedan identificar. Que la gente pueda ver esa imagen a través del sonido, pueda oler ese aroma, ese espíritu que estamos entregando.

- A nivel de América Latina, tanto desde algunos gobiernos como desde el sector privado, se mantiene una censura política-económica hacia las radios comunitarias -a pesar de ser distintos perfiles que el de las radios comerciales-, que genera problemas de sustentabilidad.

- Una cosa importante fue que nos dimos cuenta de que muchos de los proyectos que aparecían publicados en los medios como gestión local ni siquiera llegaron a las

comunidades. Ahí comienza el comunicador a levantar a la comunidad, a movilizar a la comunidad para decir que no existe tal proyecto, por ahí se fue comenzando. Entonces, empezar a ver las cosas desde abajo y eso es lo que conocemos como comunicación de doble vía y participativa.

- La evaluación externa es una instancia importante y necesaria de incorporación regular recomendable tanto a los proyectos como instituciones. La autoevaluación es productiva pero transcurrido determinado período de tiempo se hace necesaria una mirada externa.

- En los actuales momentos las radios comerciales están abocadas en gran parte, 30 o 40 por ciento de la información, están llenas de crónicas rojas, en donde no es cierto que están educando ni están construyendo una conciencia crítica dentro de los destinatarios. Acuden a la comunidad cuando han pasado algunos hechos violentos y esos son dados a conocer no sólo a nivel local sino a veces a nivel internacional, entonces esa es la imagen que dan y luego es cómo nos ven tanto de adentro como de afuera, a nosotros y a la comunidad. Nosotros por definición más trabajamos con cosas que se dan en la vida cotidiana y que son las necesidades concretas de las personas.

- La legitimidad de nuestro trabajo e incluso la legalidad vienen de la mano del reconocimiento que se obtenga de las comunidades.

- El mejor proyecto, el más firme y que puede lograr marcos legales adecuados es aquel que tenga un respaldo muy fuerte en la comunidad y raíces profundas en el área donde se quiera trabajar.

- Había una vez cuatro ratoncitos que vivían en un laberinto, dos en una parte y dos en otra. El laberinto estaba lleno de trampas y limitaciones, pero había también unos cuartitos donde había queso. Una vez se encontraron un cuarto lleno de queso y allí iban todos los días a comer. Pero dos de los ratoncitos también buscaban en otros sitios. Un día se terminó el queso y estos ya tenían otros lugares donde ir a buscar. En cambio los otros dos sólo se lamentaban y decían: ¿Quién se llevó mi queso? Y cuando se decidieron a buscar en otro sitio ya estaban muy débiles para buscar. Cuento esto para decirles que a veces nos encontramos un lugarcito y ahí nos quedamos, sin buscar otras fuentes y otros puntos de vista. Pero no hay que tener miedo a relacionarnos con otros, no hay que tener miedo al cambio.

- Nosotros pensamos en realizar labores para ayudar a mantener el programa si ya no podemos contar con el apoyo de las instituciones que lo impulsaron. Aquí hemos visto que muchos ya lo hacen así y eso nos alienta a seguir adelante.

- Muchos me dicen que estoy vieja para estar estudiando, pero sabemos que esto fue debido a la falta de oportunidades que tuvimos en nuestra localidad. Hoy se nos dio la posibilidad con este seminario y tratamos de llevarnos todo lo que hemos oído. Y les damos las gracias por habernos brindados sus experiencias.

- Yo había pensado en dejar la radio por las muchas dificultades que tenemos, pero ahora me vuelvo con mucho más ánimo.

- Las alternativas y las fórmulas de sustentabilidad varían según las regiones, desde publicidad hasta subsidios. El tema es cuidar las dependencias y las relaciones que se generan: que el proyecto sea financiado por el poder local no significa que se convierta en instrumento del mismo.

- Esto nos renueva las ganas de seguir adelante, nos realimenta.

- La experiencia que nos llevamos de este seminario no se puede medir.

- Nosotros no somos periodistas, somos humildes comunicadores y aquí hemos aprendido mucho, al ver que muchas de las cosas que nos pasan a nosotros les pasan a otros también.

- Tenemos una gran responsabilidad, porque la gente hoy cree mucho más en los medios de comunicación que en muchos de los líderes políticos.

- ¿Por qué y para qué ser comunicador? Lo primero que podemos percibir es que se desarrollan sentimientos de autoestima, se convierten en referentes dentro de la comunidad y eso es una motivación muy importante. Y cuando hablábamos de los criterios de selección, no es que seleccionamos al primero que pasa por la calle, no es a cualquiera que se selecciona. Ese señor, señora, joven, al menos dentro del espectro de la red nuestra, la mayoría son líderes, son promotores, son maestros de la comunidad y cuando tenemos los talleres negociamos con los técnicos, negociamos con la comunidad y por eso decimos agentes de cambio además de reporteros y comunicadores rurales.

- Tal vez nunca lleguemos a ser profesionales de la comunicación, pero estamos tratando de aportar para nuestra localidad lo que podamos aprender.

- Sin comunicación no hay desarrollo.

CONCLUSIONES Y CLAUSURA

Conclusiones

La comunicación social llevada adelante por organizaciones sociales, grupos e individuos que trabajan en las comunidades rurales, periurbanas y urbanas menores del continente, ha crecido en los últimos años, y está realizando destacados aportes al desarrollo local.

Este incipiente proceso está asociado a cierta estabilidad democrática en el continente que permite generar nuevos y más amplios espacios de participación social en los diversos medios de comunicación -radiales, escritos, televisivos e internet-, entre otros, introduciendo también formas innovadoras tanto en la comunicación tradicional como en el ejercicio efectivo de la democracia.

La cooperación internacional, a través de organizaciones no gubernamentales, gubernamentales, religiosas, fundaciones y diversas instituciones de los países desarrollados, junto a las contrapartes locales, han realizado contribuciones valiosas en ésta área. Sin embargo existen aún resistencias y desconfianzas en cuanto a la profundización de estos procesos, relacionadas muchas veces a problemas de poder, pero también muchas veces debidas a la falta de información o prejuicios infundados por parte de autoridades públicas, empresarios privados y políticos.

El presente encuentro ha mostrado experiencias, que actuando desde diferentes realidades, basadas en articulaciones y alianzas muy diversas pero con un propósito común de contribuir al ejercicio de los derechos ciudadanos y al mejoramiento de las condiciones de vida de sus comunidades, han alcanzado logros muy destacados. Se trata de medios de comunicación propios, de espacios en medios privados, en medios públicos, de empresas de servicios en la comunicación y la información, entre otras posibilidades. Buena parte de las propuestas iniciadas desde la sociedad civil y con el apoyo solidario, han sido posteriormente acompañadas con entusiasmo y recursos por organismos gubernamentales, empresas privadas, instituciones de educación, organizaciones gremiales, aportando beneficios a todas las partes. Varias han sido distinguidas con premios y reconocimientos oficiales por sus aportes a las respectivas comunidades.

Un papel esencial lo desempeñan los comunicadores locales, mayoritariamente voluntarios, inicialmente con escasa experiencia y capacitación, pero con deseos de superarse, participar y crecer tanto individual como grupalmente, mostrando avances significativos en corto tiempo. Su labor es paulatinamente reconocida a nivel comunitario, evolucionando muchas veces a un papel de referentes locales y extra locales, como receptores y transmisores

de preocupaciones e inquietudes de la población, que muchas veces obtienen la gratificación al lograr soluciones a problemas concretos.

Así como el conjunto del trabajo local -referido a la información, al tratamiento de las necesidades comunes, a los aspectos culturales- es complementario al que desarrollan los grandes medios de comunicación, la labor de los comunicadores locales es complementaria a la que desarrollan los profesionales, contribuyendo el conjunto a una oferta más amplia, democrática y participativa.

Los proyectos han capacitado comunicadores y agentes de desarrollo local, brindando oportunidades de práctica, creciendo juntos o facilitando luego el acceso a mejores oportunidades laborales. El conjunto de la capacitación, la voluntad y los medios, contribuyen a la construcción de vínculos, rescatan la presencia humana, lo local en el proceso de globalización, resguardan y preservan el patrimonio cultural y los intereses de las mayorías.

Por su motivación principal no estrictamente comercial y por sus poblaciones objetivo o prioritarias, de bajos recursos, los emprendimientos encuentran en muchos casos serias dificultades económicas para alcanzar una cierta estabilidad. En este sentido, el encuentro analizó información sobre las realidades de varios países desarrollados donde se han creado mecanismos desde los poderes públicos, que apuntan a asegurar la presencia de los espacios sociales, comunitarios de expresión y actuación, en fuerte contraste con nuestras realidades.

El encuentro valoró positivamente el papel que desempeñan las redes que agrupan experiencias semejantes en el continente y recomendó adherir a las mismas, en la medida que éstas acumulan conocimientos colectivos, pueden compartir recursos tecnológicos mayores, potencian al conjunto, alcanzan mejores niveles de negociación y representan una voz de los sectores de menos recursos en el área internacional.

Clausura

Dr. Patricio Rodé

Prosecretario del Consejo Directivo del Instituto de Desarrollo Humano de la ACJ, Abogado, profesor universitario (UDELAR), ex Director de Planificación de la Intendencia Municipal de Montevideo, presidente del Movimiento Internacional de Intelectuales Católicos (MIIC-Pax Romana)

Buenas noches a todos, particularmente a los amigos que vienen de otros países de América Latina, con los que tenemos en común la pasión de encontrarnos con otras gentes y la pasión por trabar relaciones humanizantes, que plenifiquen, que desarrollen lo humano que hay en todos nosotros. Esa es la comunicación, verdad?, y eso es lo que ha convocado a este encuentro. También un gran saludo al programa nuestro, al programa del Instituto de Desarrollo Humano, al uruguayo, que ha sido capaz de ser el que recibe, el que convoca y el que organiza este encuentro donde esperamos que todos salgan habiéndose comunicado entre si y por lo tanto habiendo enriquecido a los demás y a sí mismos. Porque la comunicación también, yo no se los voy a enseñar a ustedes, es eso, es un gran enriquecimiento. Alguien decía que la persona debe ser rápida en oír, lenta en hablar y no debe enojarse nunca. Yo creo que esas tres cosas están en la epístola del apóstol Santiago. Ayudan mucho a la comunicación, seamos rápidos en escucharnos y en entendernos, en escucharnos en profundidad. Tomemos nuestro tiempo para decirnos la palabra y comunicarnos porque así vamos a enriquecer mejor a los demás y nos vamos a expresar mejor nosotros mismos. Y tengamos paciencia para construir juntos un desarrollo humano que lleve adelante a todos los interlocutores que están en esa red de comunicación. Creo que corresponde agradecer a todos los presentes, agradecer a la Fundación W.K. Kellogg por su respaldo que hace posible este encuentro y este aprendizaje común, esta comunicación entre comunicadores y desearles una culminación feliz del trabajo y de su estadía en Uruguay. Muchas gracias.

EXPERIENCIAS ARTICIANTES

LAS RADIOS DE LAS ESCUELAS DEL DESIERTO

Mendoza, Argentina

El proyecto se inició en junio de 1995, tuvo financiación durante tres años de la Fundación Kellogg y fue administrado por el Fondo Escolar Comunitario. En la actualidad el proyecto sigue funcionando con algunas dificultades, sin financiamiento externo, con dos operadores subvencionados por el Municipio local.

Objetivo general

Incentivar el proceso de alfabetización en los alumnos de las escuelas de la zona y sus familiares para que lleguen a ser usuarios competentes y autónomos de la lengua escrita.

Objetivos específicos

- Integrar entre sí a las escuelas albergue del desierto a través de las radios.
- Estimular en los alumnos el desarrollo de la expresión oral y escrita mediante la formación de clubes de niños periodistas y locutores.
- Revalorizar la cultura local en sus distintas manifestaciones: música, literatura y costumbres.
- Mantener informada a la población sobre la realidad local, provincial, nacional y mundial.
- Mejorar la calidad de vida de las comunidades aborígenes mediante programas educativos sobre identidad, salud, nutrición, tecnología agropecuaria, asuntos legales, etcétera.
- Interesar a los pobladores en las actividades socioculturales y socioeconómicas de la zona: bibliotecas, uniones vecinales y cooperativas.



Descripción del proyecto

Este proyecto se propone lograr la comunicación entre las escuelas albergue del desierto del noreste de la provincia de Mendoza, enclavadas en su mayoría en comunidades aborígenes huarpes, a través de un sistema de radios que funcionan en cada una de ellas.

Esto se lleva a cabo a partir de la instalación de tres radios FM que emiten en cadena. Las mismas están ubicadas en tres puntos equidistantes del desierto lavallino (Municipio de Lavalle). De este modo se puede cubrir toda la zona. Estas radios son alimentadas con el aporte de intercomunicadores ubicados en las escuelas que se hallan más próximas a cada una.

La programación de estas emisoras llega a cubrir cuatro horas diarias. Cada intercomunicador participa con un espacio diariamente, de esta manera queda garantizada la participación de cada escuela y cada comunidad.

El proyecto fue asumido por docentes, jóvenes, adultos, alumnos de las escuelas albergue y demás miembros de las comunidades. En cada escuela son los alumnos quienes realizan la investigación sobre las noticias del lugar, los temas en torno de los cuales la comunidad desea ser informada; el tipo de música, humor y entretenimiento que los pobladores prefieran y el grado de recepción de los programas emitidos.

Los docentes responsables de la radio en cada escuela tienen a su cargo el seguimiento de algunos aspectos de los programas de alfabetización como la distribución y utilización de las cartillas. Asimismo, se ocupan de verificar la recepción de los demás programas educativos. Las radios también reciben programas educativos grabados en estudios. Los mismos abarcan temas referidos a educación, salud, alimentación, técnicas agropecuarias, asuntos legales, historia, leyendas, costumbres, música regional y otros que surjan.

En una de las comunidades se realizó un **proyecto de alfabetización de adultos**, donde se utilizaban cartillas, materiales didácticos producidos en la zona y acompañadas por un programa radial de alfabetización. Este se transmitía en cadena, por lo tanto era escuchado en todas las comunidades.

Diagnóstico y justificación del proyecto

Este proyecto abarca la zona del desierto ubicado al noreste de la provincia de Mendoza, República Argentina, comprendido entre los paralelos 32 y 34 de latitud sur y los meridianos 67 y 69 de longitud oeste, con una superficie total de 22.500 kilómetros cuadrados. En esta zona se encuentran ubicadas las siguientes escuelas:

Escuela	Nombre	Localidad
N° 8-361	Maestro Pablo Pizzurno	San José, Lavalle
N° 8-404	Sin Nombre	San Miguel, Lavalle
N° 8-548	Ceferino Namuncurá	Lagunitas, Lavalle
N° 8-388	Fundación CERYA	El Retamo, Lavalle
N° 8-382	Francisco Rizzutto	El Forzudo, Lavalle
N° 8-363	Estanislao del Campo	Arroyito, Lavalle
N° 8-699	Por los Senderos de la Patria	La Josefa, Lavalle
N° 8-638	Pedro del Castillo	Cieneguitas, Santa Rosa
N° 8-466	Abraham Lincoln	Asunción, Lavalle
N° 8-468	Elpidio González	Lagunas del Rosario, Lavalle
N° 8-721	San Alfonso María de Ligorio	El Retiro, Lavalle

Características de la zona donde se encuentran estas escuelas

El clima es árido, con escasas precipitaciones, vegetación rala y pastos duros. El caudal de los ríos es variable y escaso, por lo que el cultivo se hace difícil o casi imposible en algunos lugares.

Antiguamente existían en la zona grandes lagunas con bosques extensos de algarrobos, hoy la habitan los descendientes de los antiguos aborígenes Huarpes. Con el tiempo, debido al aprovechamiento de los ríos en la región oeste de la provincia y la tala indiscriminada de los bosques, se produjo la desertificación progresiva.

En la mayoría de los casos los caminos de acceso a las escuelas son huellas difícilmente transitables; de aquí que una de las principales características de las escuelas albergue sea el aislamiento geográfico.

Otro de los grandes inconvenientes que se debe sortear es la provisión de agua potable. Esta se obtiene de pozos o es transportada en camiones cisterna desde los municipios.

En su mayoría los establecimientos no cuentan, hasta ahora, con energía eléctrica de red. La misma se obtiene mediante grupos electrógenos, cuyo mantenimiento y combustible queda a cargo de las escuelas.

El aislamiento geográfico se acentúa por la falta de comunicación con el resto de la provincia. Es importante destacar que no existen en estas escuelas servicios de cloacas ni de gas natural y que tampoco cuentan con transporte público de pasajeros.

Aspectos socioeconómicos

La mayor parte de estos establecimientos se encuentra ubicada en comunidades aborígenes, existen en ellas un centro de salud, un destacamento policial, un templo religioso sin sacerdote estable y en su radio de influencia puestos que distan de dos a quince kilómetros unos de otros.

Dichas comunidades se dedican a la cría de ganado menor, cabras, ovejas y en menor medida, a la del ganado vacuno. Su economía se sustenta en las ventas, generalmente a intermediarios, del ganado y sus subproductos (abonos, cueros, etcétera).

La manutención de los corrales y los trabajos referentes a la cría de animales son responsabilidad de la familia. En estas tareas los niños tienen un papel preponderante, especialmente en las pariciones, juntadas y entrega de animales. De este modo, el niño que llega a nuestras escuelas trae muchos conocimientos aprendidos en contacto directo con el mundo del trabajo.

La familia tipo de esta zona es de seis miembros aproximadamente, con una fuerte figura paterna. Viven, en su mayoría, en tierras fiscales o de terceros y sólo el 5 por ciento es propietaria. Los ambientes de las casas son más bien amplios y rara vez cuentan con baños instalados o agua corriente.

Respecto del cuidado de la salud, las comunidades donde están emplazadas las escuelas no tienen un servicio adecuado. Los centros de salud, dependientes del Ministerio de Salud de la provincia, tienen un enfermero, carecen de ambulancia y reciben visitas periódicas de un médico. La distancia entre las escuelas y los hospitales de mediana complejidad va desde los 40 a los 200 kilómetros.

Principales problemas de la zona

- El aislamiento geográfico y cultural; a estas comunidades no llega prensa escrita ni televisión y sólo reciben cierta información a través de radios AM; tampoco cuentan con centros culturales de ningún tipo, salvo las escuelas (no hay bibliotecas, ni clubes, ni teatros).
- Según el censo de 1991 el 36 por ciento de la población es analfabeta y el 50 por ciento no completó el nivel primario, lo cual significa analfabetismo funcional en la gran mayoría de la población adulta.
- La migración de los jóvenes, la falta de fuentes de trabajo, de escuelas de enseñanza media y de otros incentivos socioculturales, determina que los jóvenes con mayor nivel de instrucción (primaria completa) emigren hacia los centros urbanos.
- Dentro de las enfermedades endémicas la brucelosis afecta al 80 por ciento de la población, el Mal de Chagas y el hipotiroidismo aquejan también a un alto porcentaje de habitantes.
- La inexistencia de frutas y verduras en la zona determina un estado nutricional deficiente. Las familias sólo consumen carnes rojas y harinas, razón por la cual las escuelas albergue tratan de incorporar en sus dietas aquellos elementos de que los niños carecen.
- La mujer se encuentra marginada socialmente, ella se hace cargo de las tareas más pesadas del hogar y de las correspondientes a la crianza del ganado, mientras que no se considera con derecho a opinar ni a discutir las decisiones de su esposo.

Acciones realizadas

- Construcción de las salas de transmisión en cada una de las escuelas donde funcionan las radios FM. Dichas salas cumplen los requisitos mínimos necesarios para lograr una transmisión de buena calidad y para evitar que los equipos se deterioren.
- Compra del equipamiento necesario para cada emisora.
- Preparación del ambiente destinado a la radio en las escuelas donde sólo se contará con el intercomunicador.
- Instalación de las radios.

Actualmente las emisoras se encuentran con serios problemas de funcionamiento:

- Los equipos transmisores de Frecuencia Modulada actuales son de 250 Wats de potencia. Esta potencia era acorde a lo que estaba en uso en el año 1994. En la actualidad

los equipos transmisores de todas las radios comerciales vecinas rondan en los 1000 wats. Esto provoca que las radios comerciales de la zona tapen la emisión de las radios del proyecto. Para solucionar este problema hay que cambiar los equipos existentes por otros nuevos de 1000 wats.

- Hay tres equipos transmisores de VHF que están funcionando mal. Es necesario el cambio y la nueva instalación ya que de esto depende la continuidad del funcionamiento en cadena de las emisiones.
- En los seis años de uso, los equipos de audio de las radios se han ido deteriorando y es necesario el recambio.

Producción de programas

Los niños periodistas y locutores realizan la programación diaria de acuerdo a las pautas fijadas y asesorados por los docentes responsables de las radios.

Los programas producidos son los siguientes: noticieros, radionovelas, programas ómnibus (música, mensajes, entretenimientos, información general, programas de salud, sobre problemáticas distintas como la mujer, identidad, jóvenes, familia, nutrición, problemas legales sobre tenencia de las tierras, derechos de las comunidades, etcétera). Programas culturales sobre historias, leyendas, literatura, costumbres y música de la región. Participan también produciendo programas radiales miembros de la comunidad: vecinos, enfermeros, médicos, etcétera.

Coordinación con otras instituciones

Para optimizar la producción de los programas educativos se firmaron convenios con instituciones del medio que tienen objetivos complementarios a los que hemos fijado.

Las instituciones con las que se firmaron acuerdos son: la Dirección General de Escuelas del Gobierno de Mendoza, la Dirección de Educación para la Salud, el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria, el Instituto de la Mujer; la Dirección del Menor, Radio Universidad de la Universidad Nacional de Cuyo, Municipalidad de Lavalle.

Validación de los programas

Antes de difundir cada tipo de programas se realiza la validación de uno de ellos. La misma se lleva a cabo en la escuela Maestro Pablo Pizzurno, de San José, donde trabaja el matrimonio coordinador del proyecto en la zona.

La validación de los programas educativos se realiza con los alumnos de esa escuela y con algunos vecinos de la localidad; mientras que los cursos de capacitación docente se validan con los seis maestros de la escuela y con los docentes del establecimiento Elpidio González, de Lagunas del Rosario.

Capacitación

Para realizar la capacitación de operadores y de docentes responsables de las radios se llevaron a cabo las siguientes acciones:

- Un curso inicial destinado a operadores (tres jornadas).
- Jornadas trimestrales de intercambio de experiencias e información destinada a operadores.
- Un curso inicial destinado a docentes responsables de las radios (tres jornadas).
- Jornadas trimestrales de intercambio de experiencia e información dirigida a docentes responsables de las radios.
- Visitas a las radios realizadas por grupos de docentes y capacitadores.

La capacitación estuvo a cargo de técnicos en radio, licenciados en comunicación social y especialistas en educación.

Impactos y resultados

Creemos que la radio escolar comunitaria ha acompañado los procesos sociales de las comunidades huarpes en todas sus manifestaciones y necesidades: ha servido de motor y de impulso para la formación de las comunidades, actualmente reconocidas por la personería jurídica otorgada por el Instituto Nacional de Asuntos Indígenas, la reafirmación de las mismas y de la identidad aborigen, la formación de comisiones de mujeres en las distintas localidades para tratar problemáticas de género y de participación cívica, el acompañamiento en la defensa y denuncia de los atropellos que sufren las comunidades, el acompañamiento en el largo proceso de recuperación de las tierras. La radio es así un instrumento válido y la devolución de la voz a personas hace 500 años silenciadas.

FUNDACIÓN CRUZADA PATAGÓNICA

Junín de los Andes, Neuquén, Argentina.

La Fundación Cruzada Patagónica fue creada en 1979 por un grupo de matrimonios provenientes de Buenos Aires, con el objetivo de ponerse al servicio de los argentinos que conforman las comunidades más necesitadas, mapuches y criollas, de la zona cordillerana del sur de la provincia del Neuquén (región oeste de la Patagonia). Su primer objetivo fue la educación y después el desarrollo cultural, social, poblacional, económico y sanitario del ámbito patagónico argentino.

El objetivo institucional se transformó en misión cuando se tomó contacto con la realidad definiéndose como: **“ser agentes viabilizadores para el mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades rurales del sur neuquino, promoviendo sus potencialidades a través de la educación y del desarrollo sustentable”**.

Acotar la zona de trabajo al sur neuquino también fue producto de la redefinición, ya que se tomó conciencia de que el millón de quilómetros cuadrados de la Patagonia es muy difícil de abarcar.

La labor de la Fundación Cruzada Patagónica está teñida por una convicción: la cultura mapuche tiene valores ancestrales que los miembros de la fundación desean aprehender. En la interacción propia del trabajo se tiene en cuenta que nada debe atentar contra la preservación de los baluartes culturales, y que la superación y el desarrollo se alcanzan con la participación protagónica de los educandos y pobladores, con celoso respeto por lo autóctono.

En el acta de fundación de la institución firmada el 27 de setiembre de 1979, nueve firmas representaban a casi dos docenas de jóvenes cuyas edades oscilaban entre los 22 y 26 años. Desde entonces, numerosas familias convocadas con el mismo espíritu brindan su tiempo a esta causa. En su mayoría realizan visitas anuales a la zona y, en muchos casos, las visitas son el comienzo de una radicación definitiva.



El grupo de voluntarios organiza eventos, recolecta donaciones, hace compras, soluciona problemas, realiza gestiones y trámites, siempre alertas a los requerimientos de la obra en el sur.

El gobierno de la institución está a cargo de un Consejo de Administración compuesto por once personas, todas residentes en Junín de los Andes. Un Consejo Consultivo Mapuche, compuesto por integrantes de varias comunidades asesora a los equipos de la institución en los proyectos que se ejecuten a campo.

La Fundación participa en foros, simposios e integra y articula redes con otras instituciones de Argentina y otros países.

La tarea administrativa y de coordinación se concentra en la oficina de Junín de los Andes, terminal de colectivo “Compeñihuen”, servicio de mensajería y depósito para los pobladores del área rural. Como muchos habitantes del lugar no estaban inscriptos y otros se anotaban como chilenos porque el trámite les resultaba más sencillo, la Fundación Cruzada Patagónica decidió instrumentar un Registro Civil Ambulante que tiene su sede en la oficina.

En 1982 nació el Centro de Educación Integral San Ignacio y en los años siguientes la Fundación consolidó otros programas que hacen a su misión. Así fueron creados el Registro Civil Ambulante, la oficina de asesoramiento legal y contable de las agrupaciones mapuche, el servicio de transporte colectivo “Compeñihuen”, las campañas para la atención de emergencias sociales, las granjas comunitarias y los pequeños emprendimientos.

En 1995 la Fundación Cruzada Patagónica alcanzó uno de los objetivos más ambiciosos: la creación de una escuela secundaria Agrotécnica. En 1997 la Fundación W. K. Kellogg aprobó el proyecto Nehuentun, enmarcado en el Programa de Desarrollo Rural de la Fundación Cruzada Patagónica. En ese sentido se llevan a cabo los proyectos tendientes al afianzamiento del desarrollo sustentable que abarcan aspectos como el fortalecimiento de su organización interna y el asesoramiento legal y contable, la implementación de prácticas agrícolas con tecnologías alternativas, incluidos los procesos productivos y el mercadeo de los excedentes.

¿Cómo se financian las actividades de la Fundación?

La Fundación tiene un giro próximo a \$ 1.000.000 anuales que provienen en un 33 por ciento del Consejo Provincial de Educación, 30 por ciento corresponden a proyectos financiados por fundaciones del exterior, 25 por ciento provienen de personas físicas y empresas argentinas y el 12 por ciento restante lo generan las actividades productivas y de servicios de la institución.

Existe apertura para quien desea auditar hasta el menor de los detalles de cada emprendimiento. Por ello la obra se hace materialmente visible. Cada paso que se avanza es el fruto de enormes esfuerzos y trabajo voluntario que excede en mucho la eventual paga.

Un camino seguro

La educación es un área prioritaria del trabajo, el camino más largo pero el más seguro, algo que nadie les podrá quitar.

Primero se apuntó a la educación de adultos del área rural, que era la más desprotegida. Las distancias en la Patagonia son enormes y esta realidad hace que en muchos casos fracasen las buenas intenciones puestas en la educación rural. Se aceptó el desafío planteado por la realidad y desde hace 17 años se brinda albergue a quienes provienen de las comunidades mapuche.

Se comenzó con jóvenes varones desde los 14 años, quienes veían la única posibilidad de estudiar, porque tenían que integrarse al mundo laboral para mantener a sus familias. Se pensó en enseñarles un oficio práctico, algo que fuera necesario en la zona. Conjugando las dos necesidades, y simultáneamente con la educación primaria, se desarrollan talleres de formación laboral. A los cinco años era notorio que la mano de obra que formaba la Fundación Cruzada Patagónica conseguía mejores puestos de trabajo.

En forma permanente se introducen nuevas alternativas de producción en los talleres de formación laboral existentes, como apicultura, ovejas lecheras, siendo fundamental que los alumnos puedan probar sus productos en el mercado.

El proyecto fue creciendo. Por la demanda de los estudiantes y con el apoyo del Gobierno de la Provincia de Neuquén, que subsidió los sueldos de los profesores, nacieron los cursos de estudios secundarios con orientación Agrotécnica.

Gracias al apoyo de la fundación W. K. Kellogg, se desarrolló desde 1994 hasta 1996 el proyecto de **Granjas para el Desarrollo** que aportó gran parte de los recursos necesarios para equipar al Centro Educativo Integral San Ignacio y para la educación técnica agropecuaria. El desafío asumido fue el de brindar una formación que fuera adecuada para las comunidades mapuches resaltando el desarrollo sustentable y educación integral, priorizando valores humanos, conceptos y experiencias prácticas a campo.

Todos los talleres agropecuarios, mecánica, carpintería e instalaciones eléctricas deben buscar el autosustento con la venta de sus productos o servicios y si hay excedentes, ayudar al financiamiento de la escuela, ya que es absolutamente gratuita. La infraestructura de 4500 metros cuadrados, cuenta con invernaderos, sala de faena, sala de extracción de miel, aulas y sala de informática entre otros sectores. Todo fue levantado en un terreno donde veinte años atrás sólo había piedras, arbustos y algunos álamos.

¿Cómo hizo un grupo humano relativamente pequeño, en veinte años, para concretar esta obra?

Las palabras cambio, innovación y perseverancia son la explicación. La labor de la Fundación Cruzada Patagónica no se originó en un conjunto de medidas preestructuradas provenientes de emigrados de Buenos Aires, sino que fue creciendo lentamente de acuerdo con las necesidades de la población destinataria. Así nació un programa educativo que pretende acompañar a las comunidades en su búsqueda por una mejor calidad de vida.

Los miembros de la Fundación Cruzada Patagónica tuvieron que aprender a tener paciencia y comprendieron que el cambio no ocurre cuando uno quiere, sino en el momento en que debe ocurrir. Cuando la institución inició su tarea, sus miembros ni siquiera sabían que iban a dedicarse a la comunidad mapuche, no les preocupaba su origen sino su pobreza, querían prestar servicio a los más excluidos de la sociedad. A partir de ese interés desarrollaron un abanico de programas que, sin un plan prefijado, apuntaba a atender necesidades reales como que no eran dueños de sus propias tierras, que no tenían documentos de identidad y cuyos traslados estaban regidos a la voluntad y el esfuerzo. Los caballos eran su única forma de movilidad, sus querellas no tenían escucha, ni sus nacimientos ni muertes tenían registro. El contacto permanente les permitió percibir la mejor manera de aproximarse a los mapuche, que se caracterizan por la desconfianza hacia los provenientes de afuera.

Tres áreas fundamentales

La Fundación Cruzada Patagónica desarrolla sus actividades en tres áreas fundamentales: **educación, desarrollo rural y servicio social.**

En el área educativa pueden distinguirse dos sectores de trabajo: el formal y el no formal. En el sector formal se encuadra la primaria de adultos, los talleres de formación profesional y el secundario agrotécnico. Hay muchas personas y grupos que no se escolarizan, los padres de los alumnos y otros integrantes de la comunidad y grupos a quienes les costó llegar, como el de las mujeres. El área de educación no formal realiza actividades de toma de conciencia en las que se insiste en el concepto de responsabilidad en temas puntuales.

El área de desarrollo rural se concentra en fortalecer la consolidación de las organizaciones internas de las comunidades a través de la capacitación en gestión y el asesoramiento. Las Comisiones Directivas, las Asociaciones de Fomento Rural, las Cooperativas, los grupos de productores de bienes o artesanos, las escuelas rurales, las postas sanitarias, son elementos de participación y de estos grupos surgen proyectos propios y reales que promueven el desarrollo.

En el marco del área de servicio social funciona una oficina en Junín de los Andes, “un lugar en el pueblo donde se buscan soluciones”. Allí es posible consultar al abogado de la institución, quien además fue elegido asesor legal de siete comunidades por sus respectivas asambleas. Funciona también un Registro Civil Ambulante y la terminal de colectivo que se dirige a las agrupaciones mapuche.

La reivindicación fundamental por la que han luchado las asambleas de las comunidades mapuche es la propiedad de la tierra. La forma de organización de las comunidades se ha ido modificando a lo largo de estos años. Los caciques ancianos continúan como jefes espirituales, pero en la actualidad las cuestiones organizativas se deciden en comisiones directivas elegidas por votación, cuyos integrantes tienen un promedio de 28 años. Ellos consiguieron la personería jurídica, la organización interna y la propiedad de la tierra.

La Fundación Cruzada Patagónica representa el desarrollo de sus programas con el árbol de la vida. En sus raíces están los voluntarios, las donaciones, un asesor espiritual jesuita, los aportes estatales y los proyectos con cooperación de instituciones nacionales y extranjeras, gubernamentales y no gubernamentales.

Lo importante del trabajo de la Fundación Cruzada Patagónica es la construcción de una vida mejor para la gente de la comunidad mapuche y lo fundamental es ir lográndolo juntos. Siempre tuvieron claro que el objetivo de la misión no es darle a los voluntarios la sensación de que se realizan, sino que ellos son un medio para llegar al fin, la gente.

“No amemos con palabras o con frases, sino con obras y de verdad.” -1 Juan 3-18.

Estas palabras les dieron fuerza en 1979. Hoy, la obra de la Fundación Cruzada Patagónica sigue creciendo. Las palabras de la Biblia aún guían su accionar.

INSTITUTO DE CULTURA POPULAR (INCUPO)

Región nordeste de Argentina.

Un poco de historia

El Instituto de Cultura Popular es una organización no gubernamental de promoción social sin fines de lucro y de inspiración cristiana. Su área de trabajo durante más de 30 años es el nordeste argentino que abarca las provincias de Chaco, Corrientes, Formosa, Norte de Santa Fe y Santiago del Estero.

La tarea de promoción humana y social está destinada a sectores populares rurales, criollos y aborígenes.

Las líneas estratégicas de trabajo son educación, comunicación popular y economía, y tecnologías apropiadas.

INCUPO inicia su tarea de promoción social el 21 de setiembre de 1970, por medio de programas radiales que enseñaban a leer y escribir con el acompañamiento de monitores en la misma comunidad.

Junto al saber leer y escribir nacieron las primeras necesidades comunitarias que con el transcurrir del tiempo darían lugar a las primeras organizaciones de pequeños productores en la región.

Nuestra metodología básica de trabajo se basa en lo que nosotros llamamos el intercambio de saberes, rescate y recreación de la cultura popular campesina y aborígen.

La comunicación popular

En comunicación trabajamos con comunicadores en terreno que rescatan el trabajo de las comunidades mediante testimonios del trabajo de los grupos de campesinos.

Estos testimonios son la materia prima para la producción de mensajes que serán difundidos a través de los medios de comunicación.

Un equipo técnico de comunicadores populares junto a los comunicadores en terreno, transforma estos testimonios en series, informes, cuñas radiales, notas y gacetillas de prensa, para la producción



de programas radiales institucionales en vivo: *Vuelta de tuerca* en Radio Amanecer, Reconquista, Santa Fe. *Arandu con todos* en LT7 Radio Corrientes. *Coheyu*, programa grabado que se distribuye a 20 radios FM en el interior de la provincia de Formosa; notas gráficas para nuestra publicación mensual *Acción de INCUPO* y diarios locales.

Esto permite y afianza una tarea de relacionamiento que para nosotros es fundamental y estratégica, principalmente con las radios de frecuencia modulada que desarrollan su tarea de rescate y difusión de la cultura popular a puro pulmón defendiendo las costumbres musicales y lenguaje del Interior.

Junto a estas radios populares trabajamos para que los sectores populares aparezcan en los medios, con protagonismo propio, aportando y discutiendo propuestas de desarrollo comunitario que involucre a todos los sectores.

La capacitación en comunicación popular es fundamental para que estos sectores tengan espacio y voz en los medios de comunicación social. INCUPO, junto a otras instituciones, ofrece espacios y ámbitos específicos para la capacitación de futuros comunicadores radiales comprometidos con su comunidad.

El relacionamiento con otros actores de la comunidad permite la multiplicación, genera opinión pública favorable acerca del trabajo que desarrollan las comunidades campesinas en el nordeste argentino.

En las provincias nuestro relacionamiento fundamental es con las radios FM locales. Somos socios en la tarea de difusión de las actividades que desarrollan las organizaciones populares, campesinas y urbanas. Esto les llega en diferentes formatos: programas, series, cuñas e informes en vivo desde el lugar de los hechos.

En la provincia de Formosa una red de FM, difunde todos los sábados el programa *Coheyu*; este programa es una producción de INCUPO y refleja las actividades de los grupos de campesinos organizados y otros sectores populares.

En la provincia del Chaco, una red de FM difunde nuestras series radiales en forma mensual.

Como institución ofrecemos a estas radios capacitación e información actualizada por medio de informes de carácter regional en formato de micros. En la localidad de Provincia de la Plaza, donde hemos impulsado con otras instituciones una experiencia de desarrollo local, trabajamos en red con tres FM de la localidad difundiendo actividades como la Feria de Pequeños Productores que se realiza dos veces por mes y otras actividades conexas.

En la provincia de Corrientes estamos relacionados con diez radios de frecuencia modulada que difunden nuestras producciones en forma mensual.

Junto a la capacitación ofrecemos a estos medios de comunicación espacios de intercambio que les permita discutir sus problemas en común y encontrar soluciones en conjunto.

En Corrientes, nuestra experiencia en comunicación popular en el campo se inició con la formación de comunicadores campesinos que surgieron desde las organizaciones de pequeños productores. Son dos las experiencias que tuvieron más continuidad en el tiempo.

Programa La voz de los pequeños productores, Saladas, Corrientes

Una de ellas es el programa *La voz de los pequeños productores*, que se emite todos los jueves a partir de las 19 horas por la FM San José de Saladas, espacio radial producido y conducido por jóvenes campesinos integrantes de la organización de pequeños productores de la zona.

El programa nació por pedido de los grupos de productores que al ir creciendo en cantidad de asociados, vio la necesidad de contar con un espacio radial para una mejor comunicación entre los grupos. Un grupo de cuatro jóvenes campesinos tomaron la responsabilidad de comunicar las actividades de sus compañeros.

Se le trasladó esa inquietud al comunicador de INCUPO, el equipo provincial apoyó el emprendimiento; comenzaron las capacitaciones, teoría y práctica, que permitieron poner el programa en el aire en muy poco tiempo en formato de noticiero rural. Precios, avisos, emprendimientos productivos, aparecen en el programa todos los jueves desde hace cuatro años con algunas interrupciones de carácter técnico (caída de antena de la radio, por ejemplo).

Para destacar, el espacio radial es cedido gratuitamente por la FM local. El programa continúa, se han renovado sus conductores, pero el espíritu y objetivo es el mismo, ser “la voz de los pequeños productores” del lugar.

Programa La voz del campo, San Miguel, Corrientes

En esta localidad rodeada de esteros, INCUPO viene trabajando desde hace 25 años. Aquí nacen los primeros grupos organizados al finalizar la década del 80. Actualmente, la organización campesina nuclea a más de 200 familias de pequeños productores.

En la Colonia San Antonio desde hace más de diez años está trabajando la Escuela de la Familia Agrícola Ñande Roga (en guaraní, nuestra casa), que desarrolla una tarea educativa integral y fundamental para el desarrollo de los jóvenes campesinos.

Precisamente fueron estos jóvenes que decidieron llevar la voz de la organización de pequeños productores donde participan sus padres, a la FM del lugar.

El proceso fue similar al de Saladas, se hicieron reuniones para armar un equipo integrado por jóvenes campesinos que concurrían a la escuela y al mismo tiempo participaban de la organización.

La FM Loreto cedió un espacio de media hora, todos los jueves a partir de las 11 de la mañana.

Los jóvenes se capacitaron en diferentes ámbitos locales y regionales. La escuela tomó la tarea y se capacitaron profesores. Actualmente otros jóvenes mantienen en el aire *La voz del campo*.

Hacia una red de programas campesinos

Actualmente estamos trabajando y discutiendo la conformación de una red de programas campesinos junto a otras EFA (Escuelas de la Familia Agrícola) de la provincia.

Como trabajadores sociales de la comunicación vemos como necesario y fundamental para la vida de nuestros pueblos y comunidades, **promover que aparezcan y se escuchen otras voces, otros colores, otros protagonistas, que no son contemplados por los grandes medios de comunicación** amparados en la idea de una globalización que arrasa y no construye.

Nuestra apuesta, sumándonos al desafío de ALER (Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica), es democratizar las comunicaciones y creemos que, como dice nuestro lema institucional: *“Hoy más que nunca, juntos podemos”*.

CHI WALAKI, RADIOEMISORA DEL INSTITUTO DE CAPACITACIÓN CAMPESINA (INCCA)

Cochabamba, Bolivia

El Instituto de Capacitación Campesina (INCCA), es una Institución Privada de Desarrollo Social (IPDS), sin fines de lucro y de carácter no gubernamental, que pretende contribuir al desarrollo rural sostenible. Nació en 1985 y trabaja con un complejo conjunto de acciones en diversos ámbitos, programas de educación, comunicación, asesoramiento en gestión sindical, productiva y municipal, en la región del Valle Alto y del Municipio de Vacas, a 90 kilómetros de la ciudad de Cochabamba.

El Municipio de Vacas presenta uno de los índices de desarrollo humano (IDH) más bajos de la región y cuenta con una población estimada de 15.000 habitantes de los cuales el 90 por ciento son campesinos, el 65 por ciento habla únicamente quechua y sólo el 35 por ciento es bilingüe.

Como parte de los programas generales, en 1990 se instala la Radio Chawalaki (que transmite mayoritariamente en quechua) y que alcanza en la actualidad a 10 municipios (110.000 habitantes) ubicándose como la radio más escuchada, 74 por ciento de audiencia y primera entre las 60 que llegan a la región.

Objetivos

La Radio Chawalaki es un medio de comunicación que forma parte estratégica del sistema multimedia de educación y comunicación popular de INCCA, tiene la misión de movilizar y sensibilizar a la población del Valle Alto de Cochabamba, **hacia una**

gestión del desarrollo local participativa y transparente, principalmente con acciones de información, educación y comunicación interpersonal.

INCCA se ha propuesto llegar a centros urbanos de mayor población, donde se concentra el poder local y la toma de decisiones, con una programación diferente, con la renovación de equipos y la ampliación de horas de emisión de 8 a 16.

Esto constituye una condición para el objetivo que nos hemos propuesto de contribuir a construir una cultura democrática como principal sustento del desarrollo local.

Descripción y alcances de las acciones

La Radio Chiwalaki forma parte de un proyecto político de construcción de una nueva sociedad, con justicia social, solidaria y con equidad, basada en la plena realización del ser humano. A este objetivo supremo se orienta el desarrollo y potenciamiento de las capacidades y la identidad indígena quechua, para la gestión del desarrollo local, que INCCA promueve con propuestas políticas, productivas y educativas.

Los alcances de Radio Chiwalaki en términos de territorio se diferencian en tres niveles: un **nivel de trabajo intensivo** que tiene lugar en el Municipio de Vacas en tanto se concentran el conjunto de actividades que INCCA realiza en distintas áreas temáticas (producción, organización, educación, etcétera) y se cubre de una manera más completa y directa el manejo de información y las actividades educativas.



Un **nivel de trabajo semintensivo** que supone el conjunto de los otros nueve municipios en los cuales se tiene influencia a través fundamentalmente de las ondas radiales, y puntualmente por medio de actividades educativas presenciales. Finalmente, un **nivel macro de trabajo** que se refiere a un ámbito que trasciende el Valle Alto hacia el departamento de Cochabamba, el ámbito nacional (especialmente quechua) y de la región Andina (población también quechua de Bolivia, Ecuador y Perú), a través de dos redes de comunicación e información vía satélite.

Actividades

Las principales actividades que se realizan desde la radio y/o en coordinación con el resto del equipo de INCCA y que constituyen sus principales estrategias de trabajo son:

Información radiofónica sobre la realidad del Valle Alto, en especial aquellas dirigidas a efectuar un seguimiento a los actos de los dirigentes sindicales y autoridades públicas y población en su conjunto con relación a los procesos de gestión del desarrollo local.

Educación radiofónica a través de distintos formatos radiales estructurados y semiestructurados que cubren distintas áreas de interés de la audiencia y de complementación con las actividades educativas presenciales que se realizan desde los distintos programas de INCCA. Estas áreas se traducen en cinco ejes temáticos: Gestión municipal y participación, producción y medioambiente, educación y salud, derechos ciudadanos y equidad de género. La difusión de radionovelas y los festivales musicales que se realizan dos veces al año, forman parte también de esta área.

Comunicación interpersonal a través de espacios y programas específicamente diseñados para el efecto. Estos espacios radiales permiten que las familias, las organizaciones, las instituciones y los líderes tengan la oportunidad de comunicarse entre sí de manera directa e inmediata.

Todas estas actividades tienen contenido educativo, de reafirmación de la identidad cultural quechua en todas sus formas y de entretenimiento, de tal forma de hacer amena la comunicación de mensajes educativos.

Resultados / Productos

En un contexto de extrema pobreza, de una histórica exclusión, discriminación y sometimiento de los indígenas quechuas de Vacas y de un proceso de construcción de diferentes propuestas de desarrollo, de carácter político, productivo y educativo, después de 16 años de trabajo de INCCA y de diez años de radiodifusión, los resultados que la Radio Chiwalaki ha contribuido alcanzar se pueden resumir en los siguientes:

- Poder Local en manos de los indígenas quechuas del Municipio de Vacas.
- Mayoría de indígenas quechuas (después de dos victorias en elecciones municipales en 1995 y 1999) con la responsabilidad de conducir el Gobierno Municipal desde 1998 (actualmente cuatro de los cinco concejales son indígenas y tres son mujeres, dos de ellas son ex- radialistas de Radio Chiwalaki).
- Un conjunto de más de 100 líderes indígenas hombres y mujeres que conducen en distintos niveles distintos tipos de organizaciones e instituciones públicas, con una actitud más crítica y con mayores capacidades de gestión de sus organizaciones.
- Organizaciones sociales de hombres, Central Regional Campesina de Chiwalaki (CERCH); de mujeres, Central de Mujeres Campesinas de Vacas (CEMUVA) y productivas, Asociación Campesina de Pequeños Productores (ACPP). Con mayor cohesión, con una influencia importante en las decisiones estratégicas del Municipio de Vacas, con mayor capacidad de interpelación y con mayor orgullo de su identidad quechua. En dos oportunidades (1997 y 1998) demostraron su capacidad de cambiar alcaldes por irregularidades graves de gestión.

- Una población del Valle Alto, especialmente del Municipio de Vacas, con mayores conocimientos sobre sus derechos ciudadanos y mayor información sobre la gestión del desarrollo local, en su propio idioma, que le permite participar más activamente en las actividades de planificación, asignación de los recursos públicos y control social a nivel local, nacional y regional participa de las movilizaciones sociales.

- Un Consejo de Desarrollo Seccional de Vacas (CODESVA), como el órgano de coordinación interinstitucional más importante en el que participan todas las organizaciones sociales, las instituciones públicas y privadas de desarrollo (IPDS/ONG), y de asesoramiento al comité de vigilancia.

- Una radioemisora asumida por la población, especialmente de Vacas como patrimonio regional. Es decir, ya no se pueden definir cambios fácilmente sin consultar a la población y sus líderes, que pretende ser más controlada por la capacidad de influencia que ha alcanzado.

- Ritmos musicales, cuentos, adivinanzas, leyendas, canciones, etcétera, que estaban en proceso de extinción han sido recuperados y se difunden por la radio, pero todavía falta traducirlos en materiales educativos perdurables.

- Un conjunto de seis comunicadores indígenas que hacen radio, comprometidos con sus propias organizaciones sindicales de Vacas y otro grupo de quince reporteros indígenas de otros cuatro municipios.

Dificultades

En el proceso podemos encontrar una serie de dificultades internas y externas, que impiden mayores niveles de eficiencia y efectividad necesarios para cumplir la misión que se ha propuesto. Estas dificultades a la vez tienen una relación recíproca y con el propio contexto nacional y local:

- El analfabetismo y el bajo nivel educativo de la población que se reflejan en los propios radialistas locales (casi ninguno pasa del quinto año de formación escolar, además, escolarizados en un idioma ajeno a su cultura) se constituyen en dificultades que repercuten en los prolongados tiempos que toman los procesos de su formación y los vacíos que no son muy fáciles de llenar.

- Un aspecto que a la vez de ser una fortaleza (por el conocimiento y dominio de la realidad social, económica y cultural y por la identidad que le otorgan a la radio), también se constituye en una dificultad, es que los radialistas indígenas por su condición de tales (y también por su grado de madurez: la edad media es de 21 años), asumen en determinados momentos comportamientos ambiguos. Es decir, dependiendo de los intereses que se afecten por el manejo de la información local, asumen actitudes de identificación con la institución en la cual trabajan, y en otros se identifican con sus círculos más cercanos de orden familiar y social.

- Entre los aspectos externos más importantes tenemos los de orden socioeconómico y político. Los de orden socioeconómico se refieren a la pobreza generalizada de la

zona que determina que no sea considerado como un mercado potencialmente atractivo para la industria y el comercio; por tanto para la publicidad comercial. Esta se constituye en una dificultad para emprender acciones destinadas al autofinanciamiento con servicios propios. En cambio los de tipo político tienen que ver con las presiones que el instrumento político Campesino (su partido político) ejerce a través de las organizaciones campesinas dirigidas a asumir posiciones extremadamente sectarias, contrarias a los valores democráticos que conspiran inclusive contra su propia sostenibilidad política.

Contextualización de la experiencia de Radio Chivalaki

Las características poblacionales, geográficas, socioeconómicas, socioculturales más relevantes que contextualizan el trabajo de la radio son:

El Municipio de Vacas donde se halla situada la radioemisora tiene 15.000 habitantes, de los cuales 90 por ciento se encuentra dispersa en 60 comunidades (indígenas) y el 10 por ciento se encuentra concentrada en dos centros urbanos (los vecinos). Es la segunda sección municipal de la provincia Arani del Departamento de Cochabamba, situada a 3.400 metros sobre el nivel del mar (msnm), tiene un clima predominantemente frío de 12° C promedio.

Su economía está basada principalmente en la producción agrícola y pecuaria, especialmente el cultivo de papa, cebada, trigo y cría de ovinos. Tiene un importante flujo migratorio que complementa los ingresos de las familias campesinas. Su índice de desarrollo humano es de 0,46 por lo que se ubica entre los municipios de Índice muy bajo de Desarrollo Humano.

El analfabetismo en Vacas llega a 46 por ciento, pero en las mujeres es más elevado, llegando al 63 por ciento. La mayor parte de la población del Valle Alto habla únicamente el quechua (el 65 por ciento), en cambio el 35 por ciento es bilingüe.

Vacas es el municipio donde se ha fundado el segundo sindicato agrario del país y la segunda escuela indígena a partir de la cual surge el actual Instituto Normal Superior de maestros.

La Central Regional Campesina Chivalaki (CERCH) es la principal organización sindical campesina del municipio, que se constituye a su vez en el factor de poder local más importante. Se halla articulada a la Federación Departamental y por su intermedio a la Confederación Sindical Única de Trabajadores Campesinos de Bolivia (CSUTCB). Las mujeres campesinas se encuentran organizadas en torno de la Central de Mujeres Campesinas de Vacas (CEMUVA).

Características más relevantes de la Radio

Radio Chivalaki nace en 1990 como un proyecto de INCCA con la misión **primero de intercomunicar a la población, después de formar opinión pública y actualmente tiene la misión de movilizar y sensibilizar a la población** del Valle Alto de Cochabamba para una participación activa en la gestión del desarrollo local y de influir en las políticas

regionales y nacionales. **Los enfoques centrales que cruzan las actividades radiales son la revalorización cultural que tienda a la equidad intercultural y de género, el entretenimiento y la construcción de ciudadanía.**

La participación campesina fue orgánica inicialmente. En la actualidad ésta se expresa a través de: comunicadores locales (8 radialistas y 15 reporteros elegidos y controlados por sus propias organizaciones sindicales indígenas) que forman parte de la radio; el sondeo de audiencia cada tres años que expresa la opinión muestral de la población sobre la programación radial y las evaluaciones anuales con líderes y autoridades.

En el Valle Alto, Radio Chiwalaki es la primera en preferencia con un 43 por ciento (a 33 puntos de la segunda radioemisora que es preferida sólo por el 8 por ciento). La programación es en un 90 por ciento quechua, pero variada para públicos diferentes.

La Radio Chiwalaki se halla articulada a redes de comunicación e información regionales, Red Informativa Municipal del Valle Alto (RIMVA), nacionales e internacionales, ALER, AMARC, WACC. Actualmente, y desde hace más de dos años, Radio Chiwalaki participa de una radio cadena informativa nacional quechua (*el K'uichi*) respaldada por Educación Radiofónica de Bolivia (ERBOL) y de otras (*Jatun Llajta, Misk'i Simi y Qori k'enti*) que involucran a doce radioemisoras y productoras de la Región Andina (Ecuador, Perú y Bolivia).

La concepción de la comunicación radiofónica

En un contexto de creciente control de la mayor parte de los medios de comunicación por parte de grupos económicos y políticos de poder, que trasciende hacia intereses transnacionales, con propósitos muy claros y de control y manipulación de la información, en un contexto donde la mayoría de la población se debate en una pobreza generalizada que cada día se agudiza más con la avasallante globalización, no puede desde ningún punto de vista concebirse a la comunicación como un simple medio de carácter neutral. Sería poco ético y profundizador de las desigualdades sociales.

En este marco, Radio Chiwalaki asume un claro posicionamiento a favor de los pobres, de los sometidos y excluidos. Es decir, se identifica fundamentalmente con los intereses de los indígenas quechuas de Bolivia. Pero además, en este marco asume una posición de defensa de los intereses colectivos por encima de los intereses individuales (como el principio básico de construcción de ciudadanía), el respeto y la diversidad cultural, la defensa de los recursos naturales.

Se asume no sólo como un medio o canal de comunicación, sino como un actor social con pensamiento propio y propuestas de desarrollo local, que busca articular la problemática local con sus condicionamientos de carácter macro.

Aunque el medio radial, en un ámbito geográfico de población dispersa, con pocos caminos y en un ámbito de pronunciado analfabetismo, resulta ser muy efectivo; a su vez reconocemos las limitaciones de la radio por sus características de fugacidad. Por

esta razón, simultáneamente se realizan actividades educativas multimedia de tipo presencial como la estrategia más efectiva de contribución al desarrollo de capacidades de los indígenas para la gestión del desarrollo local.

CENTRO DE PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA (CEPRA)

Bolivia

CEPRA es una Institución Privada de Desarrollo Social (IPDS) que, a partir de su compromiso con las mayorías populares, trabaja en la comunicación radiofónica y audiovisual con sectores rurales y periurbanos de la región quechua del país, así como con sectores aymaras y de la amazonia boliviana; recogiendo sus demandas, iniciativas, ideas, prácticas y preocupaciones. Dichas demandas las devuelve en distintos formatos radiofónicos, en el marco de conocimientos y conciencia mutual.



¿Dónde actúa?

Sus áreas de acción son preferentemente zonas rurales de habla quechua de todo el país y todo el sector periurbano de las ciudades de Cochabamba, además de las regiones quechuas de Chuquisaca, Potosí, Norte de Santa Cruz y Oruro, a través de las radios provinciales y rurales, para incidir en las organizaciones campesinas y otras agrupaciones populares. Estas acciones se coordinan con las Organizaciones No Gubernamentales, instituciones públicas y privadas que trabajan en la promoción y el desarrollo social.

¿Para qué?

Siendo una referencia *educomunicacional* para el desarrollo, CEPRA trabaja para lograr una sociedad equitativa, justa y solidaria, influyendo en la toma de decisiones a propósito de los actores que intervienen en la situación socioeconómica de los sectores marginados.

En este sentido, acompaña, intermedia, desarrolla y promueve propuestas y acciones de cambio, donde los destinatarios son los actores y protagonistas de acciones de desarrollo.

¿Cómo lo hace?

- Dinamizando una Red de Comunicación Quechua para el Desarrollo.
- Produciendo programas en distintos formatos para apoyar toda iniciativa de desarrollo local y nacional en cuatro idiomas principales: quechua, aymará, castellano y guaraní.
- Capacitando recursos humanos en la elaboración de programas, formatos radiofónicos y audiovisuales, procesos de campañas educativas, organizaciones de eventos culturales, sondeos de audiencia, utilización de sonido, elaboración de libretos, informativos, audiodebates, etcétera.
- Coordinando iniciativas integradoras, generando debate y estando en contacto directo con las organizaciones comunales para interpretar la realidad nacional y entender la problemática del país.

Objetivo general

Generar procesos de comunicación horizontal y participativa en los sectores populares, prioritariamente para el mundo quechua urbano, rural y demás pueblos originarios.

Objetivos específicos

- Producir programas preferentemente radiofónicos y audiovisuales, educativos e informativos; los cuales se caracterizan por ser competitivos, participativos y de calidad, para generar debate y hacer respetar la identidad cultural de los sectores involucrados.
- Lograr la difusión eficiente de los programas en medios de comunicación provinciales, ciudadanos y a nivel nacional para influir en la opinión pública regional y nacional.
- Fortalecer los medios de comunicación social mediante acciones de coordinación, asesoría y capacitación, para que ellos sean actores más eficientes en la construcción de una comunicación horizontal.

Políticas

- Influenciar y fortalecer el funcionamiento de la sociedad civil a partir de la perspectiva y de los intereses de las mayorías, organizaciones de barrios, de mujeres, organizaciones de defensa de los derechos de los niños, de los padres de familia, de las organizaciones indígenas, la iglesia, los medios de comunicación y la empresa privada.
- Incidir en la opinión pública y en el poder político para que los sectores populares conquisten espacios de una verdadera democracia, para que sean capaces de asumir roles protagónicos en la sociedad boliviana.
- Impulsar y hacer respetar los derechos humanos, apoyar, promover, difundir y tomar conciencia y reconocimiento de los nuevos derechos, el respeto y la defensa de los valores culturales.

- Valorar la cultura y la identidad, reconociendo los valores de la modernidad y posmodernidad para que permitan la democratización de la información, el conocimiento, el saber y el desarrollo personal y social de las culturas y de la población en su conjunto.

Producción

- Programas radiales, educativos, publicitarios y promocionales: radionovelas, sociodramas, cuñas, jingles, reportajes, radio-revistas, charlas, entrevistas, cuentos cortos, informativos y combinación con medios audiovisuales.

- Prensa escrita y radial: noticias, información, artículos periodísticos, notas especiales, información radial.

- Red de información quechua: intercambio de información diaria (intercomunicación) vía satélite, sistema numeral o digital, correo electrónico y / o internet.

- Agencia de noticias quechua: noticias de la región quechua, notas especiales del sector popular, reportajes, crónicas, editoriales.

- Relacionamiento directo con la base y sus organizaciones: seguimiento del trabajo de los reporteros populares.

- Relacionamiento directo con las radioemisoras: debates presenciales en las radios quechuas, establecer convenios de producción radial, cobertura de eventos campesinos importantes, investigación de temas.

- Centro de información y documentación ligado al correo electrónico.

Capacitación para:

- Productores de programas radiales: noticia e información radial, radionovelas y dramatizaciones, investigación radiofónica, formatos de controversia y debate.

- Reporteros populares: línea informativa, noticias, entrevista, nota periodística, crónica, editorial, comentario, formatos de controversia y debate.

- Cursos y / o talleres en comunicación educativa: producción radial, medios grupales, minimedios y multimedios, radio bocinas.

- Promoción de la participación popular, educación en género y equidad, derechos humanos, ecología, medio ambiente, Ley contra la violencia a la mujer y al niño/a.

Investigación

Elaboración de proyectos, investigación cualitativa, evaluación de la recepción de mensajes, sondeos de audiencia, diagnósticos comunicacionales y socioeconómicos de las comunidades campesinas.

Cobertura geográfica

A través de acciones presenciales se producen videos y cassettes educativos que permiten la reflexión y debate participativos del público meta. Actualmente se viene

consolidando la Red de Canales de Televisión de la Iglesia Católica, afiliados a Educación Radiofónica de Bolivia.

Coordinaciones

CEPRA es integrante de Educación Radiofónica de Bolivia (ERBOL), de la Red Quechua Nacional y de la Red Quechua Satelital.

Historia de la Red Quechua Nacional

En 1984, a iniciativa de la Secretaría Ejecutiva de Educación Radiofónica de Bolivia (ERBOL), se organizó y coordinó el Centro de Comunicación Popular (CCP) para unir a las afiliadas de todo el país con el objetivo de conocer la realidad de las diferentes regiones de Bolivia, principalmente del área rural. Se adquirieron equipos de transmisión para cada una de las radios afiliadas a ERBOL.

Este fue el primer intento de red. Años más tarde, el CCP constituyó delegaciones donde se involucraron varias emisoras entre las que se encuentran las radios quechuas. Sin embargo, el eje centralizador de la red continuó estando en la ciudad de La Paz. Por ser esta ciudad poco representativa para los quechuas, en 1992 se transfirió el Centro de Comunicación Popular Quechua (CCPQ) a la ciudad de Cochabamba y específicamente al Centro de Producción Radiofónica CEPRA.

En el transcurso de los años siguientes se va definiendo cada vez más el **Proyecto Comunicacional Quechua Nacional**.

Para el año 1994 el Centro de Comunicación Popular Quechua (CCPQ) se fortalece porque ingresan más radios del mundo quechua del país, entre afiliadas a ERBOL y afines, que trabajan permanentemente con el Centro de Producción Radiofónica CEPRA. Las transmisiones son horizontales, participan todas las afiliadas y se desarrolla capacitación para su mejor trabajo.

Se organiza la Red Quechua Nacional con las siguientes radios: Centro de Producción Radiofónica CEPRA, Radio Pío XII, Siglo XX de Norte Potosí, Radio Aclo de Sucre, Radio Chilawaki de Vacas (Cochabamba), Radio Esperanza de Aiquile (Cochabamba) y Radio Don Bosco de Cami.

Actualmente, son tres las expresiones de la **Red Quechua Nacional**: el intercambio diario de noticias, a través del Transceptor o Banda Lateral de Alta Frecuencia, conocido como el **CCPQ**; un microboletín informativo diario de 15 minutos de duración, llamado *Tinku* (encuentro) producido por el Centro de Producción Radiofónica CEPRA; un resumen de noticias de 60 minutos de duración, llamado *K'uichi* (arco iris) elaborado con la participación de las radios de la red. Los dos últimos programas son ahora transmitidos vía satélite por todas las radios de la red.

¿En qué consiste?

La Red Quechua Nacional es una Red, por ahora, de once emisoras populares y campesinas quechuas que participan activamente, y otro tanto de radios populares que

participan de manera pasiva solamente transmitiendo las producciones y las noticias del intercambio diario.

¿Qué se propone la red?

La red nació para integrar a los quechuas de Bolivia, para valorar y proyectar la cultura quechua, para aumentar la autoestima de los quechua hablantes y para contribuir a fortalecer los informativos de las radios mineras y campesinas quechuas, que no cuentan con medios adecuados de acceso a fuentes de información ciudadinas.

Por otro lado busca la integración de los sectores quechuas a nivel nacional para que expresen su solidaridad, ejerciendo presión sobre las autoridades gubernamentales para que se les tome en cuenta en las decisiones políticas, sociales y económicas del país.

¿Cómo se relacionan las radios con los indígenas?

Todas las radios del mundo quechua tienen programas totalmente participativos y dirigidos a las organizaciones indígenas, hombres y mujeres. A la vez las radios cuentan con reporteros populares (Corresponsales Populares) que trabajan desde sus regiones y comunidades hacia la radio y desde ésta a la comunidad, logrando de esta manera la participación permanente de los indígenas en los programas de las radios.

La **Red Quechua Nacional** está presente de manera permanente en todas las movilizaciones, congresos ampliados, reuniones de importancia; los mismos son transmitidos directamente para todas las radios quechuas a través de un equipo de transceptor, en diferentes horarios según requerimiento de las emisoras quechuas de la Red Quechua Nacional.

El trabajo conjunto de las radios de la **Red Quechua Nacional** ubicadas en diferentes zonas del mundo quechua, llega a cubrir una **audiencia de más de un millón quinientos mil habitantes quechuas** en Bolivia; que son oyentes del área rural y de los barrios marginales de las principales ciudades de los departamentos de Cochabamba, Chuquisaca, Potosí, Oruro y las colonizaciones quechuas del departamento de La Paz, Santa Cruz, Beni y Pando.

Red Quechua Satelital

Con base en la experiencia del trabajo de la Red Quechua de Bolivia y las otras experiencias similares de Perú y Ecuador y junto a la iniciativa de ALER, se funda la **Red Quechua Satelital** en mayo de 1997, con la participación de las radios quechuas y quichuas del Perú, Ecuador y Bolivia.

Todas estas radios están a su vez articuladas en coordinadoras en sus respectivos países: **Coordinadora de Radios de Ecuador (CORAPE)**, **Coordinadora Nacional de Radios del Perú (CNR)** y **Educación Radiofónica de Bolivia (ERBOL)**.

La red tiene un coordinador en cada país y la sede es rotativa entre los tres países, habiendo iniciado la producción en Radio Latacunga del Ecuador como primera sede

de la red por espacio de seis meses. La segunda sede fue el Centro de Producción Radiofónica CEPRA (enero a agosto de 1998) de Bolivia, la tercera sede fue Radio Sicuani del Perú; posteriormente siendo sede nuevamente Ecuador, esta vez con Radio ERPE y finalmente la sede está en Bolivia, en Radio Aclo de Sucre.

El programa central de la **Red Quechua Satelital Continental** es *Jatun Llajta Misk'i Simi* (Pueblo grande idioma dulce), es una revista en la que se presentan temas de interés común de los pueblos quechuas. A continuación se presentan los radios quechuas de Bolivia que integran la RQS.

Radios Quechuas de Bolivia en la Red Satelital Continental

Radio	Ubicación	Departamento	Señal Satelital	ERBOL ALER
Aclo Sucre	Sucre	Chuquisaca	Si	ALER
Aclo Potosí	Potosí	Potosí	No	
Pío XII	Siglo XX / Llallagua	Potosí	Si	ERBOL
Animas	Consejo Central Sud	Potosí	No	
Ichilo	Yapacaní	Santa Cruz	Si	ERBOL
San Julián	San Julián	Santa Cruz	No	
Horizontes	Huanuni	Oruro	Si	ERBOL
Chiwalaki	Misuk'ami / Vacas	Cochabamba	Si	ALER
Wiñay Kallpachaj	Tarata / Esteban Arce	Cochabamba	No	
Esperanza	Aiquile / Campero	Cochabamba	Si	ERBOL – ALER
Capinota	Capinota	Cochabamba	No	
Don Bosco	Kami / Ayopaya	Cochabamba	Si	ERBOL
Domingo Sabio	Independencia	Cochabamba	Si	ERBOL
Kancha Parlaspa	Cochabamba	Cochabamba	Si	ERBOL
San Lorenzo	Colcapirhua	Cochabamba	No	
Soberanía	Chipiriri	Cochabamba	Si	ERBOL
San Isidro	Colomi	Cochabamba	No	
La Voz del Trópico	Villa Tunari	Cochabamba	Si	ERBOL
La Voz del Campesino	Sipe Sipe	Cochabamba	No	
CEPRA	Cochabamba	Cochabamba	Si	ALER

Nota: algunas radios producen y difunden los programas, otras solamente transmiten los programas de la red RQS. La mayoría forma parte a su vez de la Red Quechua Nacional.

Hay también un programa informativo diario llamado *Qorik'entij puriyinin* (Picaflor), con una duración de cinco minutos y que contiene noticias importantes de la región.

El funcionamiento técnico consiste en que cada emisora envía sus aportes a la sede a través del teléfono, de cassettes, por correo electrónico o tradicional. En la sede se construye el programa y se envía por internet a la estación matriz de América Latina en Red (ALRED) en Quito. De allí se sube al satélite PANAM III e instantáneamente llega a la región andina de América Latina.

El proceso ha estado acompañado de profesionales y expertos del mundo quechua radiofónico pertenecientes a la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER) que encararon también los desafíos de la educación intercultural y bilingüe respecto del mundo quechua.

OBORÉ⁽¹⁾

Proyectos especiales en Comunicaciones y Artes

Una empresa al servicio de la Ciudadanía. San Pablo, Brasil

Iniciada en 1978 por un grupo de periodistas y artistas de la Universidad de San Pablo, Oboré nace con vocación de trabajar con la comunicación popular. En los primeros 15 años se concentró en la prensa sindical haciendo diarios, boletines, revistas, campañas y consultorías de planificación de la comunicación para sindicatos de trabajadores urbanos

A partir de 1994 pasa a desarrollar proyectos de comunicación también para trabajadores rurales, sobretudo en radio.

Constituye un núcleo de creación, producción y distribución de programas especiales para radios ciudadanas, inventariando el universo de las pequeñas y medianas emisoras del interior de Brasil y rescatando el importante papel que esas redes de radios desempeñan en temas como educación, salud, medio ambiente, agricultura, desarrollo local, trabajo infantil, ciudadanía y música.

Red de Radios del Sistema CONTAG de Comunicación

Oboré produce el programa de radio **La Voz de la CONTAG**, Confederación Nacional de Trabajadores de la Agricultura, que representa a cerca de 3.600 sindicatos rurales, alrededor de 25 millones de trabajadores y trabajadoras de todo Brasil, incluyendo asalariados, agricultores familiares, trabajadores sin tierra, medianeros y trabajadores temporarios. Este programa de radio forma parte del sistema de comunicación de la CONTAG que se expresa a través de una red de radios e incluye un departamento de prensa de las Federaciones.

(1) *Boré*: instrumento *Tupí* de comunicación para llamar la tribu dispersa a luchar en legítima defensa.

Iniciada en 1993, ésta Red está formada actualmente por 192 programas de radio mantenidos por los sindicatos, en 93 radios de la Red Católica de Radio (RCR) que transmiten semanalmente el programa La Voz de la CONTAG (el programa se distribuye en cintas).

Los contenidos son muy diversos. *Noticiero* de 7 minutos que trata de política agraria, cuestiones salariales, sindicalismo, salud, trabajo infantil, entre otros. *Canasta Básica de Entrevistas*, una en cada edición a presidentes de las Federaciones de trabajadores rurales. *Carta Hablada*, charlas de unos 15 minutos sobre temas que requieren mayor detalle, impartidas por técnicos, líderes sindicales, políticos. *Desfile Musical*, selección de música brasilera sobretodo músicos y sellos independientes que no están en los grandes medios, los propios músicos presentan sus programas, en particular para los trabajadores rurales.

Nido de spots/Jingles, aborda temas sociales como campañas de amamantamiento, prevención del SIDA, trabajo infantil y esclavo, salud, seguridad, agrotóxicos, etcétera.

El programa ganó el premio V. Herzog de Amnistía y Derechos Humanos (categoría propaganda de radio, 1997) por una serie de 30 piezas radiofónicas para la campaña Comunicación en Legítima Defensa de la Vida. El trabajo realizado por Oboré y Estudios API, es parte de un proyecto educacional de seguridad y salud, dirigido a disminuir los accidentes mortales en el campo, mejorar las condiciones de vida y el medio ambiente.



Producción de programas de radio especiales

Para diversos públicos, entre otros sobre salud, para abastecer emisoras comerciales y comunitarias a nivel nacional y a la red de comunicadores de salud. *Carta Hablada*, reservada a radiocomunicadores; *Universidad de la Tierra*, programas y proyectos tecnológicos para el hombre de campo; *Ciudadano-Ciudadanito*, educación para la ciudadanía destinado a los jóvenes; *Almuerzo por 1 Real*, sobre nutrición, culinaria y economía doméstica; *Oreja*, reseña de obras literarias; *La Justicia no protege a los que se duermen*, sobre derechos ciudadanos; etcétera.

Oboré trabaja también en el montaje de **Agencias de Noticias Radiofónicas**, en el desarrollo de proyectos y productos de educación a distancia así como en la planificación

y gestión de bancos de datos y redes de comunicación. La importancia de esas redes temáticas fueron reconocidas con el premio Ayrton Senna de Periodismo 1999, categoría vehículo radio destaque nacional, en el área de educación y ciudadanía.

Fundadora de la memoria de la prensa sindical brasilera, ha sido artífice de la **Hemeroteca Sindical Brasileira** que reúne actualmente cerca de 12 mil publicaciones del movimiento sindical y continúa siendo abastecida con las producciones periódicas de los trabajadores.

La vocación de Escuela de Oboré se materializa en cursos de calificación, como el proyecto **Reportero del Futuro** para estudiantes de periodismo. Los alumnos eligen a inicio del año, cuales son las personas públicas destacadas que quisieran escuchar y entrevistar. Así, destacados profesionales, políticos, empresarios, dirigentes sindicales, de diversas áreas, exponen en encuentros directos con los alumnos sus opiniones sobre diversos temas con énfasis en el periodismo. Se editan cuadernos que recogen las exposiciones realizadas.

Capacitación de Comunicadores

Se desarrollan cursos de información sobre Salud Pública para radiocomunicadores, en convenios con la Facultad de Salud Pública de la Universidad de San Pablo y con el Centro de Educación Permanente (CEP). Los mismos cuentan con el patrocinio del Ministerio de Salud Pública.

Centro de Prensa / Redacción-Escuela

Este local cuenta con 12 lugares de trabajo equipado cada uno con teléfono, fax, computadora, *scanner*, acceso a internet, central de mensajes y tarificación por ramal. También un área de conferencias y entrevistas colectivas con recursos audiovisuales y de teleconferencia vía internet; un centro de documentación, biblioteca, estudios de radio, cabina de sonido y fonoteca.

Oboré es oficina y animador de la red UNIRR/AMARC, Unión de Redes de Radiodifusión por la Democracia/Asociación Mundial de Radios Comunitarias y Ciudadanas.

RADIO ASUNCIÓN

Canela, Choapa, Chile.

La Comuna de Canela es uno de los sectores más pobres de Chile, con un índice de analfabetismo, pobreza e indigencia que supera en tres veces el promedio nacional, así como una alta tasa de cesantía y de desnutrición. Está ubicada en la Provincia del Choapa, en la Región de Coquimbo, con una población de 10.140 habitantes, de los cuales 8.778 es población rural y una superficie de 2.196 Km² (Censo de 1992).

Como respuesta a esta realidad surge en el año 1998 esta radio con sus tres E: Educar, Entretener y Evangelizar.

Es escuchada también en otros sectores de otras comunas: Los Vilos, Illapel, Combarbalá y en zona precordillerana, cuando los pastores llevan su ganado a pastar en la temporada del verano. Debido a la gran dispersión de sus gentes "entre cerros y quebradas", **este medio de comunicación ha creado lazos de comunicación y participación**, con programas de todo tipo de destinatarios; tanto para niños, niñas, jóvenes, adultos, familias, cubriendo diversas áreas temáticas: religión, educación popular, cultura local, deportes, política, dirigentes sociales, programas de "sacudir" la conciencia ciudadana como: *Tocando tu puerta, Casos y cosas, Entrevista de actualidad, Salud a su servicio, El dedo en la llaga.*



Se difunden también informaciones municipales y de otras reparticiones del Estado.

Por la gran utilidad de la radio y la carencia de recursos económicos trabajan más personas voluntarias que contratadas.

Cuenta con algunos corresponsales rurales, ya sea vía cartas o teléfonos, y existe un buzón de correspondencia. Se emite todo tipo de música.

A pesar del corto período de existencia, la comunicación y participación ciudadana facilitada por el medio ha logrado resultados destacables. Escuchamos expresiones como: *"lo más lindo que nos pudo suceder es tener una radio", "nos sentimos una familia al saber lo que sucede al otro lado de los cerros", "ya no nos sentimos tan solos", "aprendemos mucho",* etcétera.

Informaciones y convocatorias a través de la radio local ⁽¹⁾

Por medio de este fax, comparto y le INVITO.

Para los días 9 al 11 de Julio en nuestro Centro Parroquial en Canela Baja (IV Región) tendremos un curso para todos los Medios de Comunicación Social, tanto radial y escrita de las Provincias del Choapa y Limarí y otros agentes Sociales y Pastorales. Curso entregado por el Departamento de Comunicaciones del Arzobispado de La Serena y Doña Fernanda Hesse; fonoaudióloga de Santiago.

(1) Se transcriben en el formato original utilizado por la radio.

Es nuestro deseo que Ud. Pueda estar con nosotros, al menos el día Domingo 11 por la mañana que será la clausura. La próxima semana estaremos en condiciones de hacerle llegar la invitación completa y oficial. Espero que pueda venir y desde ya anotar en su agenda.

Sr.(a) Profesor(a).....

Sr.(a) Responsable del Teléfono Público

Queridos hermanos y amigos.

Estoy muy contento y agradecido de haber vivido la experiencia de Peregrino en Roma y Tierra Santa, realmente han sido días de dios y de comunión con la iglesia universal. ¡ gracias señor!

En estas líneas deseo hacerles una invitación y desafío.

Nuestra Radio Asunción, de la cual estamos felices que Uds. la sientan ya parte de su vida diaria, realmente es una bendición para todos, por ello le agradecemos y felicitamos por su sintonía y cariño. Pero... falta que todos seamos mas protagonistas y emisores y no solo receptores y muchas veces pasivos. Me explico...

No sólo las instancias superiores generan noticias, informaciones, avisos, novedades, también todos y cada uno de Uds. tienen mucho que compartir, informar, aportar a la comunidad. no debemos acostumbrarnos solo a recibir avisos, informaciones, comunicados, música que por cierto es bueno y necesario, pero podemos muchas veces caer en un tipo de “dictadura” y autosuficiencia para los de “arriba” quienes sólo dan y el resto, que es la mayoría, recibe, “tragamos lo que nos dicen” y nos quedamos muy tranquilos. Para crecer y hacer crecer todos somos necesarios e importantes en la construcción de nuestra sociedad.

Vuestra vida personal, familiar, local, vecinal, las dos primeras en lo que corresponda, es un material precioso para la comunidad toda. No debemos dejarnos “bombardear” desde las cúpulas. La persona, por gracia y después de Dios, es el centro del mundo y no las estructuras, por cierto, incluyendo a la Iglesia. La sociedad Civil y Religiosa depende y se debe a cada persona. Dejemos de ser “flojos” y pasivos y seamos trabajadores y activos, en este mundo de las comunicaciones. Nuestra Radio “Asunción” la formamos todos y queremos que también nos sirva en la reflexión que les hice anteriormente.

Cuál es la invitación y desafío que les coloco para iniciar esta propuesta?

Que apoyados por la Escuela nos hagan llegar sus noticias, vía teléfono, también los días Martes hacernos llegar por escrito. Una vez por semana,

les haremos llegar una propuesta de calendario, que día y hora nos contactaremos con cada comunidad. Sobre que podrían ser las noticias:

Vida social: Juntas de Vecinos, Centros de Madres, Comunidades agrícolas, clubes deportivos, etc. vecinos beneméritos...

Vida Educativa: Centros de Alumnos y de Padres, Microcentros....

Vida Religiosa: Novenas y Fiestas, Bautismos, Comuniones, Confirmaciones, Matrimonios, Funerales.....

Acciones Solidarias, Campañas de Caridad. Visita de Autoridades....

Tradiciones, Poetas, Artesanos, Historia etc.

Algunas indicaciones prácticas:

1. Nombre del o los que serán estos Comunicadores Sociales.
2. Que toda la Comunidad sepa quien es su Comunicador.
3. Cuando dé el nombre de alguna persona, lo de completo.

Nuestro deseo es que ninguna comunidad, cuando le corresponda su día quede en blanco. Todos somos parte importante y artífices de la Comunidad mas amplia. Nos alegramos de saber de otros hermanos y hermanas, nos sentimos más unidos.

Desde mediados de Agosto queremos iniciar este plan. Nos daremos un lindo regalo en este Año Jubilar.

REFLEXIÓN

Nuestra radio desea crear espacio para el encuentro con las personas, valorar la libertad de expresión, fomentar los valores humanos y espirituales, buscar integración

DESEOS

Llegar a niños, jóvenes, adultos, ancianos, enfermos, a la familia, con noticias, música, foros, mensajes, avisos, anuncios, concursos, formación integral, alegría, ánimo, verdad, vida espiritual. Una radio bien interactiva.

INVITACIÓN

Teniendo en cuenta la reflexión anterior; invitamos a todos valerse de la RADIO para entregar todo lo bueno y noble. Invitamos a instituciones, casas comerciales, organizaciones, etc. para auspiciar espacios. La RADIO es de todos y para todos, que nos sintamos coresponsables de la manutención y funcionamiento. Invitamos hacer llegar a la oficina de la RADIO sus sugerencias, ideas, críticas constructivas, aportes económicos etc.

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

1. Consejo Consultivo – Asesor.
2. Controles y locutores.
3. Secretaria.
4. Voluntarios – comprometidos.
5. Corresponsales de las Comunidades Rurales e instituciones y áreas pastorales.

CRITERIOS PARA TIEMPO DE CAMPAÑAS POLÍTICAS

- Decir siempre la verdad, que lo que se dice se ajuste a la realidad.
- Manteniendo los principios de la RADIO, nunca ofender, descalificar a nadie.
- Favorecer las nobles ideas, proyectos, planes, programas.
- Toda cancelación es al contado, al momento de firmar el convenio, al día siguiente se emite el espacio – propaganda por la radio.

ESCUELAS RADIOFÓNICAS POPULARES DEL ECUADOR (ERPE)

Riobamba, Ecuador

Historia

Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador (ERPE), fue fundada por Monseñor Leonidas Proaño en aquel entonces Obispo de Riobamba. El primer mensaje radiofónico se emitió el 19 de marzo de 1962. Desde allí su trabajo educativo ha pasado por varias etapas a lo largo de casi 36 años de funcionamiento.



Se inició con la alfabetización por radio (1962-1975) donde el objetivo central era llevar el alfabeto a indígenas y campesinos que en un 80 por ciento eran analfabetos.

Junto a la tarea de alfabetización se desarrolló la "concientización" con el fin de "dignificar" al indígena y al campesino.

La segunda etapa se programa como consecuencia de la actividad anterior. El Sistema de Teleducación (STED), 1976-1986, se proyectó como respuesta a las grandes

necesidades educativas planteadas por los auxiliares y alumnos alfabetizados. Los estudiantes de STED estudiaron en folletos las áreas académicas básicas: idioma nacional, matemáticas, ciencias sociales y ciencias naturales. Los estudios eran acompañados por los supervisores, las clases radiofónicas y la capacitación técnica en el área laboral que es el principal soporte de este trabajo de **educación formal por radio**.

La educación y comunicación popular masiva

Desde 1987 en adelante, la tercera etapa de trabajo se fundamenta en la utilización de la radio como medio masivo; en la participación activa de los grupos sociales: indígenas, campesinos mestizos y pobladores de los barrios urbanos marginales. Se intentó pasar del marginado receptor de mensajes a sujeto creador de mensajes para llegar a la fórmula del método de Paulo Freire: "el pueblo educa al pueblo".

ERPE se convierte en un medio de intercomunicación/interrelación entre personas, grupos, comunidades y organizaciones, que facilita un proceso de educación informal entre estas entidades. Un proceso que apunta al cambio social.

Para el desarrollo del trabajo comunicativo, ERPE cuenta con tres emisoras: AM, FM y Onda Corta.

ERPE y sus tres caminos

Comunicación alternativa. En Riobamba, desde una casa de arquitectura colonial, en las calles Juan de Velasco y Guayaquil, se emiten las señales que cruzan valles, montañas y ríos y llegan a cientos de miles de hogares indígenas, mestizos, campesinos y ciudadanos. Son los mensajes informativos y musicales que tiene la programación de Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador en sus tres frecuencias: AM, FM y Onda Corta.

El agitar y el corretear al interior de esta antigua casa, en las cabinas de producción, grabación y locución se debe a la característica del personal para innovar y crear programas con contenidos diferentes. Producciones que en definitiva persiguen el cambio radical del estatus de vida de la mayoría de la población marginada.

En los receptores tanto del campo como de la ciudad, en 91.7 FM y 710 AM trabajamos durante 35 horas diarias de programación. La segmentación de la programación obedece a la necesidad de que diferentes grupos tengan espacios específicos: los indígenas, la mujer, los niños, los jóvenes, los barrios, los artistas, los artesanos, en los que puedan exponer sus inquietudes y anhelos desde su propia realidad.

Estos casi 36 años de vida se pierden en la inmensidad del camino que nos falta por recorrer para llegar a los ideales de justicia, solidaridad humana y democratización.

Otros servicios de ERPE

La atención a la salud y un programa de agroecología son las otras dos áreas de trabajo de ERPE.

Misión

Desarrollar actividades educativas, dinámicas, innovadoras y participativas en los campos de la comunicación radiofónica, agricultura orgánica, salud y otros, que aporten a la construcción de una sociedad justa, solidaria y democrática.

Objetivos generales

- Promover acciones que fortalezcan la organización, la participación y la interrelación entre los sectores excluidos del campo y de la ciudad.
- Promover procesos de capacitación permanente, según necesidades, áreas y niveles.
- Desarrollar proyectos productivos demostrativos, que a la vez generen recursos para el financiamiento y robustecimiento institucional.
- Mantener viva la filosofía de su fundador Monseñor Leonidas Proaño en todas las actividades que emprende la institución.

Producción

Inicialmente la producción de las granjas estaba destinada a hacer crecer el nivel de autofinanciamiento de ERPE. Luego de la aplicación del sistema de bioproducción se ha complejizado el manejo de las mismas. El futuro nos presenta una diversificación en la producción y la fijación de distintas finalidades para la producción.

Para los próximos tres años tenemos previsto una ampliación del área destinada a la producción. Pasamos de la utilización de 2 hectáreas a 3.5 hectáreas para la producción de hortalizas orgánicas.

La producción de truchas: actualmente tenemos una capacidad de producción de 10.000 ejemplares. Para los próximos tres años está previsto ampliar la producción, mejorando la infraestructura para tener una capacidad de producción de 40.000 ejemplares.

Igualmente, la crianza de cuyes pasará de 300 a 800 ejemplares en los próximos tres años (esta producción todavía debe sujetarse a los estudios periódicos de rentabilidad). La crianza de vacunos y ovinos está en una fase de experimentación para los próximos años.

Comercialización

Para evitar la fase de intermediación, hemos establecido una fase de comercialización propia. Para el futuro la comercialización debe atender:

- El montaje de una tienda propia de ERPE.
- Un sistema de fijación de precios que tenga estrecha relación con los costos de producción.
- Una oferta diversificada de nuestra propia producción para ofrecerla al mercado.

- La búsqueda de integrar a campesinos e indígenas que desarrollen una producción agrícola orgánica, para que esos productos estén en nuestra tienda.
- Pasar de las ventas semanales a un período de dos veces por semana, hasta llegar en dos años a ventas diarias de productos.

Capacitación

Aunque al inicio de la producción agrícola la idea era estrictamente la búsqueda de ingresos para alimentar el presupuesto de la radio, de a poco, con la experimentación de la producción orgánica nos vemos en la necesidad de emprender procesos de difusión y capacitación sobre la experiencia. Por eso, nos proponemos desarrollar actividades de capacitación en tres opciones:

- Pasantías de grupos de 5 campesinos por dos meses en la granja de ERPE. Recibirán capacitación práctica y teórica de agricultura orgánica.
- Tres cursos por año para representantes campesinos.
- Series radiofónicas de programas de agricultura y programas diarios con temas coyunturales del campo.

Para el asesoramiento productivo y de capacitación, así como para registrar los productos, la granja de ERPE está afiliada a la Asociación Ecuatoriana de Agroecología y a la Asociación de Productores Biológicos.

Servicio médico

Actualmente se da atención en consulta, hospitalización y medicinas, así como el consultorio odontológico que se encuentra funcionando desde hace un año. También se está trabajando en la ampliación del servicio médico de ERPE. Para mediados del próximo año está prevista la instalación de una oferta amplia de servicios curativos. Pero también se desarrollarán actividades de salud preventiva:

- Un consultorio de medicina homeopática.
- Un consultorio de medicina natural.
- La ampliación del actual consultorio de medicina química.
- Trabajo de medicina preventiva con los familiares de los enfermos que visitan ERPE.
- Producción de programas radiofónicos de medicina preventiva y natural, con base en los resultados del diagnóstico de salud realizado en la provincia.

Coordinadora de Radios Populares y Educativas del Ecuador (CORAPE)

Información general

La Coordinadora de Radios Populares y Educativas del Ecuador (CORAPE), tiene su sede en Quito, capital del Ecuador. Oficialmente se constituye en octubre de 1988 y

tiene el reconocimiento legal del Ministerio de Educación y Cultura desde el 4 de enero de 1990, con el acuerdo Ministerial N° 1596 expedido el 20 de abril de 1992.

Desde ese entonces viene trabajando en el fortalecimiento de las radios educativas, populares y comunitarias de nuestro país, pues es la única organización que agrupa a emisoras y centros de producción directamente vinculados a procesos de desarrollo social a nivel nacional. Con esto busca conseguir la participación ciudadana en el proceso de reconocimiento, validación, identificación con la cultura de sus pueblos, dar espacios a los que antes no lo tenían para que de esta forma se escuche la voz de todos y conseguir así, la democratización de la comunicación como eje central de sus actividades.

Además, ofertamos de manera teórico-práctica seminarios, talleres y asesorías, en variados temas como producción radiofónica, electrónica básica, gestión local, entre otros, que ayudan al crecimiento profesional de quienes trabajan en las emisoras afiliadas y distribuidas en cuatro redes regionales: Red Amazónica, Red Quichua, Red Binacional y la Red del Sur, las mismas que alimentan con información oportuna a la gran Red Nacional de CORAPE.

CORAPE y sus afiliadas son muchas veces la única fuente de comunicación e información con la que cuentan las provincias y comunidades que se encuentran un tanto alejadas, geográficamente hablando, de la urbe; por tal motivo, no se constituyen solamente como canales de denuncia, sino también de difusión de formas alternativas de resolver problemas y situaciones desde la cotidianidad de las personas.

Estamos convencidos de que generar comunicación es una tarea de mucha responsabilidad y que debe ser manejada desde el contexto de las comunidades y actores sociales que la originan, pues de no ser así pierden autenticidad y valor. Es importante resaltar que en nuestras emisiones utilizamos tanto el español como el Kichwa (quechua), pues es el segundo idioma más hablado en nuestro país, así cubrimos con las expectativas del 26 por ciento de nuestra población.

El trabajo diario de la Coordinadora de Radios Populares y Educativas del Ecuador está dirigido a grupos específicos de la población como: mujeres, niños, niñas, adolescentes, jóvenes, indígenas, campesinos, artesanos, sindicatos, barrios, cooperativas, asociaciones, por lo que los programas que emite se refieren a: género, equidad, cultura, identidad, salud, ecología, derechos humanos, es decir, aspectos que cubren las expectativas de las comunidades, ayudando a identificar y en algunos casos a resolver conflictos socio ambientales.

La cobertura de CORAPE llega a un 40 por ciento de la población ecuatoriana y al 60 por ciento de la población rural, que diariamente sigue los aportes que les ofrecemos. Además, es miembro de la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER).

Trabajo en red

CORAPE cuenta con cuatro redes informativas a nivel nacional:

- Red amazónica

Esta Red profundiza temas como: ecología, trabajo comunitario, recursos ambientales, medicina alternativa y natural, derechos humanos sobre todo en lo que se refiere a pluriculturalidad y multiétnia. Actualmente cuenta con el apoyo de cinco emisoras afiliadas y produce una radio-revista semanal.

La Red Informativa busca incidir en la opinión pública, escuchando y haciendo escuchar a todas las voces. Contribuye al desarrollo comunitario y ciudadano

- Red kichwa

Trata temas en su idioma (kichwa) sobre identidad, organización social de base, agricultura orgánica, salud (nutrición); es importante destacar que están trabajando con un idioma unificado, es decir, el kichwa de la sierra y de la Amazonía, para crear una verdadera comprensión y socialización de contenidos, pensamientos e ideales. Esta red está formada por ocho radios afiliadas y trabajan en un noticiero diario y una radio-revista semanal.

- Red binacional

Esta red nace con el deseo de contribuir al tema de la paz entre Ecuador y Perú luego de los últimos acuerdos territoriales y la integración de dos pueblos hermanos. Está formada por cuatro radios incluidas dos del Perú.

- Red del sur

Es un esfuerzo que nace para integrar el sur del país y está en proceso de formación.

La gran red CORAPE

Está conformada por todas las afiliadas y unifica esfuerzos al momento de producir el noticiero con información local, regional y nacional. Actualmente contamos con tres noticieros diarios, emitidos desde la Secretaría Ejecutiva de CORAPE, los mismos que son difundidos a nivel nacional y latinoamericano a través del satélite a ALER.

Nuestro compromiso

Es, ha sido y será emitir programas dinámicos, educativos, culturales, de género, equidad, agricultura, niños, niñas, adolescentes y apoyar cualquier iniciativa de organizaciones gubernamentales y no gubernamentales que vayan a favor de la democratización de la comunicación y la participación ciudadana.

Nuestro servicio a la comunidad

Área de investigación:

- Sondeos de audiencias.
- Estudios de mercado.

- Comunicación estratégica interna y externa para Organizaciones Gubernamentales y No Gubernamentales.
- Asesoría y dirección de talleres sobre diseño, elaboración, ejecución, seguimiento y evaluación de proyectos.
- Estudio y aplicación de pautajes en radio, televisión y prensa.

Área de información y producción:

- Pre producción, producción y posproducción de tres noticieros diarios, emitidos a nivel nacional y latinoamericano, *Ecuador en contacto* (6:30 am, 12:15 pm y 18:00 pm).
- Producción de cuñas y reportajes radiofónicos.
- Asesora y dirige talleres de: locución, manejo de equipos digitales, géneros periodísticos.

Área técnica:

- Diseño y construcción de transmisores FM de 10w a 1000w, enlaces VHF-UHF, generadores estéreo, compresor/limitador, *phone patch*.
- Instalación, mantenimiento y reparación de equipos, partes y repuestos de radioemisoras y de computación.
- Programas para digitalización de emisoras.
- Dictado de cursos de electrónica básica, electricidad básica y computación básica.
- Trabajos a nivel nacional y en el lugar de las instalaciones.

Área de marketing:

Asesoría y capacitación en temas relacionados al mercadeo en áreas sociales.

PROYECTO DE DESARROLLO JUVENIL / ESPACIO DE COMUNICACIÓN

Asociación Cristiana de Jóvenes. Santo Domingo, Ecuador

La Asociación Cristiana de Jóvenes (ACJ) del Ecuador tiene como misión: “Impulsar procesos de desarrollo humano desde lo local, con base en los principios cristianos, con énfasis en jóvenes, mediante el fortalecimiento del movimiento ACJ”.

La ACJ filial Santo Domingo está compuesta por cuatro áreas de trabajo que son: Ciudadanía Activa, Desarrollo Comunitario, Desarrollo Juvenil y Desarrollo Institucional y del Movimiento.

El área de Desarrollo Juvenil contempla la promoción y formación de voluntariado y la facilitación de procesos juveniles vecinales o urbanos. Para ello se impulsa la formación de espacios de encuentro y acción juveniles, siendo su propósito contribuir a una mayor participación, capacidad propositiva y liderazgo de los y las jóvenes en la gestión local.

Uno de estos espacios es el de Comunicación, entendido como un conjunto de condiciones tanto físicas como anímicas que permiten al joven desarrollar actividades dentro del campo de la comunicación.

En 1998 nació la idea de conformar un equipo de comunicación juvenil enfocado en la capacitación y producción de programas de radio, con el fin de contribuir a democratizar la comunicación y posibilitar la



interlocución de los y las jóvenes de la ciudad de Santo Domingo. Ahí nació el equipo de comunicación *Contacto* conformado por cinco jóvenes, los que produjeron una radio-revista informativa semanal con una duración de quince minutos que salió al aire como parte de un noticiero local.

Después de dos años de ese trabajo, tras la salida de varios de sus integrantes por movilidad de los mismos, se realizó una evaluación en la que se determinó cerrar momentáneamente el programa de radio y empezar un nuevo proceso de captación de jóvenes para seguir manteniendo el espacio y por ende el objetivo de fomentar la expresión de los jóvenes de la ciudad.

A inicios del año 2000 y luego de un proceso de capacitación con el nuevo elemento humano se logró integrar nuevamente un equipo de comunicación enfocado a la actividad radial. Aquí se inició el programa radial *Identidad juvenil* con una duración de una hora en sus inicios y posteriormente tres horas semanales en una radio de la localidad.

El objetivo de este programa fue educar y concientizar a los y las jóvenes santodomingueños sobre la situación actual, además de ofrecer un espacio para la discusión, análisis y participación del joven en temas de su interés. En este programa se difundieron temas de interés para los y las jóvenes, contribuyendo así a una mayor participación, capacidad propositiva y liderazgo en la gestión de la localidad.

Después de esta etapa el Grupo Contacto cerró su programa radial, básicamente por cambios en la propiedad de la emisora, momento en el que se vio la necesidad de

darle un cambio en la concepción del espacio de comunicación, en el sentido de que éste no podía limitarse a la actividad radial.

Hay que entender que la comunicación es un elemento que está presente durante toda nuestra vida y que las formas de hacerla son muy diversas. Por eso planteamos un esquema flexible y amplio que se acople a la estructura de los otros espacios de ACJ.

Dentro del espacio de comunicación se ofrecen, entre otras, actividades como:

Videos foros: aquí se realizan jornadas de cine con películas de interés para jóvenes donde se arman foros de análisis y debate sobre los contenidos de las cintas y los mensajes que éstas emiten. Su objetivo es que los jóvenes y la ciudadanía tengan momentos de análisis y discusión frente a la problemática social. Los jóvenes deben aprender que la participación es muy importante y por ellos es necesario realizar actividades apuntadas a la promoción e inducción de los mismos.

Difusión de temas de interés juvenil e inducción: esta es una iniciativa de comunicación que pretende difundir, a través de carteleras, periódicos murales e impresos, temas de interés o actualidad para los jóvenes, a su vez exponer en los espacios de difusión que tiene la ciudad (parque ecológico San Francisco, parque Zaracay, colegios, programas, fiestas, encuentros, etcétera).

Video: se propone crear un espacio de televisión alternativo, donde los jóvenes produzcan semanal, quincenal o mensualmente microprogramas de televisión con temas de interés y de actualidad. Al momento se han elaborado videos de concientización ciudadana sobre el tema ecología y se han elaborado videos de promoción de eventos de los otros espacios. Estos videos se han ubicado en un canal de televisión local.

Rincón de comunicación: aquí se pretende tener un espacio de información y motivación, es decir, implementar un espacio físico con material didáctico y de lectura para los jóvenes con revistas, videos, juegos, sobre temas interesantes.

La nueva forma de hacer radio alternativa

Objetivo

Desarrollar actividades encaminadas a mantener un espacio de interlocución y expresión juvenil, así como despertar la creatividad y el nivel crítico del joven a través de un trabajo con técnicas radiales flexibles.

El trabajo en radio se basa en un aprendizaje práctico y flexible que supere lo grupal, por lo que se propone diseñar una estructura de aprendizaje basado en tres niveles o momentos:

Primer nivel

La realización de actividades amplias donde puedan participar jóvenes que posean o no conocimiento en radio, además deben tener poder de convocatoria y promoción para integrar a otros jóvenes al espacio.

Para lograr esto la estrategia debe fundamentarse en ofertar actividades flexibles que permita inducir jóvenes a las prácticas radiales. Aquí se han realizado actividades en los colegios (concurso intercolegial de cuñas y radioteatros), programas de radio internos, revistas parlantes en las comunidades urbano marginales como parte de una estrategia de comunicación para el desarrollo, que se ejecuta en los barrios en donde la ACJ ejecuta sus proyectos y la realización de productos radiales (cuñas, programas, radioteatros, etcétera), para promover los otros espacios y acciones de la ACJ filial Santo Domingo.

Segundo nivel

En esta fase se propone un ejercicio de aprendizaje de la vida radial, basado en la creación de productos radiales (programas, microprogramas, segmentos, cuñas, radioteatros, entre otros). Se utiliza como herramienta principal un ambiente ficticio de radio (radio pirata), en donde se difunden esos programas en el transcurso de la semana a nivel interno de la ACJ, para institucionalizar esta programación que tiene determinadas características como la realización de entrevistas a miembros de la ACJ, promoción de actividades del Movimiento y otros segmentos de diversa índole e interés para el público acejotino.

Hasta el momento se han producido una variedad de radioteatros sobre temas de ecología, medioambiente, no violencia, maltrato infantil, etcétera.

Tercer nivel

En este nivel se difunden los productos radiales en espacios de algunas radios de la ciudad de Santo Domingo.

Este espacio ha tenido sus altos y bajos, sus momentos buenos y otros no tan buenos. En todo caso hay unos diez jóvenes voluntarios de ACJ vinculados directamente con estas actividades y otros cuantos jóvenes más que colaboran con el espacio. Consideramos que el impacto que ha tenido esta propuesta en la ciudad es interesante y que ha contribuido al propósito de formar jóvenes líderes.

CENTRO DE REPORTE INFORMATIVOS SOBRE GUATEMALA (CERIGUA)

Guatemala

CERIGUA se fundó en Nicaragua el 8 de agosto de 1983 con el objetivo de romper el cerco informativo tendido sobre la realidad guatemalteca y para dar a conocer aspectos ignorados, distorsionados u ocultados de nuestro país, tales como la situación económica de la mayoría de la población, así como de los indígenas, de la mujer, de la niñez, del medio ambiente y de la cultura, pero fundamentalmente para informar sobre las graves violaciones a los derechos humanos, la represión y el genocidio que los gobiernos militares ejecutaron en contra de la población.

También dimos información sobre la guerra de 36 años que se libró en Guatemala, un conflicto armado de carácter no internacional, cuyas causas estructurales fueron posteriormente discutidas en un proceso de negociación que duró diez años, evento que únicamente Cerigua cubrió en su totalidad.

Fue así como esta pequeña agencia de información se constituyó en fuente obligada de los medios locales, de las grandes agencias trasnacionales, *free lance*, políticos y comités de solidaridad, ya que la prensa local, debido al grave riesgo que implicaba tocar los temas tabú se abstuvo de incluirlos en sus despachos diarios. Igual suerte corrieron los corresponsales de las agencias internacionales que no escaparon a la represión.

Cerigua también dio acompañamiento informativo a las grandes masas de población que tuvieron que emigrar del país (los refugiados guatemaltecos fueron el primer conglomerado social en estas condiciones que se organizó para garantizar un retorno colectivo, fue un precedente en la historia del refugio). Denunciamos la situación de miles de campesinos que tuvieron que deambular por las montañas para evadir al ejército, creando nuevos actores sociales -los desplazados internos- que han jugado un papel en el proceso de transición.

Tuvimos también el honor de dar seguimiento a la campaña por el Premio Nobel de Rigoberta Menchú y de contribuir con académicos, escritores y personalidades en su trabajo profesional de cobertura a la compleja situación guatemalteca.

El ejército guatemalteco desplegó numerosas campañas para deslegitimar o desmentir la información de Cerigua, pero lo único que consiguió fue contribuir a nuestra credibilidad.

El personal de Cerigua no podía estar físicamente en el país. Implementamos diferentes mecanismos para agenciarnos de la información, contamos con información de diversas fuentes del interior del país, los sindicatos, las agrupaciones surgidas por la represión, el movimiento social, religioso y de diferente naturaleza recurrió a nosotros para hacer circular sus propuestas, denuncias, comunicados, protestas y sueños.

La insurgencia, silenciada tradicionalmente por los medios comerciales, que dicho sea de paso, o se intimidaron o contribuyeron con el proyecto contrainsurgente, optó por enviarnos a nosotros su información político militar. La trabajamos con la técnica periodística y la difundimos a todos los medios nacionales e internacionales. Es por ello que en Guatemala, lo que se publicaba de la guerrilla, eran las notas de Cerigua. Estamos claros que también fue una manera del periodismo comercial de evadir responsabilidad y de trasladársela a Cerigua.

Esta osadía de informar lo que otros callaban, tuvo para nosotros un costo político, pues siempre se nos calificó de ser la agencia de la insurgencia. A pesar de los riesgos, creemos que valió la pena, pues gracias a nuestros servicios, la opinión pública se enteró de las atrocidades del ejército, que ahora se comprobaron por la investigación que hizo la Comisión del Esclarecimiento Histórico (CEH) y la Iglesia a través de la

Recuperación de la Memoria Histórica (REMHI) dirigida por el asesinado Obispo J. Gerardi, aunque en esos momentos el gobierno de turno lo desmintiera, recurriendo a los calificativos de ser la agencia de los insurgentes o de los guerrilleros.

Igual sucedió con el proceso para alcanzar la paz por medios políticos. Cerigua estuvo presente, dando cobertura a todas las reuniones de diálogo, con distintos sectores de la sociedad civil: estudiantes, indígenas, campesinos, sindicalistas, religiosos, empresarios y luego cubrimos los encuentros de negociación con el gobierno, cuyas delegaciones estuvieron integradas por civiles e igual número de militares.

Debido a lo largo del proceso y a la secretividad de las reuniones, grandes agencias como la AFP y eventualmente la DPA, contrataron nuestros servicios para obtener la información. Trabajamos notas exclusivas para estos medios, a los demás les enviábamos la información de nuestro *cast* diario.

Además contribuimos en mantener una expectativa sobre un proceso negociador que permitió discutir las causas del conflicto armado interno, situación que nos ofreció la oportunidad de dar una visión apegada a la realidad y a nuestro conocimiento de la historia del país, derecho que hemos reivindicado los latinoamericanos, y que nos ha sido conculcado pues siempre han sido otros los que han decidido qué se debe informar de nosotros y sobre qué debemos estar informados.

Fue así como las grandes trasnacionales incorporaron en sus servicios informativos los temas trascendentales de la negociación, e incluso, adoptaron la terminología que nosotros utilizamos para calificar a la delegación oficial, “delegación del gobierno y del ejército”, y algunos otros enfoques apegados a la realidad.



En lo que toca a lo nacional, fue a través de nuestros servicios que la población guatemalteca pudo contrarrestar lo tendencioso y sesgado de la información oficial que recibía de los militares y de los medios masivos. Era un comentario popular, después de un parte de guerra militar, aconsejar: “esperemos a ver qué dice Cerigua”, que era visto como el único equilibrio informativo.

Igual sucedió con la información sobre el terrorismo de Estado, las masacres en el campo y el genocidio sobre la población indígena. Cerigua no sólo dio la información sino que evidenció a los responsables de las atrocidades y le dio el espacio a las víctimas para dar a conocer su martirio.

Es de mencionar que la otra parte de los actores de la guerra, los líderes y combatientes guerrilleros, eran desconocidos para los y las guatemaltecas, la guerra en nuestro país no sólo fue impuesta, sino silenciosa, tanto el ejército como el sector económico tenía la estrategia de negar insistentemente que existía la guerrilla, pretendieron ignorarla o declararla derrotada innumerables veces. Igual desinformación había con relación al racismo, la discriminación, la exclusión y la injusticia social.

Todo esta mentira quedó al descubierto con el proceso de negociación que, después de diez años y de cuatro gobiernos, culminó con la firma de los acuerdos de paz en diciembre de 1996.

Cerigua decidió instalarse públicamente en Guatemala cuando se desplegó la Misión de Verificación del Acuerdo de Derechos Humanos en 1994, producto del acuerdo sobre las garantías individuales, que en el caso de nuestro país los derechos humanos fueron objeto de negociación. La presencia de la Minugua constituía un paraguas para nuestra seguridad, muy vulnerable por los señalamientos descritos.

Desde territorio nacional pudimos tener una cercanía física con nuestras fuentes prioritarias de información: la sociedad civil organizada y la población en general, lo cual nos permitió avanzar en nuestro trabajo periodístico.

Vale decir que Cerigua, como medio alternativo, ha asumido un compromiso social, pero un compromiso de transformación política y económica, razón por la cual nos identificamos con los contenidos de los acuerdos.

Hemos trabajado buscando el desarrollo integral de nuestro recurso humano, la capacitación permanente, el profesionalismo, la tecnificación como forma de agilizar el servicio y abaratar costos.

No somos un medio comercial, pero nuestro criterio de lo alternativo no implica marginalidad y atendiendo a este criterio todas las puertas que se nos abrieron las aprovechamos para contrarrestar la información circulada por los medios tradicionales.

Estando en el país impulsamos, con apoyo financiero, **programas de capacitación a líderes sociales** en manejo de medios, hicimos con ellos talleres para darles sugerencias de formas de redacción de comunicados, recomendaciones para relacionarse con los

periodistas, consejos sobre las maneras, tiempos y formas de hacer las conferencias de prensa, confrontamos los criterios de los dirigentes sociales con los reporteros, periodistas, directores de medios y corresponsales extranjeros en reuniones planificadas para ese efecto.

Asimismo, ofrecemos **asesoría en materia de comunicación a las organizaciones sociales**, las apoyamos en sus diseños y campañas de información, en la elaboración de sus perfiles.

En una de nuestras áreas de trabajo damos seguimiento diario al comportamiento de veinte organizaciones sociales sobre las declaraciones de sus dirigentes, la emisión de comunicados y las publicaciones que aparecen en los medios.

Entre nuestras fuentes de información incluimos a muchas organizaciones de la sociedad civil que han encontrado en este espacio una forma de difundir sus planteamientos, y de forzar a los medios a incluirlos.

Hemos hecho **monografías e investigaciones sobre temas de interés social**, tanto político, como económico, étnico, campesino, periodístico, entre otros.

Ofrecemos nuestro servicio gratuito a los medios alternativos, radios, organizaciones sociales y a quienes lo requieran y necesiten.

El proyecto estratégico que estamos impulsando ahora tiene su fundamento en el eje que trabajamos en todos nuestros servicios que es **“la búsqueda de la democratización de las comunicaciones y la reivindicación del derecho a la palabra”**. Guatemala es un país silenciado, por razones históricas aquí prevalece la cultura del silencio.

Además de nuestro trabajo cotidiano de agencia de noticias, estamos intentando construir desde hace dos años una red de corresponsales en los departamentos. Sus integrantes son miembros de organizaciones sociales, con quienes tenemos relación, dirigentes y líderes en sus comunidades que reciben capacitación periodística con nosotros, en la sede central de la agencia, en la capital y tienen el compromiso de enviar a la redacción central información sobre su comunidad, la cual debe ser de interés social y nunca nota roja. No trabajamos sucesos por principio.

Además, los/las corresponsales tiene la responsabilidad de difundir la información a una red que ellos han creado (específicamente radios, algunos medios escritos y algunos canales de circuito cerrado).

El proyecto también ha dotado a algunas corresponsalías de equipo de cómputo y fax, proporcionamos papel de fax, papel *bond*, apoyo para cuota telefónica y un apoyo al corresponsal además de capacitación en el procesador de palabras y en el correo electrónico. Contamos con quince corresponsales departamentales.

La información que nos envían los corresponsales se revisa, edita y entra al circuito nacional e internacional de información de Cerigua, se distribuye por distintos medios (fax, computadora y a veces en mano) a nuestro directorio y a quienes lo requieren.

Semanalmente editamos un boletín con las notas más relevantes de la semana del área departamental y de la capital, escogemos un tema para compartir con nuestros lectores, el cual es seleccionado de la numerosa información a la que tenemos acceso (sobre los acuerdos, sobre las mujeres, el medio ambiente, la tierra, propuestas internacionales, etcétera), el cual se hace llegar por correo electrónico o por fax.

Estamos **ofreciendo servicio aproximadamente a 100 radios en todo el país.**

Una bondad de este proyecto, además de aportar en la construcción de la democracia, es que toca las áreas rurales, tan olvidadas, marginadas y manipuladas, cuya información interesa si es nota roja, parte policial o de los bomberos, o cuando hay catástrofes naturales.

Además, ha sido una rica experiencia de convivencia entre diferentes grupos étnicos, es intercultural y contribuye a la difusión de lo multiétnico, pluricultural y multilingüe de nuestra realidad.

Este es un trabajo por demás arduo y difícil. Todavía hay mucho temor, las heridas están frescas y el presente se parece mucho al pasado, especialmente porque actualmente en el gobierno se encuentra el partido de la represión y el genocidio, el presidente es un asesino confeso, prófugo de la justicia mexicana, que con un equipo de pseudoizquierdos engañó a la población con un discurso demagógico y populista, y llegó al poder gracias al apoyo del Partido del general genocida Efraín Ríos Mont, señalado de múltiples violaciones a los derechos humanos.

Guatemala y Haití son los países en América Latina con los mayores índices de analfabetismo; en este país centroamericano cohabitamos 23 grupos étnicos, se hablan, además del español, 22 idiomas mayas. Nuestros indicadores sociales son de los más bajos en América Latina. El 2 por ciento de la población concentra el 85 % de la tierra cultivable, tenemos uno de los sistemas de tributación mas bajos del mundo y aproximadamente el 85% de los guatemaltecos se encuentran en situación de pobreza (entre ellos casi el 65% está en situación de extrema pobreza). Además Guatemala ha encabezado las listas de países con mayor número de periodistas asesinados o secuestrados. La mayoría trabajaba en las radios.

En resumen, a lo largo de estos 18 años de trabajo informativo, Cerigua ha permanecido fiel a sus objetivos de **dar voz a los sectores sociales que han sido marginados del acceso a los medios de comunicación, está dando su aporte a los esfuerzos por la democratización de las comunicaciones**, estamos aplicando el principio de libre y equilibrado flujo informativo y contribuimos a construir una alternativa a la información globalizadora que intenta sustraernos de nuestras realidades y obviar nuestra historia, riquezas culturales, costumbres, idiomas y tradiciones.

RADIO TEOCELO

Veracruz, México

Antecedentes

Radio Teocelo es una emisora no comercial e independiente que opera en el municipio del mismo nombre, con una programación dirigida a diez municipios de la zona sur de Xalapa. Producimos 14 horas diarias de programas musicales, informativos, de entretenimiento y educativos. Nuestra programación esta dirigida a una audiencia potencial calculada en 300 mil habitantes, de la región cafetalera del centro de Veracruz.

En la parte de contenidos, nuestra programación se propone:

- Promover el desarrollo integral de las personas y sus comunidades
- Fomentar el respeto al medio ambiente
- La equidad de género
- **La cultura democrática**
- El combate a la corrupción, la violencia y las adicciones

Entorno sociopolítico

- El fin del ejercicio del poder político desde las presidencias municipales por parte del partido único, que generó irritación popular por casos de corrupción, negligencia, autoritarismo, compadrazgo y fraude electoral.
- La irrupción de una fuerza ciudadana expresada en las urnas para exigir un cambio, utilizando los emblemas de partidos de oposición para instalar autoridades de nuevo tipo, proceso que se inició en Xico en 1991 y que se generalizó con mucha mayor fuerza en las elecciones de 1997.

Diseño de un nuevo programa para una nueva realidad

Durante los años de partido único en las presidencias municipales, la labor informativa de Radio Teocelo fue obstaculizada por parte de alcaldes y ediles, llegándose incluso al hostigamiento de reporteros, corresponsales y directivos o en el mejor de los casos refiriéndose prejuiciosamente a nuestra emisora.

Eso hizo imposible garantizar a los ciudadanos su derecho a la información, puesto que alcaldes y tesoreros, apoyados incluso por parte de diputados locales, incumplieron su obligación de ser transparentes en el uso de los recursos.

Sin embargo, la nueva realidad política que resultó de las elecciones de octubre del 97, y que configuró ayuntamientos plurales, encabezados por alcaldes de oposición, permitió la puesta en marcha de una nueva estrategia de comunicación radiofónica. Nace así el programa *Cabildo abierto*.

Se trata de un programa en vivo, diario, de una hora, con participación de alcaldes, síndicos, regidores, agentes municipales, miembros de los Consejos de Desarrollo Municipales (CDM), personal de los Sistemas de Desarrollo Integral de la Familia (DIF), secretarios de los ayuntamientos, comandantes de la policía, fontaneros (empleados municipales), directivos de área, tesoreros, empleados del Registro Civil y de la Oficialía Mayor.

Esta experiencia comenzó en enero de 1998, al asumir sus cargos las actuales autoridades y se cuenta con la presencia de los alcaldes de Xico, Ixhuacán de los Reyes, Coatepec, Teocelo y Cosautlán de Carvajal.

En su primera etapa, los mismos alcaldes promocionaron el programa para estimular la participación de los ciudadanos de sus municipios.

Poco a poco, los ciudadanos comenzaron a llamar por teléfono, otros a escribir sus cartas, para preguntar, proponer, cuestionar o aplaudir la actuación de sus autoridades.

En otros casos, cuando las cartas o llamadas no se hacían escuchar, era la propia



emisora la que iba a cada cabecera municipal, para transmitir en vivo a control remoto el programa. Es decir, acercamos los micrófonos a los ciudadanos para facilitar su expresión. Del mismo modo, para enriquecer el programa con la participación ciudadana, se realizan enlaces desde algún lugar

del municipio hacia la emisora para que el alcalde escuche y responda a las peticiones de las personas. En otros casos se difunden dentro del programa, encuestas previamente grabadas con opiniones sobre algún tema de interés general, y que a veces suscitan polémica o controversia con la autoridad.

Resultados de la experiencia

- Actualmente el programa *Cabildo abierto* es de los más escuchados en toda la región, de acuerdo a los resultados que arroja el estudio de audiencia aplicado por

estudiantes de la Universidad Iberoamericana de Puebla durante los meses de octubre a diciembre de 1999.

- Cada día el programa ofrece información diversa sobre presupuestos, normatividad del ramo 33 (conjunto de reglas bajo las cuales se deben utilizar los recursos que destina el Gobierno Federal a los Municipios para ejecutar obras públicas), licitaciones, ejecución de obras, calidad de los servicios públicos, facultades de los Consejos de Desarrollo Municipal, el papel de los consejeros comunitarios, el desempeño de los ediles, los acuerdos de cabildo, las gestiones de los alcaldes.

- El programa es como una caja de cristal que muestra con toda transparencia las fortalezas y/o debilidades de las distintas comunas. Es un programa que le permite a los ciudadanos asomarse a lo que están haciendo sus propias autoridades en cada área o comisión y saber además cuánto y en qué se aplican los recursos públicos. También les sirve para juzgar la actuación de sus autoridades, en cuanto a conductas y calidad de su trabajo.

- *Cabildo abierto* también es un instrumento que sirve a las autoridades para medir la opinión pública respecto de la imagen que proyectan, acerca de su eficiencia, responsabilidad y honestidad con que se conducen en el ejercicio de sus respectivos cargos. Un programa que les permite además llegar simultáneamente a todos los rincones de su municipio para facilitar su tarea gubernamental y para convocar a los ciudadanos.

- *Cabildo abierto* es una herramienta educativa que permite construir ciudadanía y que promueve una nueva cultura política para crear contrapesos a la autoridad, permitiendo una mayor fiscalización hacia la tarea administrativa, pero también un mayor compromiso de los ciudadanos.

- El programa garantiza nuevos equilibrios entre los deberes y derechos de autoridades y ciudadanos. Las autoridades cumplen su deber de informar y aprovechan su derecho a promocionar su obra; en tanto que los ciudadanos ponen a salvo su derecho a ser informados y a que se les escuche, pero también se obligan a participar y a colaborar con sus autoridades.

En un año y siete meses de experiencia observamos que:

- Ocurre una sana competencia entre ediles por servir mejor a los ciudadanos, lo mismo que entre alcaldes por ser de diferente extracción partidista, al esmerarse más en la proyección de sus respectivos municipios.

- Alcaldes y ediles se obligan más a observar una actuación más decorosa, al ver que son sujetos públicos, expuestos a la crítica ciudadana.

- Los ciudadanos, por su parte, elevan su conciencia respecto de sus derechos y juntos crean consensos para limitar excesos de autoridad, derivados de un modelo

vertical, y presionan para un ejercicio del poder más justo, de mayor calidad y eficiencia, más democrático y con mayor transparencia.

Breve historia de Radio Teocelo

Primera etapa 1965 – 1979

Luego de diversas gestiones ante la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) de México, los integrantes del Grupo Promotor de Asistencia Social de Teocelo, obtienen el permiso para operar una estación de radio de tipo cultural, en la frecuencia 1490 de A.M y 250 wats de potencia.

Los pioneros de la radio en Teocelo fueron los señores Antonio Homero Jiménez García, Ramón Cortés Díaz, Rosa María López de Cortés, Jesús Melgoza Osorio, Pascual Landa, Abelardo Martínez Ruiz, Raúl Cosío Villegas, Santiago Vázquez Huerta, Felipe Sánchez Blásquez, Eusebio Rubén Rea Anell, y Raúl Martínez Soto, entre otros.

Al correr de los años, estas personas se constituyeron en el **Centro de Promoción Social y Cultural** (Asociación Civil CEPROSOC), titular del permiso de operación de la XEYT (denominación técnica que asigna el Gobierno Mexicano para identificar a cada emisora) hasta 1998.

Además de operar la estación de radio, estas personas promovieron el desarrollo de otros proyectos en Teocelo: una caja de ahorro popular, una biblioteca pública, la edición de la Revista Teocelo y una cooperativa de vinos de naranja.

Después de sus primeros 15 años, la XEYT entró en una etapa de estancamiento, no obstante el gran esfuerzo y entusiasmo de sus promotores. Faltaba todo: equipos, instalaciones, locutores, programación, recursos. La Secretaría de Comunicaciones y Transporte amenazaba a fines de los años 1970 con cancelar el permiso al Centro de Promoción Social y Cultural (Ceprosoc), si no se regularizaban las transmisiones.

En aquel entonces sólo se tenía una cobertura local y se trasmitían de 2 a 4 horas diarias de programas musicales, además de cápsulas informativas y culturales.

Por lo anterior, don Antonio Homero Jiménez García buscó los contactos e hizo las gestiones para buscar el apoyo de **Fomento Cultural y Educativo** (Asociación Civil Fomento), de la ciudad de México, cuyos miembros tenían experiencia en radio, por estar operando la estación XEJN-OC (las primeras cuatro letras corresponden a la asignación técnica que hace el Gobierno mexicano a cada emisora, luego OC: Onda Corta), de Huayacocotla, Veracruz. Así comenzó la segunda etapa de la radio.

Segunda etapa 1980 – 1989

Habían pasado los “tiempos heroicos” de la radio. Epoca en la que se carecía de todo, menos de entusiasmo, para mantener al aire la **Radio Cultural** como se le denominó en esos primeros años.

Con la llegada de Fomento a Teocelo, luego de la firma de un Convenio de Colaboración con Ceprosoc, se inició el rediseño de la estación y al cabo de los cinco años siguientes se obtuvieron los primeros resultados:

- Se cambió el nombre de la emisora, de Radio Cultural por el de **Radio Cultural Campesina**, para denotar que el proyecto quería estar muy cerca de los sectores más necesitados de la zona.

- Se consiguió la donación de equipo transmisor y se aumentó la potencia, de 250 a 1000 wats, para alcanzar ahora una cobertura regional, por lo que su programación empezó a escucharse en los municipios aledaños a Teocelo, tales como Xico, Coatepec, Emiliano Zapata, Jalcomulco, Ixhuacán, Cosautlán y Ayahualulco.

- Se obtuvo la donación de un predio en el Barrio San Pedro para instalar allí las cabinas, estudio, oficinas y planta transmisora de la XEYT, ya que en sus inicios la radio operaba desde una pequeña cabina en la parte trasera de una biblioteca pública en la Calle Independencia Oriente.

- Se pasó de 4 a 14 horas diarias de programas informativos, de entretenimiento, cultura y educación, con la particularidad de que en los diferentes espacios se escuchaban las voces de los mismos oyentes, expresando su manera de pensar, por lo que los destinatarios del proyecto se convertían en actores del discurso radiofónico.

- Se capacitó a un numeroso grupo de personas de Teocelo y municipios aledaños para que en el mediano plazo pudieran ser los encargados de la operación de la emisora.

- Se hicieron gestiones ante las Agencias de Cooperación, principalmente de Europa, para obtener donación de equipos de cabina y recursos económicos para financiar programas educativos.

La suma de esfuerzos del equipo de Fomento, la vocación de servicio de los locutores voluntarios y el entusiasmo de los oyentes con su activa participación, lograron en esos años un gran impacto en toda la región. El proyecto echó hondas raíces, perfilándose desde entonces un modelo innovador de radio comunitaria que alcanza hoy prestigio tanto nacional como internacional.

Tercera Etapa 1990 – 2000

La evolución del proyecto radiofónico en Teocelo, propiciado con la visión de futuro de Ceprosoc y el talento y creatividad de Fomento, continuó años más tarde al quedar constituida la **Asociación Veracruzana de Comunicadores Populares** (Asociación Civil AVERCOP), integrada por el equipo de locutores, productores, reporteros, corresponsales y colaboradores voluntarios.

Se trata de una institución no lucrativa que se propuso dar una mayor proyección a este medio de comunicación, único en su género en toda la república mexicana.

Los retos son diversos; en la última década se han tenido que sortear problemas varios, desde una aguda crisis económica hasta el cierre de la estación en 1998, pasando incluso por lamentables conflictos de orden legal y político.

No obstante todo lo anterior y gracias al apoyo de sus oyentes, de los grupos de la sociedad civil en la zona, así como de los ayuntamientos y de la buena disposición de la Secretaría de Comunicación y Transporte así como la sensibilidad del CEPROSOC, en diciembre de 1998 la AVERCOP obtuvo la titularidad del permiso de operación de XEYT, quedando registrada ahora como Radio Teocelo.

En la última década, Avercop introduce elementos innovadores en el quehacer radiofónico, buscando que el medio se articule a la diversidad de temáticas e instituciones que operan en la zona, para coadyuvar en el ámbito del desarrollo social. Desde entonces el lema de la radio es “**Comunicación para el Desarrollo**”.

Avercop se encarga de mantener al aire las 14 horas diarias de programas de corte informativo, educativos, culturales y de entretenimiento, para promover la participación comunitaria en su propio desarrollo, fomentando el respeto al medio ambiente, la defensa de los derechos humanos, la equidad de género, la cultura democrática y la salud.

Radio Teocelo no vive de los subsidios del gobierno ni de la venta de espacios, ni de aportaciones de fundaciones extranjeras. Se mantiene con el trabajo voluntario, las donaciones de sus propios oyentes y de aportaciones económicas de grupos de la sociedad civil, los ayuntamientos de la zona y donativos de instituciones públicas y privadas que obtienen espacios y servicios de la estación.

Los desafíos que impone el nuevo siglo y el nuevo milenio al conjunto del proyecto comunicacional son diversos, por lo que desde ahora se trabaja en diversas estrategias:

- Una mayor cobertura geográfica, a partir de la adquisición de un nuevo equipo transmisor que permita operar con mayor potencia y así llegar a más poblaciones y municipios.
- Una mejor infraestructura, que nos permita ampliar las instalaciones y el acceso a las nuevas tecnologías y así mejorar todos nuestros servicios a los oyentes y usuarios del medio.
- Una mejor programación en cantidad y calidad, diversa y plural, como son los gustos e intereses de los oyentes.
- Un pleno autofinanciamiento que garantice un amplio margen de independencia a la emisora, y que a la vez le permita consolidarse como una empresa social rentable.
- Un relacionamiento cada vez mayor con los más diversos grupos, organizaciones e instituciones, que permita enriquecer los contenidos de la parte educativa de la programación de la emisora y que al mismo tiempo sume esfuerzos para influir en las políticas públicas desde el tercer sector.

RADIO UDEM 90.5 FM

Universidad de Monterrey, Nuevo León, México

Las radios en Monterrey siempre se han caracterizado por su perfil o línea meramente mercantil. Si bien, la radio de la localidad ha logrado no solo renombre a nivel nacional, sino internacional desde sus inicios, siendo ésta ciudad "...cuna de las radionovelas y programas más exitosos que marcaron grandemente a la historia radiofónica nacional" (Valdés Sada, Sergio 1996 : 17), no ha logrado durante todo este tiempo ser, un verdadero instrumento para el enaltecimiento de la cultura regional y preservación de las costumbres, tradiciones y folclor del regiomontano.

Así mismo, a la radio de la localidad, le ha faltado voluntad para detectar las necesidades prioritarias de sus habitantes. Existe una gran apatía para realizar verdaderos programas de contenido social por parte de los radiodifusores y empresarios regiomontanos, a tal grado, que esa función se la han otorgado exclusivamente de uso a instituciones educativas del gobierno o de la iniciativa privada, como lo son, las universidades.



La experiencia en la localidad, es que éstas últimas (es decir, las Universidades), primeramente han tenido que suplicar a los grupos radiofónicos, espacios de tiempo dentro de su programación para la transmisión de programas de amplio contenido social, ya sea informativo, de orientación, educativos y/o de entretenimiento sano e inteligente.

Una vez otorgado el espacio radiofónico, se comienza a transmitir. Sin embargo, en la mayoría de los casos los programas no duran dentro de la programación de la emisora, pues para los de la radio comercial, las producciones universitarias están demasiado elaboradas y no cumplen con los requisitos de los programas que la radio lucrativa exige, es decir, programas donde la utilización de la tecnología es más importante que el contenido a transmitir.

Otro factor nada alentador lo constituye, el espacio de transmisión concedido. Este es totalmente alejado de las expectativas que persiguen las producciones universitarias: horarios malos de transmisión y alejados de los objetivos trazados, días no apropiados para transmitirlos, no respetan la duración de los acuerdos ni toman en serio los programas, calificándolos de aburridos y tediosos. Por otra parte, aseguran que a la

audiencia no le importa nada de nuestros contenidos, que mejor realicemos programas de los denominados “easy-easy”, término más propio a sus objetivos comerciales.

Estos contratiempos en el proceso de enseñanza-aprendizaje en que se ven envueltas las Universidades con los empresarios radiofónicos de la localidad, vienen a ensanchar aún más, la poca o casi nula actividad de las instituciones educativas de nivel superior dentro del espectro de la comunicación que se produce en los medios masivos de Monterrey.

Si a esto se le agrega, el poco apoyo que por lo general brindan las instancias gubernativas a las Universidades, para el trámite rápido, sencillo y de cobertura amplia en la obtención de un permiso para transmitir una señal radiofónica, se puede dimensionar lo atrasada que se encuentra “La Sultana del Norte” en el campo de la comunicación universitaria.

Monterrey es una ciudad, como muchas otras, que se caracteriza por su avanzada industrialización, por su más alto desarrollo tecnológico, médico y computacional, esto ha hecho entre su gente una gran cultura del trabajo, provocando así mismo, un alto auge en instituciones educativas que ayudan a que el regiomontano sea cada vez más competitivo. Más y mejor preparado para afrontar los retos del nuevo milenio.

En la actualidad, Monterrey y su zona metropolitana, cuenta con 17 universidades e institutos, que se dedican a la educación superior, a la impartición de maestría y doctorados (Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, INEGI, 1996 : 252), los cuales hablan por sí mismos del papel tan importante que juega la educación en esta ciudad industrial del noreste del país.

Además, las estadísticas del último censo que ofrece el INEGI, establece que en las universidades del Estado, sólo en educación de nivel superior, estudian aproximadamente más de 90 mil alumnos nacionales e internacionales, lo que la hace también, según éstas cifras, una ciudad líder en la educación a nivel nacional (INEGI : 1996 : 261)

Sin embargo, en el ámbito comunicativo un gran número de las universidades no cuentan con medios de comunicación propios que ayuden a fortalecer, desde el interior de las instituciones, su presencia dentro de la sociedad regiomontana, así como en proporción con los medios comerciales, brinden proyectos educativos que tengan que ver más con los intereses y las necesidades reales de la gente del área metropolitana, proyectos comunicativos para elevar el conocimiento y desarrollo intelectual de la comunidad en general. Es decir, en donde las Universidades lleven el conocimiento más allá de las aulas de clase.

En Monterrey, sólo tres instituciones educativas universitarias, de las 17 existentes en la Ciudad, tienen en su haber experiencias interesantes con su propio medio radiofónico, el cual, como es muy común y característico en estos casos, es bastante limitado en cobertura, económica y tecnológicamente hablando.

Salvo las excepciones como *Radio Universidad* (Universidad Autónoma de Nuevo León, UANL, estatal), *Frecuencia Tec* (Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, ITESM, privado) y *RadioUDEM* (UDEM), las universidades de la

localidad no han podido aprovechar la gama de oportunidades educativas que nos ofrecen los medios de comunicación, particularmente la radio.

Por ejemplo, es posible explorar y explotar en una radiodifusora, la Educación a Distancia, un rubro educativo muy importante para nuestras actuales comunidades urbanas que no tienen acceso a la educación formal.

“Así la responsabilidad de las radios universitarias ni se limita tan sólo a la difusión de la música, los comentarios o las noticias; también deben difundir las actividades académicas, artísticas y culturales de la propia institución, así como, recoger las manifestaciones de la cultura popular que se generan en su entorno” (Zepeda, José en *Debate Abierto*, 1997 : 6).

En la actualidad y en el inicio del nuevo milenio, es indispensable que las instituciones universitarias de Monterrey, cuenten con algún medio masivo de comunicación, pues los conocimientos generados en clase no pueden quedarse sólo en las aulas, hay que ir más allá, hay que llevarlos a la comunidad en general, aprovechando creativamente los beneficios que nos ofrecen. Como el involucrar a la sociedad en sus acciones de bienestar, un bienestar entendido como salud, orientación y discusión sana de los problemas que la aquejan.

“En términos generales, la existencia de las radiodifusoras universitarias responde explícitamente a la tercera función de la Universidad, que es la extensión académica y difusión cultural. La Universidad como creadora de conocimientos y cultura busca los medios adecuados para que ese saber y esa expresión trasciendan el espacio universitario y colaboren a la transformación de la realidad de nuestras comunidades” (Romo, Cristina 1990 : 33).

Nuestro trabajo

La Universidad de Monterrey (UDEM) es una Universidad católica fundada hace 32 años, hoy con cerca de 7 mil alumnos. Preocupada por elevar el nivel académico de sus estudiantes y docentes, así como, por llenar en parte, ese gran vacío existente en los medios masivos de información de la localidad, y a la vez, por ofrecer a los grupos sociales menos favorecidos de la comunidad del área metropolitana una opción para su crecimiento y desarrollo intelectual, ha realizado un gran esfuerzo y ha creado, Radio UDEM, en donde se transmiten, desde hace 7 años, más de 65 programas elaborados completamente por alumnos y maestros de diferentes carreras. Allí, los alumnos de la Licenciatura en Ciencias de la Información y Comunicación (LCIC) ponen en práctica sus conocimientos, adquiridos en el salón de clases de las materias de Géneros Radiofónicos, Periodismo Radiofónico y Producción Radiofónica.

Entrevistas en vivo o grabadas, reportajes, mesas redondas, debates, documentales, charlas, comentarios, editoriales, noticias, servicios informativos, deportes, radionovelas, sociodramas, cuentos, programas musicales, programas especiales y transmisiones control remoto en vivo, son sólo algunas de las actividades a las que se enfrentan los

estudiantes de comunicación como productores, guionistas y conductores de los programas. Entre los programas especiales se destaca nuestro tradicional *RadioTon Navideño* que tiene la finalidad de reunir ropa, medicinas, alimentos y juguetes para los municipios más carenciados del estado de Nuevo León, así como acercar a los alumnos a la realidad. El año pasado con el apoyo de 65 alumnos transmitimos 85 horas continuas, reuniendo 14 toneladas de donaciones.

Radio UDEM sostiene convenios con alrededor de 12 instituciones no gubernamentales locales y foráneas que brindan a la comunidad asistencia y orientación en forma gratuita a los más desprotegidos, también tenemos convenios con cinco de los Municipios del área metropolitana, en donde Alcaldes y funcionarios, se dan cita para discutir los problemas de sus comunidades. Sostenemos desde hace cinco años, convenios con emisoras internacionales como lo son BBC de Londres, VOA de los Estados Unidos, Radio Francia Internacional, Radio Nederland de Holanda y Radio Educación de la Secretaría de Educación Pública, transmitiendo su señal una hora diaria vía satélite de lunes a viernes.

Partiendo que debe ser un gran laboratorio de experimentación para toda la comunidad udemita, así como, de la comunidad en general y de las instituciones que quieran comprometerse a la trascendencia del ser, en Radio UDEM encontrarán un micrófono abierto a todas sus inquietudes, estamos convencidos en la necesidad de ir más allá en los conocimientos generados en las Universidades.

En Radio UDEM **se está trabajando para hacer una radio más cercana a los intereses y necesidades del ciudadano** común del área metropolitana, lo único que nos hace falta es más apoyo por parte de las autoridades de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, Dependencia Federal Gubernativa mexicana encargada de regular la utilización del espacio aéreo, para que nuestra señal no sólo se quede en los municipios de Santa Catarina y San Pedro, sino que vaya más allá para que trascienda y trascienda en beneficios de todos los nuevoleonenses.

CENTRO DE INVESTIGACIÓN Y COMUNICACIÓN SOCIAL SINSLANI⁽¹⁾

*Red de comunicadores rurales de Las Segovias.
Estelí, Nicaragua*

Introducción

En la región segoviana, la experiencia de comunicación que se generó en los años ochenta, a través de los corresponsales populares sentó las bases metodológicas de la comunicación comunitaria y de coordinación entre instituciones del Estado, medios de comunicación y organizaciones campesinas.

En los años noventa, algunos organismos que trabajan por el desarrollo rural retomaron parte de esta experiencia mediante la difusión de programas de radio comunitaria. Sin embargo, no se logró establecer y sostener un proceso de comunicación comunitaria que implicara una organización a nivel departamental o regional, dado que los organismos desarrollaron sus acciones en el marco de su quehacer específico o de proyectos puntuales mas no se incluía la comunicación como un eje transversal del programa o proyecto.

Por sus características peculiares, la comunicación comunitaria enfrenta muchas dificultades en la obtención de recursos. Son muy pocos los organismos e instituciones que valoran su importancia para apoyar un proceso de comunicación de doble vía, para fortalecer las iniciativas locales.

Esta situación se complica si tomamos en cuenta la tendencia de los medios de comunicación masiva a mantener como fuente de información a emisores clásicos y privilegiados. En tanto, los receptores dispersos, heterogéneos, marginados, no logran “decir su palabra”, peor aún ser emisores de su propia realidad.



Un ejemplo de este modelo de comunicación vertical en las áreas rurales es la difusión de programas que buscan básicamente aumentar la productividad de los sectores agrícolas con fines institucionales, carentes de proyección hacia la comunidad.

Este tipo de comunicación es rechazada por los campesinos: “...*los medios de comunicación social presentan como acontecimientos sobresalientes los que realizan las autoridades, empresarios, políticos, grandes agricultores; sin dejar escuchar la voz del pueblo, los campesinos e indígenas, los jóvenes, mujeres, niñas y demás sectores sociales*” (líder comunal de Somoto).

En más de una ocasión los líderes, promotores y autoridades municipales nos han manifestado su desacuerdo con las agendas de los medios de comunicación, los cuales divulgan noticias de la comunidad campesina solamente cuando ocurren hechos sangrientos o crónicas rojas, los cuales tienen un impacto negativo por cuanto crean traumas, aíslan y dividen a las familias campesinas.

(1) Sinlasni: en voz Mayagna (Sumo) significa sabiduría, saber y/o conocimiento.

¿Qué hicimos?

La necesidad de asignar mayores esfuerzos al desarrollo de los proyectos y programas de desarrollo rural sostenible, llevó en 1998 al Proyecto de Capitalización de los Pequeños y Medianos Productores del Trópico Seco (TROPISSEC) a realizar un estudio sobre la integración de políticas de comunicación dentro del contexto del desarrollo social, económico, político y cultural de la región Las Segovias, ubicada en el norte de Nicaragua. El proyecto TROPISSEC, luego de convocar a licitación pública, asignó al Centro de Investigación y Comunicación Social SINSLANI, la ejecución del programa de Comunicación y Divulgación, acorde con las necesidades y aspiraciones comunicacionales de los sujetos y actores involucrados en las iniciativas del desarrollo humano sostenible.

El proyecto de comunicadores rurales en su primera fase permitió la organización de la red de **47 comunicadores rurales en el trópico seco de Las Segovias**. La red está integrada por hombres y mujeres capacitados en técnicas de comunicación radial, escrita e impresa, además de conocimientos organizativos que les permiten contribuir a retroalimentar los procesos de interacción comunitaria, de acuerdo a las necesidades de sus comunidades y de organismos e instituciones que trabajan por el Desarrollo Rural Integral.

En su primera fase se logró elaborar y divulgar informaciones cuyos contenidos reflejaron la vida cotidiana del mundo rural así como el quehacer organizativo, productivo, histórico y educativo de los municipios donde tiene presencia la red e incide el proyecto TROPISSEC.

Revisar esta experiencia nos permite conocer los principales aciertos y errores, saber en cuales aspectos se necesita mejorar y sentar las bases para la sostenibilidad de la Red de Comunicadores Rurales. Permite divulgar el quehacer del proyecto y estimular la participación de las personas involucradas, directa o indirectamente, en el quehacer cotidiano de los comunicadores y las comunicadoras rurales.

Por otro lado sentar las bases para el desarrollo de políticas de comunicación comunitaria y participativa, para retroalimentar los procesos de desarrollo económico, social, ecológico, ambiental y cultural que implementan las instituciones gubernamentales y no gubernamentales.

Implementación

La formación de la red permitió que hombres y mujeres, originarios de comunidades rurales se prepararan en técnicas de comunicación y se dieran a conocer ante la sociedad a través de la divulgación de noticias comunitarias en medios de comunicación escritos, orales y televisivos en los departamentos de Estelí, Madriz y Nueva Segovia.

Por medio de un proceso práctico de capacitación (taller departamental y pasantías en las radios locales) los y las integrantes de la red han logrado vencer el miedo a hablar frente al micrófono y a utilizar la grabadora. Asimismo, han tomado conciencia sobre la importancia del papel que juegan los medios de comunicación en nuestra sociedad.

Cada comunicador/a cuenta con un diploma donde se hace constar su participación en el proceso de capacitación, un carné de identificación y el equipo necesario para realizar su trabajo (grabadora, baterías, cassette, libreta y lápiz).

Los integrantes de la red han realizado entrevistas a líderes, hombres y mujeres de la comunidad, lo cual aumenta los conocimientos sobre la realidad que se vive en el municipio y se ha tenido el acceso a publicar en el ámbito regional y nacional la realidad en que viven los productores y productoras de la región segoviana.

El trabajo de los comunicadores/as ha permitido la divulgación de historietas de la comunidad, programas en vivo, noticias y entrevistas contadas en la voz de sus protagonistas. Con el uso de las grabadoras se logró una comunicación testimonial, analítica y educativa, de puertas abiertas, cuyos mensajes han permitido aumentar la participación de los municipios y comunidades.

La participación de los comunicadores rurales en las reuniones y eventos que organiza la comunidad, no es la de un espectador, le permite aportar e involucrarse en el proceso de reflexión y organización comunitaria. Esto ha hecho que los comunicadores rurales sean un beneficio en la proyección del desarrollo comunal, publicando las actividades a través de las noticias.

Mediante reuniones de presentación formal facilitadas por SINSLANI ante las autoridades locales, instituciones y líderes comunales, se ha contribuido a que los comunicadores se relacionen con diferentes sectores de la sociedad, favoreciendo el acercamiento a las instituciones gubernamentales y no gubernamentales donde se ha logrado un cierto apoyo y reconocimiento a la red, y acceso a información sobre los diferentes proyectos de desarrollo que actúan en la región.

Con la elaboración de historias de cada comarca se dio a conocer la forma en que viven nuestros productores; esto ha permitido la revalorización de las costumbres, tradiciones para reafirmar la identidad campesina-segoviana.

Las alcaldías, organizaciones comunales, entes estatales y no gubernamentales están haciendo uso de la Red de Comunicadores Rurales, para divulgar sus logros, avances, dificultades, así como la vida cotidiana del mundo rural. El flujo informativo de los y las comunicadoras rurales, está permitiendo además insertar la problemática del mundo rural en la agenda de los medios de comunicación a nivel departamental, nacional y regional.

El proyecto ha construido la estructura regional de la red conformada directamente por 47 personas, subdivididos en tres microzonas, la que es atendida por un coordinador microzonal, lo cual ha permitido el fortalecimiento organizativo de la Red.

Por otro lado, los talleres de capacitación con contenidos sobre análisis de la información, técnicas de redacción, elaboración de historietas, formulación y evaluación de proyectos, así como los talleres de serigrafía, encuestas de opinión, instalación de periódicos murales comunitarios, constituyen herramientas importantes que van a permitir a la Red, ofertar estos servicios a los organismos e instituciones que trabajan

por el desarrollo rural, así como desarrollar niveles de autosostenibilidad en el ámbito comunal, municipal, departamental y regional.

Para el Centro de Investigación y Comunicación Social SINSLANI, el trabajo de consultoría a la Red, le ha permitido proyectar su imagen a nivel institucional, ONG, sectores de la sociedad civil y su participación en foros internacionales con ponencias sobre el Proyecto de Comunicadores Rurales, con el auspicio de TROPISSEC, los que se realizaron en San José de Costa Rica y Montevideo, Uruguay.

Organismos e instituciones involucradas

Durante el proceso de preselección, selección, capacitación y seguimiento participaron 22 organismos e instituciones. Entre otras, el movimiento indígena de Somoto, San Lucas, la Unión Nacional de Agricultores y Ganaderos (UNAG, Madriz y Nueva Segovia), el Instituto de Promoción Humana (INPRHU, Somoto), CARE Estelí, alcaldías de Pueblo Nuevo, Ocotal, Ciudad Antigua, San Fernando, Instituto Mujer y Comunidad, Escuela de Agricultura, Universidad Campesina (UNICAM, Estelí), Alcaldesa de El Regadío, Asociación de Promotores de Cultura (Condega), Casa del Tercer Mundo (Estelí), Radio Samaritano (Condega), Radio Liberación (Estelí), Radio Segovia (Ocotal), quienes demostraron gran interés por la Red y apoyaron el trabajo de los comunicadores rurales.

Impacto en la comunidad

La divulgación de historias de la comunidad, programas en vivo, noticias y entrevistas contadas en la voz de sus protagonistas haciendo uso de las grabadoras, permitieron establecer una comunicación de puertas abiertas a los municipios y comunidades en donde los líderes, dirigentes, funcionarios, técnicos que trabajan en el área rural se convirtieron en protagonistas de mensajes y el comunicador rural en un agente de cambio.

La participación de los comunicadores rurales en las reuniones y eventos que organiza el municipio y la comunidad, no sólo como espectador sino para aportar, permitió involucrarse en el proceso de reflexión y organización comunitaria.

La divulgación de temáticas relacionadas con salud, educación, medio ambiente, producción sostenible, forman parte de este proceso de comunicación comunitaria. En este sentido las comunidades se sienten estimuladas por el trabajo que realizan, lo cual les permite motivar y dinamizar las acciones a cada uno de los participantes en las diferentes actividades que se desarrollan en el área rural.

Algunas lecciones aprendidas

- La comunicación comunitaria es un espacio donde se aspira que participen todos los rostros de la sociedad sin fines de lucro y con vocación social, descubriendo todas sus capacidades de expresión, liderazgos, ideas y opiniones expresadas directamente a través de medios masivos de comunicación, sobre todo la radio. Asimismo, la comunicación entre protagonistas locales genera la atención de las autoridades, posiciona mejor a las localidades en sus planteamientos, rompe el aislamiento geográfico y genera vínculos entre comunidades, municipios y la región.

- Para organizar una Red de Comunicadores Rurales no podemos perder de vista el contexto que vive la región segoviana, marcado por graves limitaciones económicas y sociales, así como por las polarizaciones políticas que son caldo de cultivo para una cultura de violencia que inhibe una visión de desarrollo en los pobladores. Esta situación provoca que durante el proceso de identificación y organización de la red debe desarrollarse un constante monitoreo y seguimiento que se traduce en una atención personalizada de cada integrante. Esto implica acercarse al ambiente donde vive, conocer sus problemas, motivaciones, éxitos, fracasos y expectativas. En consecuencia, se trata de hacer de la red un espacio para el desarrollo personal integral de cada integrante.

- La comunicación es poder, pero su definición no necesariamente debe ser vista como una imposición o “aprovecharse de”, sino más bien como un proceso constante de negociación entre los actores. El hecho de que los comunicadores rurales tengan acceso a información en sus comunidades y un medio de comunicación donde divulgarlas no implica abusar de este poder. Este aspecto debe ser constantemente recalcado a partir de la importancia de la ética y la objetividad que se debe desarrollar durante el proceso de recolección de la información al elaborar la noticia y divulgar el mensaje.

- Por las características de ser una red integrada por hombres y mujeres cuyo interés primordial es informar sobre el quehacer cotidiano de su comunidad, no necesariamente implica obviar la supervivencia económica de cada comunicador/a. Para ello, es importante trabajar la sostenibilidad a partir de dos niveles. Un primer nivel individual donde cada uno debe potenciar sus aprendizajes, destrezas y capacidades ofreciendo sus servicios a los diferentes organismos e instituciones que tienen presencia en el municipio. Esto ha permitido que algunos de los integrantes de la red ya tengan un programa radial, sean divulgadores y elaboren viñetas publicitarias. Un segundo nivel como organización regional donde se identifique, elabore y se consolide un proyecto que integre sólidamente a la red a través del conocimiento técnico, intercambio de experiencias, desarrollo académico y el funcionamiento de una estructura organizativa regional.

- La mayoría de los medios de comunicación mantienen un lenguaje ajeno al que diariamente habla el pueblo; con raras excepciones. Se puede afirmar que la vida cotidiana del sector rural está ausente de las preocupaciones de los medios de comunicación. Más bien los distraen, confunden y adormecen en vez de contribuir a aclarar, informar y despertar a los receptores.

- El flujo informativo de la red, demostrado a través de la divulgación de entre 80 a 100 noticias semanales sobre el quehacer de las comunidades segovianas, en 8 radios de cobertura regional, 4 de cobertura nacional y periódicos (*Nuevo Diario* y *La Prensa*) reduce la brecha de comunicación entre la zona rural y urbana. Sin embargo, no basta con medir el número de noticias, es importante tener cuidado en el enfoque que se le imprime a cada mensaje. Esto es mostrar en su coherencia la vida campesina, no sólo como un espacio de conflicto o con limitaciones, sino también la dinámica de trabajo que diariamente impulsan las familias campesinas por mejorar sus condiciones de vida. No caer en la tentación de destacar sólo los hechos sangrientos o amarillistas, sino que

promover los temas relacionados con el medio ambiente, salud, educación, vivienda y desarrollo sostenible, proyectos sociales y actividades organizativas.

- Diseñar una estrategia de comunicación rural, participativa y comunitaria pasa necesariamente por identificar las agendas de los gobiernos locales, instituciones gubernamentales, no gubernamentales, extensionistas, líderes comunitarios, promotores, mujeres, ambientalistas, niños, niñas, entre otros, para apoyar los procesos de desarrollo económico, social, cultural y autosostenibles. En este sentido, es necesario un esfuerzo permanente de coordinación interinstitucional con base en la credibilidad de los comunicadores como medio eficaz de comunicación social.

- Para el Centro de Investigación y Comunicación Social SINSLANI, como equipo consultor de la Red de Comunicadores Rurales, la comunicación interinstitucional y comunitaria, puede constituirse en uno de los campos más idóneos para el fortalecimiento de la democracia y los poderes locales en la medida en que propicie la crítica constructiva y la participación consciente de amplios sectores, en los planes, programas, problemas y decisiones que afecten en uno u otro campo el desarrollo socioeconómico y cultural.

RADIO CUMICHES

Estelí, Nicaragua

Radio *Cumiches* (cumiches: expresión popular nicaraguense para referirse a los niños) tiene como objetivo principal la difusión y promoción de los derechos humanos, principalmente de niños, niñas y adolescentes.



El proyecto surge en agosto de 1991 con un programa radial dirigido a niños y niñas, con duración de media hora semanal, contando en ese tiempo con una red de 40 niños y niñas corresponsales que oscilaban entre los 7 y 10

años de edad. En 1996 se instala la radio emisora en los 107.7 FM, con una cobertura local (municipal), teniendo una programación eminentemente infantil de siete horas diarias de trasmisión.

Actualmente contamos con una potencia de 500 vatios que nos permite cubrir la región norte de Nicaragua y con una programación de 16 horas diarias, cuyos destinatarios, a más de los niños, niñas y adolescentes, son campesinos, trabajadores, profesionales y sectores populares, aunque nuestro objetivo principal sigue siendo la promoción, divulgación y defensa de los derechos de los niños, niñas y adolescentes. Radio Cumiches mantiene un perfil educativo, recreativo, cultural y comunitario en donde tienen acceso los diferentes sectores de la sociedad civil, sin exclusiones políticas, religiosas, de raza, edad o sexo.

Contamos con una red de corresponsales integrados por 80 niños, niñas y adolescentes quienes realizan su labor en los centros de estudio, barrios, comunidad, instituciones deportivas, culturales, gremiales. Son ellos los que permiten que Radio Cumiches cuente con una alta participación de jóvenes, niños, niñas, adolescentes, comunidad educativa, padres de familia, en la programación.

Esta labor fue reconocida por el Consejo Municipal y el alcalde de la ciudad de Estelí, quienes mediante decreto municipal declararon el 16 de agosto, en reconocimiento a nuestra labor como el *Día de la niñez comunicadora*.

Hemos logrado establecer una alianza para el impulso del trabajo con la Red de Adolescentes y Comunicadores de Nicaragua promovida por el Fondo de Población de las Naciones Unidas, la Red de Niños y Niñas Comunicadoras Ambientalistas de Las Segovias, la Red Nacional de Comunicadoras promovida por *Save the children*, Noruega-Nicaragua y la Red de Comunicadores Rurales que promueve el Centro de Investigación y Comunicación Social SINSLANI.

Somos miembros de la Coordinadora Nacional de ONG que trabaja con la niñez y de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC).

RADIO TRINIDAD

Colonia Santo Domingo, Departamento de Canindeyú, Paraguay

La Comunidad de Santo Domingo se encuentra situada en el departamento de Canindeyú, a 530 kilómetros de Asunción, la capital de Paraguay. Cuenta con una parroquia de los Padres de la congregación del Verbo Divino y las Hermanas Misioneras del Espíritu Santo. Esta parroquia atiende a 46 comunidades que se encuentran a una distancia promedio de unos siete kilómetros entre una y otra.

En toda el área de cobertura de la parroquia existen unas 70 comunidades, de las cuales el 80 por ciento son poblaciones paraguayas, lo que significa más de 2.700 familias. Existen también comunidades brasileñas y una pequeña colonia menonita.

No se contaba con línea telefónica, la más próxima se encontraba a 80 kilómetros, como tampoco una estación de radio y no llega ningún medio escrito ni señal de televisión.

Las poblaciones están asentadas en colonias agrícolas. Una característica importante de las mismas es el alto porcentaje de población analfabeta funcional, tanto en sectores juveniles como adultos.

En este contexto nació la radio comunitaria *Inmaculada*, que transmite desde abril de 1998, a través de una donación italiana gestionada por el padre Benjamin Vasso, con



objetivos de educar, concientizar, sensibilizar e informar. Comenzó a trabajar con 24 personas voluntarias y religiosos y cuenta con ayuda del Obispado.

Existe una Comisión Directiva que lleva adelante la emisora con la asesoría de la parroquia. El emprendimiento se sustenta a través de las actividades culturales, sociales y deportivas que se realizan, así como tam-

bién con los aportes voluntarios y donaciones internacionales (a través de proyectos).

La radio transmite en la frecuencia 104.1 FM con una programación diaria que va desde las 12.00 a las 18.00 horas. Los equipos de transmisión son caseros; está apoyada por organizaciones comunitarias del distrito y legalmente es propiedad de la Diócesis Alto Paraná y Canindeyú.

Este medio de comunicación está afiliado a la Asociación Paraguaya de Radiodifusión Comunitaria (COMUNICA) y a la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC).

Las actividades más importantes de la Radio Comunitaria Inmaculada son:

- Promoción de los derechos humanos
- Promoción de la cultura paraguaya, en particular la música
- Servicios a los más necesitados
- Preservación del medio ambiente
- Promoción de toda iniciativa de la comunidad

- Participación a los jóvenes
- Campaña de lucha contra el paludismo, el dengue y otras enfermedades
- Campañas de limpieza y otras

Las programaciones que se emiten son:

- Programa infantil
- Programa religioso
- Programa de información a la comunidad
- Programa educativo alfabetización - concientización
- Programa de educación a cargo de Fe y Alegría que cuenta con más de 1400 alumnos adultos y jóvenes

Se informa y capacita en temas como agricultura, piscicultura, apicultura, cooperativismo, valorización de la tierra.

La emisora tiene una activa participación en la lucha por la democratización de los medios de comunicación en Paraguay. De la misma forma, desde que se inició, ha sido un instrumento muy valioso para el desarrollo y formación de las personas, posibilitando una mayor organización campesina en favor del desarrollo.

INSTITUTO TELEDUCATIVO LOS TALLANES (INTELTA)

Radio Cutivalú, Piura, Perú

Antecedentes

En 1984, el *Centro de Investigación y Promoción del Campesinado (CIPCA)*, una institución de desarrollo promovida por la Compañía de Jesús, tenía doce años realizando sus actividades en el departamento de Piura (extremo norte del Perú) cuando sus directivos deciden promover y ejecutar estrategias que consoliden, a nivel regional, el impacto de sus intervenciones conseguido a nivel local.

A partir de esa necesidad y considerando que las y los habitantes de esta región tienen una altísima cultura oral, se evalúan las posibilidades de desarrollar un proyecto de comunicación radial, con personería jurídica, autónomo e independiente del CIPCA, pero que contribuyera operativamente en la difusión y multiplicación de las actividades y logros conseguidos por CIPCA.

De esta manera, el 13 de diciembre de 1984 y bajo la presidencia de quien hasta la actualidad es el Arzobispo de Piura y Tumbes, Monseñor Oscar Canturias Pastor, se constituye legalmente el Instituto Teleducativo Los Tallanes (INTELTA) mediante escritura pública.

INTELTA es una asociación civil sin fines de lucro que tiene como objeto fines educativos, culturales y religiosos a favor de la población de Piura y Tumbes, y en especial de los campesinos.

El nombre del Instituto responde a una cultura prehispánica llamada *Tallan*, que se expandió en todo el Valle del Bajo Piura, en los linderos de la actual Comunidad San Juan Bautista de Catacaos. Las y los tallanes eran diestros en el manejo de la tacla, una herramienta muy común para labrar la tierra. La tacla le dio el nombre a la cultura Tallán.



¿QUE ES EL DESARROLLO?

■ EN NUESTRA REALIDAD

Existen diversas maneras de entender el desarrollo. A nivel personal, local y nacional, cada uno de nosotros aspira a llegar hacia un tipo de Desarrollo. Esta aspiración orienta nuestra forma de actuar a nivel personal, como sociedad y como estado.



El cambio de las condiciones políticas, económicas de un país es deseable si y sólo si, coloca en el centro de las aspiraciones a la persona humana

El nombre de la emisora pretende rescatar y revalorar la figura del cacique tallán Lucas Cutivalú. Ante la viveza criolla de un gamonal llamado Gregorio de León, que alegaba como dominios propios las tierras comunales, Lucas Cutivalú, el cacique de la Comunidad San Juan Bautista de Catacaos junto con los caciques de las comunidades de Colán, Sechura y Olmos, piden al Virrey Don Blasco Núñez de Vela que se aclaren los límites de sus comunidades. Así, en 1578, Lucas Cutivalú realizó la primera gestión para lograr que la Comunidad de Catacaos fuera dueña de su territorio.

Esta parte de la historia regional transmitida oralmente, de generación en generación, no aparece registrada en la historia oficial nacional ni regional.

Ahora la emisora se consolida en la consecución de una identidad regional propia, partiendo de su raíz histórica.

Misión de la institución

“Promover el desarrollo regional desde el desarrollo rural, a través de la comunicación interactiva y participativa, con una programación fundamentada en la producción y emisión de programas radiales educativos, culturales, recreativos y de capacitación, entre los sectores y áreas de desarrollo de nuestra región.”

La zona de cobertura es todo el departamento de Piura.

Principales ejes estratégicos, proyectos y fuentes de financiamiento

Nuestros principales ejes de trabajo se concentran en promover los temas vinculados al desarrollo empresarial rural, el desarrollo de la gobernabilidad local y la promoción y debate de los temas estratégicos para el desarrollo regional. Todos estos ejes tienen una directa vinculación con los ejes estratégicos de intervención del CIPCA. Estos ejes responden a los siguientes objetivos programáticos:

- La población tenga acceso a información útil de actualidad y al análisis de los principales temas de coyuntura. Para ello se prioriza la información, opinión y el debate sobre la ejecución de los proyectos estratégicos para el desarrollo regional, asumiendo la transversal de género y el fortalecimiento de la integración fronteriza con Ecuador.

- Los pequeños productores, las empresas rurales y las organizaciones de productores se informan sobre los mecanismos de producción, mercado y oportunidades de desarrollo existente. Se brinda permanentemente información y conocimientos sobre propuestas electorales de desarrollo agrario; precios y mercados; experiencias empresariales; manejo técnico de los recursos agua y suelo; política sectorial y diversificación de cultivos.

- Los pobladores de los distritos y caseríos así como sus gobiernos locales cuentan con un espacio de información y debate sobre experiencias de desarrollo local. Se informa y educa a la población sobre sus principales derechos y deberes ciudadanos, proporcionándoles orientación sobre las instancias a las cuales pueden recurrir (Defensoría del Pueblo, INDECOPI, Superintendencias de Servicios Públicos, etcétera).

- Asimismo, se informa sobre las actividades y la gestión municipal en los espacios provinciales y distritales, priorizando el trabajo concertado y la participación de la población en el desarrollo local, y se difunde las experiencias de Planeamiento Estratégico, Asambleas de Alcaldes, concertación provincial y regional, y fortalecimiento de la institucionalidad local, dando énfasis a la participación de las mujeres y jóvenes organizados.

- En Radio Cutivalú, las instituciones, los decididores y la población regional en general cuentan con un espacio de debate y difusión de iniciativas sobre procesos de descentralización y desarrollo regional.

- Promover el sano entretenimiento, los sentimientos de alegría de la población, los valores religiosos y los valores culturales regionales.

- Se organiza un concurso de música binacional (Perú - Ecuador) en forma descentralizada en seis zonas de Ecuador y Perú (tres provincias del Perú y tres cantones del Ecuador).

- Se organiza un concurso de cuentos y leyendas, mitos y tradiciones regionales.

- Asegurar 15 horas diarias de programación educativa, popular y participativa, que brinde información, conocimientos, opinión y entretenimiento; y que promuevan en la audiencia y la población cambio de actitudes favorables para el desarrollo regional.

- Producir y difundir programas musicales con la participación de los jóvenes (*Esquina 700* y *Crash, Boom, Bang*) y con temas relacionados a ellos.

- Producir y difundir programas de música nacional (*Con sabor a Perú*).

- Producir y difundir programas musicales dirigidos a los migrantes, con temas festivos y turísticos de la región.

- Producir y difundir programa infantil, con mensajes educativos a los niños y niñas sobre sus derechos y deberes, identidad cultural, salud y medio ambiente.

- Producir y difundir programas musicales, religiosos, deportivos e infantiles.

Por otra parte, desde 1999, INTELTA-Radio Cutivalú ha iniciado la formación y capacitación de todo su personal, incluidos sus agentes de comunicación en el tema de equidad de género con la idea de que se convierta en una transversal de su programación cotidiana.

Desde ese mismo año inició un eje temático con las y los niños de las zonas rurales y urbano-marginales, con la finalidad de trabajar algunas líneas temáticas como salud infantil, medio ambiente, identidad cultural y derechos de niños y niñas.

Habiendo definido los ejes estratégicos antes mencionados, nuestras actividades y áreas de trabajo se concentran en proyectos de desarrollo como:

- Proyecto **Comunicación para el Desarrollo**, cuyo objetivo general es crear un espacio de comunicación que permita el acceso a la información útil para dinamizar los procesos del desarrollo regional. Al mismo tiempo, revalorar y socializar las experiencias ciudadanas exitosas que contribuyan a impulsar el desarrollo cultural de la población. Su financiamiento fue posible a través de una acción de cofinanciamiento entre la Comunidad Económica Europea y Manos Unidas de España, entre los años 1997 y 2000.

- Proyecto **Formación y Capacitación de Agentes de Comunicación para el Desarrollo Local y Regional**, cuyo objetivo es contribuir a la sensibilización y a la movilización de la población de la región en la promoción de un desarrollo equilibrado y democrático. Mediante este proyecto son beneficiados los 70 integrantes de la Red de Corresponsales de la radio que se encuentran distribuidos en el departamento de Piura. Su financiación fue posible por medio de la Secretaría de Estado para la Cooperación Internacional y para Iberoamérica (SECIPI), entre los años 1998 y 2000, con el apoyo de un consorcio de ONG españolas integrado por la Asociación de Investigación y Especialización sobre Temas Iberoamericanos (AIETI) y el Centro de Comunicación, Investigación y Documentación entre Europa y América Latina (CIDEAL).

- Proyecto **Programa de Comunicación Educativa para niños y niñas del departamento de Piura**, cuyo objetivo general es contribuir a la sensibilización y movilización en la promoción de un desarrollo humano de los niños y niñas de sectores rurales y urbano marginales en el departamento de Piura, en las líneas de los objetivos de largo plazo del proyecto CIPCA. Su financiamiento ha sido posible, entre febrero de 1999 y febrero del 2001, a través del Ayuntamiento de Madrid, teniendo como contraparte a la ONG española Asociación de Investigación y Especialización sobre Temas Iberoamericanos (AIETI).

- Proyecto **Comunicación, Género y Desarrollo: construyendo relaciones de equidad desde Radio Cutivalú**, cuyo objetivo central es enriquecer la visión de desarrollo que se trasmite desde Radio Cutivalú, incorporando la dimensión de género, logrando así aportar a un cambio de mentalidad en sus oyentes y, por tanto, a un desarrollo más equitativo en la región. Su financiamiento es posible a través de World Association for Christian Communication (Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana), para el período de julio de 1999 a junio de 2001.

Relaciones institucionales

Mantenemos una permanente comunicación con las organizaciones agrarias y campesinas de la región Piura, con énfasis en la problemática del agua, la tierra y la defensa de los derechos de la población rural y campesina.

Principalmente las y los habitantes de las zonas rurales y urbano marginales acceden a la radio para informar y opinar sobre sus problemas, demandas y sus alternativas. Asimismo, para denunciar situaciones irregulares ante asuntos vinculados con la defensa de la tierra, más aún cuando muchas zonas destinadas a la agricultura, ganadería y pastoreo no tienen una adecuada titulación en el Perú.

A nivel regional, INTELTA-Radio Cutivalú integra el colectivo interinstitucional *Propuesta regional*, en donde participan las Universidades, ONG, Colegios Profesionales, instituciones de la Iglesia Católica y los medios de comunicación de la región, para proponer el debate y reflexión de los temas relacionados con el desarrollo regional.

Entre los años 1999 y 2000, ha participado en la elaboración del Plan Estratégico Regional al 2010, invitada por el gobierno regional de Piura como una de las entidades que dinamiza el diálogo, la concertación y la generación de consensos en Piura. Como parte de la continuidad de la ejecución del Plan Estratégico, INTELTA-Radio Cutivalú, en la actualidad, ha sido incorporado al Grupo de Reflexión y Acción Estratégica (GRAE) Cultura Regional de Liderazgo, por su aporte como medio que difunde educación y cultura, y por su cobertura regional.

Asimismo, integra la Coordinadora Nacional de Radio (CNR), en la cual el director de la emisora, ejerce la presidencia. La CNR es una asociación civil de carácter nacional que desarrolla experiencias de intercomunicación con sus 80 afiliados de todo el Perú.

Actualmente, el Comité Directivo junto con los afiliados realizan esfuerzos por conseguir una intercomunicación vía satélite para, en determinados momentos del día, hacer una cadena nacional que permita transmitir acontecimientos de interés para todo el país y, de esta manera, evitar el secuestro de medios de comunicación, como ha ocurrido con los canales de televisión y emisoras de radio de cobertura nacional en la década del fujimorismo.

Es miembro de la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER), desde 1986. Esta entidad latinoamericana cuenta con cerca de cien emisoras afiliadas, ubicadas en 17 países de América Latina, en la cual INTELTA-Radio Cutivalú ha aportado, en los últimos diez años, con cuatro profesionales de diversas profesiones y funciones, quienes fueron formados dentro de un proyecto de comunicación con propuesta de desarrollo en beneficio de los sectores menos favorecidos del país. Entre 1992 y 1994, Radio Cutivalú, a través de su anterior director, ejerció la presidencia de ALER.

Evolución institucional

Radio Cutivalú, La voz del desierto, es un proyecto operativo del Centro de Investigación y Promoción del Campesinado (CIPCA) que desde 1986 funciona, desarrollando acciones de comunicación como emisora educativa y cultural, con mayor cobertura, sintonía y prestigio entre todas las emisoras AM de la Región Grau.

A lo largo de estos casi 15 años de existencia Radio Cutivalú ha tenido un enfoque educativo y cultural de creación de una conciencia cívica y de rescate de la riqueza cultural de nuestra gente. Ahora la radio se propone reforzar los aspectos de la promoción del desarrollo para recoger y potenciar la confianza en el futuro que hoy anima a la población.

Radio Cutivalú orienta su esfuerzo promotor a los sectores mayoritarios de la población rural y urbana, quienes se encuentran en desventaja para participar en los procesos económicos y sociales en curso en el país.

El proceso de desarrollo democrático que ha venido ocurriendo en los últimos años, especialmente a nivel de los gobiernos locales, está creando las condiciones para construir una nueva cultura ciudadana de carácter participativo, que contribuya a neutralizar los tradicionales mecanismos de discriminación y marginación que han primado contra la población de menores ingresos y, especialmente, la población rural.

En una situación como esa los medios de comunicación pueden cumplir una labor de gran importancia para el desarrollo social; sin embargo, las emisoras comerciales tienen limitaciones y otros intereses, careciendo de la vocación y de la capacidad para establecer una relación interactiva con la mayoría de la población.

En este sentido, Radio Cutivalú pretende ser nexo entre estos estratos, ser la cadena de trasmisión y estímulo entre los estratos más deprimidos con los estratos que están aprendiendo a tener éxito, que tienen visión de futuro, que manejan estrategias efectivas y que dominan las reglas del mercado y del desarrollo democrático.

Las fuertes expectativas de la población sobre su futuro y la expansión de la vía satélite, la televisión, la radio, el teléfono permiten trabajar una nueva cultura cívica y promover nuevas formas de desarrollo local. La radio es un instrumento poderoso para promover ese cambio cualitativo.

Por otro lado, los sectores medios, especialmente los jóvenes, que son un importante segmento de la audiencia, comienzan a preferir el sonido estéreo y la calidad digital de la radio de frecuencia modulada que ofrece principalmente entretenimiento musical, poca información y ningún espacio de análisis, reflexión y debate para que puedan asumir roles importantes en el desarrollo de sus espacios vitales y laborales. Radio Cutivalú busca llegar a ese sector con una programación de calidad.

La radio regional, por el contrario, es un agente de primer orden que posibilita a la población local integrarse y construir una identidad propia encaminada hacia el desarrollo. Permite valorar información (noticias, experiencias, procesos) que se generan en espacios locales (provincias y distritos) apoyando la construcción de una imagen completa, y no sólo urbana o capitalina, de la región.

Radio Cutivalú se propone lograr en el ámbito de su acción:

- Democratizar la información y la opinión. Es decir que la gente discuta los temas del desarrollo regional (por ejemplo, proyectos de generación de energía, privatización, equidad de género, etcétera); o que la gente asiente e incremente esta perspectiva y tome conciencia de la importancia de la descentralización del Estado y su participación en los municipios, en sus organizaciones, en la sociedad, en la familia.
- Promover la participación de las grandes mayorías. Es decir, que los hombres y mujeres sientan confianza para expresar sus ideas y aspiraciones. Que las mujeres encuentren formas de participar en la vida social de la región, más allá de sus hijos, su marido y el trabajo de la casa. Asimismo, que los jóvenes encuentren canales para participar activamente en organizaciones barriales, juveniles, etcétera.
- Motivar acciones de progreso desde la difusión de experiencias concretas. Es decir, que los productores agrarios, los micro y pequeños empresarios sean motivados para aumentar sus niveles de producción; o que las mujeres no sientan miedo de ejercer cargos de decisión y responsabilidad.

Premios obtenidos

Durante su existencia institucional, INTELTA-Radio Cutivalú ha obtenido una larga serie de premios y reconocimientos, locales, regionales y nacionales, por parte de instituciones nacionales e internacionales como el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), en reconocimiento a la calidad profesional de sus productos radiofónicos y la gran audiencia conseguida en todo el ámbito de su cobertura.

Radio YARAVI⁽¹⁾

Arequipa, Perú

Radio Yaraví está ubicada en el sur del Perú, en la provincia de Arequipa, la cual tiene una población de 700 mil habitantes. El 70 por ciento son migrantes de las zonas rurales del departamento de Arequipa y otros departamentos del país. Arequipa es uno de los 24 departamentos de Perú.

Contexto actual del país

Actualmente, julio del 2001, está asumiendo la Presidencia del Perú el Doctor Valentín Paniagua. Uno de sus logros más positivos ha sido la recuperación y fortalecimiento de la institucionalidad democrática del país.

Este año asumirá la presidencia Alejandro Toledo Manrique del Partido Perú Posible, quien ganó las elecciones del 3 de junio de 2001. Se continúa la lucha contra la corrupción Montesinos - Fujimori. Hay una profunda recesión económica que creemos no va ser solucionada de inmediato y dependerá de las medidas que adopte el nuevo Presidente de la República. También con el último terremoto del 23 de junio en la parte sur del país, que llega a más de 200 mil damnificados, se incrementa aún más la situación de pobreza en el Perú.

Fundación

Radio Yaraví surgió en el año 1993, hace ocho años. Es propiedad de la Asociación Civil **Centro de Comunicación Amakella**, fundada en 1981. Desde su inicio, surge como una propuesta de **Comunicación Educativa** que contribuye al desarrollo de los sectores populares de Arequipa, a partir de sus necesidades y aspiraciones.

Amakella se inicia con la producción de programas de Radio Educativa en diferentes temáticas, programas que se transmiten en espacios alquilados en varias emisoras locales. Asimismo, inicia un trabajo de formación y capacitación de dirigentes hombres y mujeres en el campo de la comunicación popular y la organización social. El desarrollo del proceso comunicacional concluye con hacer realidad el proyecto de emisora propia: Radio Yaraví.

Este proyecto comunicativo tiene como uno de sus principales ejes, la participación de la ciudadanía. Es una emisora de ámbito provincial, emite en AM con una potencia de 2.5 Kw y FM 1 Kw. Su programación comprende 20 horas diarias, de 04 a 24.00 horas.

Objetivos generales

- Aportar en la integración y articulación de la sociedad de Arequipa a través del diálogo y de la concertación entre los principales actores sociales de la región -Estado y Sociedad Civil-, fortaleciendo la vida democrática.

(1) Yaraví: música indígena de origen precolombino, creación de los mestizos ecuatorianos, peruanos y bolivianos.

- Incidir, desde la comunicación radiofónica, en el desarrollo local y en el mejoramiento de las condiciones de vida de la población.

Objetivos específicos

- Promover el ejercicio de la ciudadanía, en una perspectiva de género, en todos los actores sociales de los sectores populares.

- Promover la integración social de la juventud de los sectores populares como sujeto de derecho en el proceso de desarrollo local.

- Aportar en el afianzamiento de una identidad cultural urbana, promoviendo respetos y valoraciones, así como la diversidad cultural de nuestro país.

- Contribuir a mejorar los niveles de prevención y promoción de la salud en los sectores populares.

- Acompañar desde la radio el proceso de evangelización de la población de Arequipa.



Nuestro público

El público potencial son los sectores populares de la ciudad de Arequipa, especialmente el urbano marginal, conformado por el 70 por ciento de personas migrantes de las zonas rurales del departamento de Arequipa y otros departamentos vecinos. Son adultos de 25 años a más de 65 años, así como niños, niñas y jóvenes de 6 a 24 años.

Líneas de acción

- Ejercicio de ciudadanía (derechos y deberes) en perspectiva de género en los principales actores sociales.
- Democratización de la sociedad (proceso electoral democrático).
- Información democrática y descentralizada, con énfasis en lo local y macroregional.
- Identidad cultural popular, interculturalidad, programa bilingüe quechua-castellano.

- Prevención y promoción de la salud.
- Jóvenes.

Actividades 2001

- Planes Operativos Anuales de cada programa.
- Seguimiento y control de calidad técnica y sonora permanente.
- Programas participativos / ficha de seguimiento.
- Campañas de promoción.
- Plan de relacionamiento institucional.
- Medición de audiencia.
- Red de corresponsales departamentales y Red de Intercomunicación Macro Región Sur.
- Plan de monitoreo.
- Plan de mercadeo.

Productos

Programas informativos, educativos, de entretenimiento y de evangelización.

- *Onda informativa.* Noticiero que busca aportar a la integración y articulación de la sociedad de Arequipa a través del diálogo y la concertación entre los principales actores de la región: Estado y Sociedad civil, afianzando una cultura ciudadana y democrática. Noticiero que tiene tres emisiones diarias: 5 a 9 am, 1 a 2 pm y 6 a 6.30 pm. Desde el informativo **se trabaja la red de corresponsales de la provincia y del departamento.** Desde el mes de junio se ha impulsado la Red Intercomunicación de la Zona Sur del país, con intercambio de información entre diez emisoras de los departamentos del sur del país.

- *Mil colores.* Radio-revista de 4 horas diarias, de 9 am a 1 pm de lunes a viernes, cuyo objetivo es contribuir al fortalecimiento del ejercicio de ciudadanía en perspectiva de género. Su público: mujeres y varones, con incidencia en las mujeres. Revista que incluye consultorios médico, psicológico, nutricional, denuncias y propuestas, temas de análisis, debates, programas directos desde la calle, consejos prácticos, concursos y música.

- *El Despertador y El cantar de nuestro pueblo.* Programas diarios en bilingüe, quechua y castellano. Busca aportar en el afianzamiento de una identidad cultural urbana promoviendo respetos y valoraciones, así como el reconocimiento de la diversidad cultural de nuestro país. Su incidencia está en el público adulto, que incluye variedad de temas y cada año llevan a cabo el concurso de la canción folclórica, con los cultores del folclore.

- *Circuito libre*. Programa dirigido a los jóvenes de 13 a 24 años. Se emite de 4 a 7 pm en la FM. Se busca elevar los niveles de autoestima, protagonismo social y valoración de la juventud. Aquí, la participación del Club de los Radio Apasionados (jóvenes que vienen al programa) le da mayor dinamismo.

- *El trencito de mi barrio*. Programa infantil que quiere contribuir a elevar los niveles de autoestima y protagonismo social de los niños y niñas. Ellos participan a través del Club del trencito de mi barrio, cada día en los diferentes espacios y en concursos. Programa diario de 3 a 4 pm.

- *Más vale prevenir*. Revista de salud. Aporta a mejorar las condiciones de salud de la población de la provincia de Arequipa. Se emite los viernes de 12 a 1 pm. Para ello se tiene coordinación y relación con hospitales y centros de salud que colaboran.

- *La buena noticia*. Programa de evangelización que trasmite permanentemente una reflexión de la vida cotidiana desde la fe y los valores del evangelio de Cristo. Microprograma diario de 10 minutos.

- *Entre pueblos*. Revista dirigida a difundir información y actividades de los pueblos jóvenes de Arequipa, así como a brindar información general. Se emite los domingos de 8 am a 1 pm.

- *Alma latinoamericana*. Programa diario de 7 a 9 pm que difunde música y cultura de Latinoamérica.

- *La voz de la esperanza*. En este programa se incide en la comunicación entre los presos de las cárceles y sus familiares. Tiene mucha participación por cartas y teléfono. Sale de 9 a 10 pm tres veces a la semana.

- Otros programas como: *La Hora Catorce*, *IDELE Radio*, *El pasajero de la música*, *La Hora Cero*, entre otros.

Resultados / Logros

- Se tiene programas de buena calidad comunicativa.
- Buen nivel de organización interna y planificación.
- Se cuenta con equipo humano profesional (en su mayoría) permanente.
- Hay alto porcentaje en la ejecución de las actividades planificadas.
- Se reconoce a la emisora como una propuesta comunicativa diferente a otras emisoras.
- Hay buena credibilidad en nuestro público.
- Buen relacionamiento con nuestra audiencia.
- Imagen pública positiva.
- Somos referentes de radio educativa y promocional en Arequipa.

- Se ha avanzado en la articulación con las ONG locales.
- Como institución se tiene capacidad para generar recursos.
- Buen nivel de relacionamiento con organizaciones no gubernamentales de Arequipa; somos parte de la Coordinadora Nacional de Radio (CNR) y de la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER).

Dificultades / Limitaciones

- Hay deficiencia en el monitoreo técnico y cualitativo de los programas.
- No se cuenta con movilidad propia.
- Baja potencia de la FM, sólo de 1 Kw; se sugiere incrementar más Kw.
- Venta de publicidad débil.
- Dificultades para acceder al mercado publicitario de Lima, hay mucho centralismo.
- Competencia desleal de cadenas nacionales.
- La tendencia de la cooperación internacional hacia otros lugares y aspectos. La comunicación social no es de su prioridad.

Responsabilidad / trabajadores y colaboradores

Director de Radio Yaraví: Hugo Ramírez Huamán.

Trabajadores: 16 periodistas y productores; 8 en coordinación y administración.

Colaboradores: 25 corresponsales departamentales y de la región Sur.

TODAS LAS VOCES

Durazno, Uruguay

Introducción

La Asociación Cristiana de Jóvenes tiene 92 años de vida en Uruguay, con un sólido prestigio institucional legitimado por su permanente vinculación a las más destacadas tradiciones democráticas y de tolerancia civil. Expresa su preocupación por los problemas sociales que afectan a sectores importantes de la población, a través de su Instituto de Desarrollo Humano (IDHU), llevando a cabo proyectos de desarrollo social en zonas urbanas y rurales desde hace más de treinta años. El financiamiento de los mismos se constituye con recursos solidarios del exterior, propios y los aportes locales de las poblaciones objetivo.

La estrategia de intervención en tanto actor externo, se basa en estimular la participación organizada de las personas como protagonistas principales de los procesos de crecimiento y desarrollo. La sustentabilidad (política, económica y operacional)

constituye un criterio central que orienta los procesos de promoción y acompañamiento, evitando las prácticas paternalistas. Con tal propósito se procura fortalecer los proyectos a través de acuerdos y convenios con otras instituciones, organizaciones sociales y grupos promoviendo el fortalecimiento de las organizaciones locales.

A pesar de que en Uruguay existe una larga tradición radiofónica, el marco legal vigente no ha permitido el desarrollo de radios ciudadanas o educativas, como en la mayoría de los países de América Latina. El país tiene una fuerte concentración de población y de medios de comunicación en la capital, determinando que las zonas rurales alejadas, con malos caminos, en condiciones de aislamiento y alto índice de necesidades básicas insatisfechas, tengan pocas posibilidades de comunicación y crecimiento.

En estas zonas donde la imagen de la televisión llega a bajos porcentajes de la población, la radio adquiere un papel muy destacado en la socialización cotidiana. Es una ventana que se abre en la vida doméstica a la información de lo que ocurre en el mundo, una compañía para



quienes están muchas horas en el hogar, el trabajo o en el campo. Los medios nacionales no dedican tiempo de su programación a informar sobre la realidad del Interior, salvo que haya alguna noticia espectacular.

Paralelamente, en muchas localidades rurales las personas se vinculan y se organizan, en mayor o menor grado, tratando de mejorar sus condiciones de vida. A veces lo hacen desde instituciones u organizaciones formales, con sedes físicas y alguna infraestructura, y en un gran número de casos desde comisiones o grupos informales que durante muchos años procuran la resolución de problemas concretos. No es un proceso lineal sino un largo camino con una trama compleja de relacionamientos, de demandas, de trabajo individual y en grupos, de articulaciones, de un aprendizaje con avances y retrocesos pero que en definitiva va construyendo escuelas, liceos, policlínicas, clubes y canchas de fútbol, comunidades.

La región

El área geográfica del proyecto se ubica en el centro del país y mayormente en el interior del departamento de Durazno donde se constataron altos índices de Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI), según el Censo de Población y Viviendas de 1996, del Instituto Nacional de Estadísticas, en particular en el área rural.

Las áreas urbanas comprenden núcleos poblados de menos de 7.000 habitantes, que en general han incrementado su población en los últimos años como consecuencia de la emigración del campo aun hacia pequeños poblados. La relación hombres/mujeres es equilibrada en todos los casos. Las fuentes de ocupación principales son los servicios y las tareas rurales. El nivel de desempleo se ubica por encima del 16 por ciento de la población económicamente activa.

El nivel educativo predominante es primario. Comparativamente, Sarandí del Yi muestra una media de años de educación formal más alta que las otras ciudades, en las que la población con educación secundaria y superior es reducida. Las de mayor población presentan, en general, más y mejores servicios pero las demás tienen serias carencias en cuanto a servicios de educación, salud, comunicaciones, empleo.

En las áreas rurales la producción predominante es la ganadería tradicional, con mayor peso de la explotación lanar (ovinos) y algo menor la ganadería vacuna, con baja generación de empleo rural. Predomina el campo natural, no cultivado, en el 90 por ciento del área (Ministerio de Ganadería, Agricultura y Pesca, Dirección de Estadísticas Agropecuarias, 2000).

En los últimos años, en concordancia con una política estatal de fuertes estímulos a la implantación forestal, la superficie dedicada a esta actividad ha aumentado considerablemente pasando en diez años de un área reducida a 500.000 hectáreas. El 80 por ciento de lo plantado pertenece a eucalipto y el resto pino (*idem*). Si bien la mayor parte de la producción forestal se exporta sólo como rolo (para la elaboración de pasta de papel), sin valor agregado en el país, se ha generando cierta demanda de mano de obra para los trabajos de viveros, plantación y mantenimiento de las mismas. Salvo en alguna de las grandes empresas, las condiciones de vida y trabajo son muy malas.

Las organizaciones sociales⁽¹⁾ locales realizan importantes esfuerzos para la mejora de la calidad de vida. Su apoyo llega a ser determinante para el funcionamiento de una escuela, una policlínica, una secundaria, un club social, etcétera. Más recientemente se han sumado formas organizativas más específicas sobre temas como infancia, mujer, tercera edad y otros, con contenidos y prácticas sociales renovadores. Algunas poseen personería jurídica.

Descripción

El proyecto, recogiendo demandas locales, **articula el trabajo de grupos y organizaciones con los medios de comunicación existentes en la región centro del país, para crear espacios de expresión ciudadana y educativos como parte de un proceso que contribuya al desarrollo social y económico.** Se estructura a partir de dos grandes componentes que procuran realimentarse mutuamente: comunicación radiofónica y en medios escritos; y la promoción del desarrollo local.

(1) Por razones de espacio no se incluye una tabla descriptiva por localidad que contiene las distintas organizaciones sociales de la región, sus actividades principales y los problemas o necesidades que atienden (ACOR, Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, Uruguay, 1996).

La comunicación radiofónica y en medios escritos

En la etapa inicial se articularon varias acciones simultáneas: convocatoria, capacitación y coordinaciones con los medios y autoridades públicas así como actores privados.

Se realizó una convocatoria abierta en seis localidades del interior del departamento de Durazno: La Paloma, Blanquillo, Sarandí del Yi, Villa El Carmen, Carlos Reyles y Cerro Chato. Estaba dirigida a organizaciones e individuos con vocación comunitaria y gusto por la comunicación, sin restricciones de edad, género, formación ni experiencia previa. Se fueron conformando grupos de seis a siete integrantes en cada localidad a los que se sumaron varias instituciones.

La capacitación radial inicial insumió 64 horas, con énfasis en la producción de programas y elementos teóricos paralelamente. Posteriormente se han realizado dos módulos por año (durante dos años) de 16 horas cada uno en los que se profundizó el manejo radial y se incorporaron los medios escritos y la fotografía como apoyo. La mayoría de los capacitadores pertenecen a la Licenciatura de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de la República.

La actitud de los propietarios de radios ante la nueva propuesta fue diversa, desde una aceptación clara a una negativa cerrada. Se obtuvo inicialmente el apoyo de dos y posteriormente de una tercera radio. Se inició así la emisión en vivo desde Radio Durazno, una radio AM en la capital del departamento, como líder de la transmisión y dos más que transmiten en simultáneo vía telefónica: 88.3 FM Oxígeno de La Paloma y AM 1160 Radio Agraria de Cerro Chato (a 160 y 220 kilómetros de distancia por carretera, respectivamente).

Todas las voces tiene rasgos de una revista de interés general, combina lo informativo con lo formativo. Su característica más sobresaliente es la producción y transmisión en vivo de la información local por parte de los propios equipos de comunicadores. La emisión se realiza habitualmente desde Radio Durazno todos los sábados de 13.30 a 15.00 horas y en ocasiones se trasmite en forma rotativa, en directo, desde las localidades participantes. Los equipos de comunicadores locales envían durante la semana previa las notas grabadas que se editan y que luego ellos mismos presentan por vía telefónica desde otra radio o en su defecto desde la sede de alguna organización social, institución local o el hogar. Agregan a su tarea la planificación con los grupos locales de los contenidos a desarrollar, la producción general del programa y la venta de espacios publicitarios.

Se abordan temas como salud, educación, vivienda, emprendimientos productivos, infancia, jóvenes, mujer, tercera edad, conservación del medio ambiente y otros que se consideren apropiados por las propias comunidades. En oportunidades se invitan técnicos o autoridades del departamento (provincia), a los cuales la población les realiza preguntas sobre problemas de los servicios locales. Se ha generado un espacio claramente identificado por la población objetivo que semana a semana se encuentra no sólo con las voces de los especialistas o autoridades, sino también con las de los vecinos.

Como resultado de los planteos realizados en los medios por los propios protagonistas (frecuentes cortes de energía eléctrica, el mal estado de los caminos, los problemas con la atención médica, transporte, etcétera), se ha obtenido un número muy importante de respuestas, manifestaciones de interés y soluciones concretas, con un beneficio directo sobre las poblaciones. A continuación se presentan las localidades, ubicación y número de habitantes, donde se conformaron equipos de comunicadores y las radios con las cuales se alcanzaron acuerdos para emitir el programa.

Localidad/Ciudad	Departamento	Nro. Habitantes	Radio
Durazno	Durazno	32.450	AM 1430 R. Durazno
La Paloma	Durazno	1.573	FM 88.3 Oxígeno
Cerro Chato	Treinta y Tres	2.945	AM 1160 Agraria
Blanquillo	Durazno	1.350	
Sarandí del Yi	Durazno	6.980	
Villa El Carmen	Durazno	3.100	
Carlos Reyles	Durazno	1.822	

Fuente: Censo General de Población y Vivienda, 1996, Instituto Nacional de Estadísticas.

El proceso de comunicación radial estimuló a los equipos locales a plantearse otras metas. Así comenzaron a escribir notas y artículos, con los mismos objetivos comunitarios, en el diario *El Acontecer* que se distribuye en la región. Posteriormente una de las localidades, Sarandí del Yi, estableció un convenio más ambicioso y desde hace cerca de un año publican el semanario *Todas las Voces* junto al diario de distribución regional, otorgándole un carácter más amplio al conjunto del proyecto al ingresar a un medio distinto y complementario.

Se han facilitado a los grupos locales medios técnicos (grabadores, teléfonos móviles, cámaras fotográficas) que posibilitan el trabajo de comunicación y la participación directa tanto en las radios como en los medios escritos.

La promoción del desarrollo local

La capacitación, la producción radial y escrita son herramientas que potencian el trabajo que desarrollan los grupos, organizaciones comunitarias e instituciones locales en su esfuerzo conjunto por mejorar sus condiciones de vida. Paralelamente, en forma interactiva con los actores locales, el proyecto ha apoyado otras demandas contribuyentes al objetivo general de desarrollo humano. Así, con la realización de cursos talleres se capacitan multiplicadores locales en actividades que no existen o que tienen un escaso desarrollo, como por ejemplo recreación, vínculos familiares, orientadores/as de fútbol infantil.

En este accionar es necesario destacar que a pesar de las muchas limitaciones económicas, hay administraciones públicas que comprendiendo los objetivos colectivos realizan importantes contribuciones a la implementación de estas actividades, como son: transporte y hospedaje de los participantes en instancias de capacitación, locales, equipos.

El proyecto apunta a la construcción de puentes entre el Estado y las organizaciones sociales, superando las prácticas clientelares desarrolladas por los caudillos locales y fortaleciendo la capacidad efectiva de la sociedad civil. Para ello se trabaja con las organizaciones sociales, líderes e individuos de cada localidad, sin exclusiones, que se sientan motivados a participar directa e indirectamente en la búsqueda de soluciones conjuntas. No exclusivamente desde las demandas insatisfechas sino también desde una posición activa y constructiva.

Objetivos Generales

- Fortalecer la capacidad de iniciativa y de articulación entre grupos, organizaciones sociales y medios radiales de comunicación, conformando un sistema capaz de actuar sobre áreas de desarrollo social y económico en la zona centro del país.
- Contribuir al ejercicio de los derechos cívicos de los ciudadanos y al integral funcionamiento de la ciudadanía social (derechos y responsabilidades), comunicando necesidades, propuestas, opiniones de la población en interacción local con medios y niveles de decisión público y privado.
- Introducir elementos innovadores en cuanto a contenidos y formas en la radiodifusión de las áreas rurales del centro del país, tendientes a concentrar atención y aportar soluciones a las necesidades más prioritarias de la población de menos recursos.

Objetivos específicos

- Incorporar a la programación de los medios de comunicación locales (radiales, escritos, televisivos) contenidos periódicos, sistemáticos, de naturaleza educativa y de información comunitaria, facilitando el diálogo y el intercambio de experiencias entre los actores locales y externos.
- Facilitar la comunicación en red de grupos sociales radicados en distintas localidades rurales de la microregión de impacto, a partir de problemas, necesidades y actividades de interés comunitario.
- Capacitar a actores locales: promotores y comunicadores, a efectos de procurar el logro de los impactos y los productos idóneos a la satisfacción de los intereses del conjunto de la sociedad local involucrada.
- Posibilitar la sustentabilidad efectiva del programa de comunicación con el involucramiento de empresas e instituciones públicas y privadas que participen en el soporte material e institucional.

Resultados

- Producción y emisión de más de 130 programas radiales innovadores y particulares que llegan a la población de las áreas rurales y urbanas de la región centro del país.
- Vinculación regular y orgánica de al menos 25 personas (irregularmente 15 más) y 15 grupos / organizaciones comunitarias con la programación.
- Capacitación de 50 personas en técnicas de comunicación social (radial, prensa escrita, fotografía, informática).
- Realización de tres instancias anuales de planificación y evaluación de actividades con el conjunto de los comunicadores locales y representantes de las organizaciones.
- Las localidades han organizado entre su audiencia, al menos dos concursos por año, sobre temas de preocupación social (prevención del SIDA, temas de género, patrimonio natural) con premiación a los ganadores.
- Realización de un Festival con la participación de 400 personas en Villa del Carmen, con motivo del primer año del programa radial.
- Se imprimieron medios gráficos identificatorios con el logotipo del programa y se realizó un video de 20 minutos para ampliar su difusión.
- Se han publicado 40 números del semanario *Todas las Voces*.

Impactos

El proyecto *Todas las Voces* ha permitido:

- Llegar durante 3 años semanalmente a más de 10.000 personas de las áreas rurales y urbanas de la región centro del país a través de un programa radial innovador, producido con un muy alto grado de compromiso de los propios actores locales.
- Estructurar progresivamente una red de comunicación entre las distintas localidades y entre ellas y los niveles departamentales.
- Otorgar la oportunidad de expresarse a través de un medio de comunicación masivo a más de 500 personas que anualmente salen al aire en directo para plantear opiniones y propuestas en torno a temas de su interés.
- Realizar entrevistas a candidatos presidenciales, ministros, autoridades departamentales y nacionales por asuntos de interés local.
- Generar puestos de trabajo a algunos comunicadores a partir de su buen desempeño práctico, condiciones personales y formación calificada.
- Organizar nuevos cursos de capacitación producto del relacionamiento directo entre los comunicadores y docentes.
- Estimular a los participantes en el proyecto para continuar mejorando su nivel de formación, integrándose algunos al sistema educativo formal.

- Obtener ingresos para los equipos de comunicadores por venta de publicidad , así como apoyos de diversa naturaleza: equipamiento, locales, insumos, de diferentes instituciones públicas y privadas.

- Obtener una importante distinción, el premio Tabaré edición 2000, organizado por el Diario *La República*, de distribución nacional. El programa radial fue seleccionado entre los diez mejores del Interior y un grupo en representación de los comunicadores recibió el premio en una gran fiesta en la capital del país que congregó a cerca de 1000 profesionales de la comunicación.

- La incorporación de los comunicadores a la Asociación Duraznense de Prensa (ADP), institución gremial que agrupa a la totalidad de los profesionales de la comunicación en el departamento, como miembros plenos, en reconocimiento a los valores de la experiencia.

- La participación de uno de sus miembros en un curso internacional organizado por la Federación Internacional de Periodistas (FIP) en Caracas y en Porto Alegre durante el año 2001, invitado a través de la Asociación de la Prensa Uruguaya (APU).

El proyecto ha estimulado en forma perdurable el potencial de liderazgo local impulsando el crecimiento individual y grupal. Junto a la capacitación social se han incorporado conocimientos en tecnologías de avanzada como informática, radiocomunicación, telecomunicaciones, nociones de electrónica y otros, producto de una experiencia significativa, que serán utilizados más allá del período del proyecto en claro beneficio de las comunidades.

Se han desarrollado equipos con una importante capacidad de comunicación y legitimidad que están contribuyendo a formar opinión, constituyéndose en **referentes para autoridades y otros actores locales y extra locales**, siendo convocados a muchas actividades para la difusión de información pública.

La ampliación del trabajo a la prensa escrita consolidó la presencia de la red de equipos.

La comunicación horizontal entre localidades, que si bien comparten un área geográfica tienen características propias, les ha permitido descubrir nuevos aspectos y potencialidades. De la misma forma se ha avanzado en un sentimiento de proximidad, integración y mayor protagonismo regional.

El relacionamiento con el sector privado, que es difícil para una experiencia diferente, innovadora, ha mostrado que si bien hubo negativas, también se abrieron espacios en medios de comunicación que se interesaron, tomaron la propuesta y promovieron con entusiasmo el conjunto del proyecto. El apoyo económico brindado por privados ha constituido un estímulo vital. Se posee presencia en medios privados, con contenidos y metodologías diferentes, manteniendo su perfil comunitario y realizando aportes reales a la descentralización y el desarrollo local, que han sido reconocidos por los actores departamentales e incluso nacionales, públicos y privados. *Todas las Voces* sigue en

curso y está en proceso abierto a las modificaciones y crecimientos que puedan darse en su transcurso.

Equipos de comunicadores locales

La Paloma: Víctor Olivera, Lilián Reyes, Raúl Rodríguez, Fernando Reyes.
(oxfm88.3@adinet.com.uy)

Blanquillo: Elizabet Fabra, Susana Oviedo, Nefer Medina, Estela Pereyra,
Enrique Altosor.
(tvocesb@adinet.com.uy).

Sarandí del Yi: Miguel Nell, Carolina Gonzalez, Estrella da Silva, Raúl Lopez,
Laura Peralta, Adriana Cortazzo.
(tvoces@adinet.com.uy)

Villa El Carmen: Estela Apollonio, Mario Rodríguez, Raúl Rodriguez, Ruben
Silvera, Pablo Goyen, Hugo Lima, Juan Ramón Silvera.
(tvocesvc@adinet.com.uy)

Carlos Reyles: Elizabet Ramírez, Paola Monansilio, Elsa Echeverria.
(tvocescr@adinet.com.uy)

Cerro Chato: María N. Marquez, Nico Barrero, Victoria Gomez.

Conductor radial: Carlos Maggi
(carlosmaggi@hotmail.com)

Redactor responsable del semanario *Todas las Voces*: Miguel Nell (tvoces@adinet.com.uy)

Intendente Municipal de Durazno: Profesor Carmelo Vidalín

Director de Radio Durazno: Domingo Rielli (www.durazno.com)

Director de Radio Oxígeno: Héctor Hernández

Director de Radio Agraria: Feder Benitez

Director del diario regional *El Acontecer* de Durazno: Carlos Román (acontece@adinet.com.uy)

ANEXOS

ORGANIZACIONES NACIONALES E INTERNACIONALES

América Latina en Red (ALRED)

Desde setiembre de 1997, ALER puso en funcionamiento América Latina en Red, ALRED, un sistema satelital que cubre todo el continente y que en su primera etapa enlazará y brindará servicios radiofónicos a 45 emisoras en 14 países del continente.
www.alred.org

Area de Libre Comercio de las Américas (ALCA) / Free Trade Area of the Americas (FTAA)

Los esfuerzos para unir las economías del hemisferio occidental en un solo acuerdo de libre comercio comenzaron en la Cumbre de las Américas que tuvo lugar en Miami, en diciembre de 1994. Los jefes de Estado y de Gobierno de la región acordaron el establecimiento del Área de Libre Comercio de las Américas, o ALCA, en la cual se eliminarán progresivamente las barreras al comercio y a la inversión, y la finalización de las negociaciones para el año 2005.
www.ftaa-alca.org

Asociación Cristiana de Jóvenes (ACJ) / Young Men's Christian Association (YMCA)

Trabaja con toda la comunidad independientemente de religión, raza, género o cultura, por los cambios sociales dirigidos a las raíces de los problemas que enfrenta la gente. Junto con la recreación, el deporte y las actividades educativas, en muchos países las ACJs están comprometidas con la formación de movimientos por los cambios sociales. Comparte las preocupaciones de la gente a través de las organizaciones de la comunidad y de programas de autogestión.
www.ymca.int

Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER)

Las emisoras e instituciones de radio afiliadas en ALER tienen una misión: fortalecer el movimiento de la radio popular y de la democratización de las comunicaciones en América Latina y El Caribe, para contribuir a la construcción de sociedades democráticas y participativas donde los pobres sean protagonistas de su propio desarrollo. Objetivos: i) que las emisoras populares se fortalezcan, consolidar proyectos comunes entre las radios populares para asegurar incidencia y presencia regional, nacional y continental. fortalecer la identidad y los lazos asociativos dentro de ALER, como asociación de inspiración cristiana y/o humanitaria.
Quito, Ecuador
www.aler.org

Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC)

Organización no gubernamental internacional al servicio del movimiento de las radios comunitarias. Su objetivo es apoyar y abogar por el desarrollo de la radio comunitaria y participativa, de acuerdo con principios de solidaridad y cooperación internacional. Creada en 1983, cuenta con cerca de 3.000 miembros en 106 países. Su Oficina Internacional se encuentra en Montreal, Canadá y sus coordinaciones regionales en Africa, América del Norte, América Latina y el Caribe, Asia, Europa y Oceanía.

AMARC defiende el Derecho a la Comunicación como un derecho humano universal en los niveles vecinales, locales, nacionales e internacionales. La organización apoya la comunicación democrática como un elemento esencial para la vigencia de las democracias. Igualmente, proporciona capacitación práctica, asistencia técnica y oportunidades de alianzas para y entre productores y radiodifusores.

Av. Atáhuapla 333 y Ulloa

Quito, Ecuador

Tel/Fax: (593) 2 501 180/551 674

latam@amarc.org - www.amarc.org

Centro de Investigación y Promoción del Campesinado (CIPCA)

Organización no gubernamental de desarrollo promovida por la Compañía de Jesús en el Perú, fundado en mayo de 1972, con sede en Piura, en el extremo norte del Perú. Combina estrategias de intervención directas en la promoción del desarrollo, con actividades de investigación, tratamiento de información, debate y concertación a nivel regional y nacional. CIPCA busca inducir cambios en las instituciones de la sociedad regional (el Estado, el mercado, la democracia local), o en sus agentes, de manera que su funcionamiento integre a poblaciones marginadas de los beneficios del bienestar económico y de la participación ciudadana. Impulsa programas de: Desarrollo Empresarial que buscan la viabilidad y consolidación de los pequeños agricultores; desarrollo de la Gobernabilidad apoyando la consolidación de la democracia local, de las organizaciones sociales y gobiernos locales.

Piura, Perú

www.cipca.org

Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para A. Latina (CIESPAL)

Organismo regional, no gubernamental, autónomo, sin fines de lucro, fundado en 1959. Trabaja por el desarrollo y democratización de la comunicación, información y cultura latinoamericana, a través de la investigación, formación profesional, documentación y producción de materiales educativos impresos, de audio y video. Tiene su sede en Quito. ciespal@ciespal.org.ec - www.comunica.org/ciespal/

Comisión Económica para América Latina y El Caribe (CEPAL)

Es una de las cinco comisiones regionales de las Naciones Unidas y su sede está en Santiago de Chile. Se fundó para contribuir al desarrollo económico de América Latina, coordinar las acciones encaminadas a su promoción y reforzar las relaciones económicas de los países entre sí y con las demás naciones del mundo. Posteriormente, su labor se amplió a los países del Caribe y se incorporó el objetivo de promover el desarrollo social.

www.cepal.org

Comisión Federal de Comunicación de Estados Unidos/ FCC

Agencia independiente del Gobierno, que responde directamente al Congreso, establecida en 1934 se ocupa de la regulación de la comunicación entre estados e internacional en cuanto a radio, televisión, cable y satélite.

www.fcc.org

Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH)

Es una de las dos entidades del sistema interamericano de protección y promoción de los derechos humanos en las Américas. Tiene su sede en Washington. El otro órgano es la **Corte Interamericana de Derechos Humanos**, con sede en **San José, Costa Rica**. La CIDH es un órgano principal y autónomo de la Organización de los Estados Americanos (OEA), cuyo mandato surge de la Carta de la OEA y de la Convención Americana sobre Derechos Humanos, actúa en representación de todos los países miembros de la OEA.

Washington, Estados Unidos

cidhoea@oas.org - www.cidh.org

Comité Mundial de Libertad de Prensa / World Press Freedom Committee (WPFC)

Ayuda a periodistas en sus luchas contra abusos que afectan a la prensa, con sede en Estados Unidos, tiene 44 organizaciones afiliadas en la prensa escrita, radio y televisión de varios continentes. Ha desarrollado la Carta para una Prensa Libre que plantea los derechos esenciales para la libertad de prensa.

freepress@wpfc.org - www.wpfc.org

Cooperativa de Radioemisores del Interior (CORI), Uruguay

Con 40 años de actividad, nuclea 39 emisoras de todo el país, centraliza la gestión comercial de las emisoras asociadas en forma exclusiva en la capital, Montevideo. Transmite a través de su propio sistema de microondas los “Informativos CORI” que se emiten todos los días, a las 13:00 y a las 21:00 horas en cadena por las 39 emisoras pertenecientes al circuito

18 de Julio 948 of. 603

tel: (5982) 902 90 47 fax: 908 62 48

coriamfm@adinet.com.uy

Coordinadora de Radios Populares del Ecuador (CORAPE)

Trabaja desde 1988 por el fortalecimiento de las radios educativas, populares y comunitarias del Ecuador, agrupa a emisoras y centros de producción directamente vinculados a procesos de desarrollo social a nivel nacional. Procura la participación ciudadana en el proceso de reconocimiento, validación e identificación con la cultura de sus pueblos para dar espacios a los que antes no los tenían, y de esta forma se escuche la voz de todos. Se plantea: i) posibilitar el acceso a información reciente sobre los procesos productivos en los que las comunidades basan su economía. ii) mejorar sus expectativas de comercialización nacional e internacional de sus productos y artesanías. iii) abrir posibilidades más amplias para el intercambio cultural y para dar a conocer sus propias realidades.

Quito, Ecuador

www.ecuanex.net.ec

Coordinadora Nacional de Radio (CNR), Perú

La Coordinadora Nacional de Radio se fundó en Sicuani, Cusco, el 31 de agosto de 1978. En 1992, la CNR creó la primera agencia descentralizada de noticias del país que produce y distribuye información periodística desde el interior del territorio nacional a diversos medios de comunicación a nivel nacional e internacional. En 1998, preocupada por servir más y mejor a sus destinatarios, dio vida al sistema de intercomunicación satelital ALRED. Son más de 200 emisoras educativas de América Latina y del Perú las que trabajan en red, produciendo y difundiendo programas de interés nacional y latinoamericano. Actualmente, la Coordinadora tiene como afiliadas a 70 instituciones y una red de influencia constituida por un número superior a las 150 emisoras y programas radiales. La mayoría de ellas integradas vía satélite e internet.

www.cnr.org.pe

Federación Internacional de Periodistas (FIP)

Se estableció en 1926, hoy representa a cerca de 450.000 miembros de 100 países, siendo la mayor organización de periodistas en el mundo. Tiene su sede en Bruselas y seis oficinas regionales en distintos países. Estableció un fondo de Seguridad Internacional para ofrecer ayuda humanitaria a periodistas víctimas de violencia. Trabaja con sindicatos representantes de los profesionales de prensa y lleva sus problemas a nivel internacional -Naciones Unidas- y al movimiento sindical internacional. Tiene oficina para los derechos humanos en Perú y coordina programas de capacitación.

anp@amauta.rcplnet.pe - ifj@pophost.eunet.be - www.ifj.org

Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA)

Es el organismo especializado en agricultura del Sistema Interamericano de la Organización de Estados Americanos (OEA). Con respecto al desarrollo rural su objetivo es que las organizaciones, públicas y privadas de los Estados Miembros vinculadas al

desarrollo rural, cuenten con capacidad para formular y ejecutar estrategias, políticas y programas de desarrollo rural, que contribuyan a aliviar la pobreza rural.

www.iica.org

Instituto Interamericano de Derechos Humanos

Es una organización internacional autónoma para la promoción y protección de los derechos humanos en las Américas. Su misión es promover y fortalecer el respeto de los derechos humanos y consolidar la democracia mediante la investigación, la educación, la capacitación, la mediación política, la asistencia técnica en materia de derechos humanos. Trabaja con todos los sectores de la sociedad civil, del Estado y con organismos internacionales.

instituto@iidh.ed.cr - www.iidh.ed.cr

Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social (ILPES)

Es un organismo permanente, con identidad propia, que forma parte de la CEPAL. Fue concebido a principio de los años 60 con el fin de apoyar a los Gobiernos de la región en el campo de la planificación y la gestión pública, mediante la prestación de servicios de capacitación, asesoría e investigación.

Actualmente desarrolla su programa de trabajo en las áreas de gestión y regulación pública, gestión del desarrollo regional, local, proyectos y programación de inversiones

www.eclac.cl/ilpes

Instituto de Cultura Popular (INCUPO)

Asociación civil sin fines de lucro, de inspiración cristiana, con más de 30 años de inserción en poblaciones rurales pobres del Norte Argentino. Desde un rol de actor social y junto a otras instituciones y organizaciones populares, se propone: aportar a la construcción de una sociedad justa, democrática y solidaria. Fortalecer los sistemas de vida rurales creando mayores y mejores opciones de vida para hombres y mujeres de las generaciones actuales y futuras. Promover el protagonismo y la participación a través de procesos de educación y comunicación popular. Para ello, a partir del respeto y la valoración de las culturas, genera experiencias que contribuyen a un desarrollo rural sustentable de la región.

www.incupo.org

Inter Press Service (IPS)

Agencia de noticias fundada en 1964, es una asociación civil sin fines de lucro de periodistas profesionales y otros en el campo de las comunicaciones. No tiene una orientación nacional ni política y aspira a una representación igualitaria de género, diversidad étnica y distribución geográfica.

www.ips.org

Mercado Común del Sur (MERCOSUR)

Proyecto de integración económica de Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay
www.mercosur.org

Organización de Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO)

Se fundó en 1945 con el mandato de elevar los niveles de nutrición y de vida, incrementar la productividad agrícola y mejorar las condiciones de la población rural. Hoy en día la FAO es uno de los organismos especializados más grandes del sistema de las Naciones Unidas, y la principal organización dedicada a la agricultura, la silvicultura, la pesca y el desarrollo rural. Cuenta con 183 Estados Miembros y una Organización Miembro, la Comunidad Europea. Desde sus inicios, las actividades de FAO se han orientado a mitigar la pobreza y reducir el hambre promoviendo el desarrollo agrícola, una mejor nutrición y la búsqueda de la seguridad alimentaria, definida como el acceso de toda la población en todo momento a los alimentos necesarios para llevar una vida activa y saludable.

www.fao.org

Red Quechua Satelital (RQS), Bolivia, Perú, Ecuador

Ver Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER).

Relatoría Especial para la Libertad de Expresión

Se dedica a verificar denuncias y amenazas a la libertad de expresión en las Américas. Publica un informe anual sobre la situación de la prensa en la región. La Relatoría es parte de la Comisión Interamericana de Humanos de la Organización de los Estados Americanos (OEA)

cidhoea@oas.org - www.cidh.org

Servicio Oficial de Difusión, Radiotelevisión y Espectáculos (SODRE)

Uruguay

Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT)

Organización internacional en la cual los gobiernos y el sector privado coordinan los servicios y redes mundiales de telecomunicaciones. La UIT es el principal editor de información sobre tecnología, reglamentación y normas de las telecomunicaciones.

Ginebra, Suiza

www.uit.org

World Association for Christian Communication (WACC)

Apoya la democratización de las comunicaciones, comunicación para la dignidad humana y el derecho a la comunicación en situaciones de censura y opresión.

Londres, Inglaterra

www.wacc.org.uk

EXPERIENCIAS PARTICIPANTES

ARGENTINA

Radios del Desierto

Alicia Martínez, Fabián Esquivel

Mendoza

tel: (54261) 489 60 10

huanacache@latinmail.com

Fundación Cruzada Patagónica

Daniel Sacallán

Neuquén

tel: (54 2972) 491 262

fcpatago@jandes.com.ar

Instituto de Cultura Popular (INCUPPO)

Walter Barberán

Santa Fe

tel: 54 3482 421 325 - 429 367

incupo@rcnet.com.ar - www.incupo.org.ar

BOLIVIA

Instituto de Capacitación Campesina (INCCA)

Alberto Borda / Sabina Orellana

Cochabamba

tel: (5914) 223 089 fax 5914 255 390

incca@pino.cbb.entelnet.bo - www.incca-bo.org

Centro de Producción Radiofónica (CEPRA)

Víctor Pacheco

Av. S. López 959

Cochabamba

tel: (5914) 296 918 fax 296 295

quechua@albatros.cnb.net

BRASIL

Oboré / San Pablo

Terlania Bruno

tel: (5511) 214 37 66 / 240 80 86

obore@obore.com - www.obore.com

CHILE

Radio Asunción

Luis Brevis

Canela, La Serena

tel: (5653) 540 038

rasuncion@netline.cl

ECUADOR

Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador

Marco Martínez

R iobamba

tel: (5933) 961 608

corape@aler.org - serpe@erpe.org.ec - www.erpe.org.ec

ACJ Santo Domingo de los Colorados

Luis Reyes

Quito

tel: (5932) 750 233

acj@uio.telconet.net

GUATEMALA

Agencia Cerigua

Carmen Morán

tel: (5022) 381 456

cerigua@guate.net

MÉXICO

Radio Teocelo

Elfego Riveros

Veracruz

tel: (5222) 821 00 47

radioteo@prodigy.net.mx

Radio UDEM 90.5 FM

Universidad de Monterrey

Gerardo Cotera

gcotera@udem.edu.mx

NICARAGUA

Comunicación para el Desarrollo Rural

Galo Muñoz Arce

Estelí

tel: (505) 713 57 36

condor@ibw.com.ni - www.sinslani.com.ni

Radio Cumiches (niñez y juventud)

Francisco Antonio Boedecker

tel: (505) 713 73 49

cumiches@ibw.com.ni

PARAGUAY

Radio Inmaculada Santo Domingo Poty

Edith Casco

Canindeju

tel: (5952) 129 49 50

islaverde@quanta.com.py

PERU

Radio Cutivalú

Belia Concha

Piura

tel: (5174) 343362

cutivalu@cipca.org.pe

Radio Yaraví

Yolanda Ahumada

Arequipa

tel: (5154) 351 562

yaravi@terra.com

URUGUAY

Todas las Voces

Miguel Nell

Sarandí del Yí, Durazno

tel: (598) 367 8895

tvoces@adinet.com.uy

Consejo Directivo

Presidenta: Doctora Jacinta Balbela de Delgue
Vicepresidente: Doctor Manuel Díaz Romeu
Secretario: Maestro Julio Sande
Pro-Secretario: Doctor Patricio Rodé
 Maestra María José Boschi
 Doctor Domingo Carlevaro
 Doctora Raquel Macedo de Sheppard
 Sociólogo Ruben Cardozo
 Miguel Macellaro