



COLECCION "ENCUENTROS"

**AMERICA-EUROPA 500 AÑOS:  
UN DESAFIO PARA LA RADIO**

MEMORIAS

QUITO-ECUADOR

**AMERICA-EUROPA 500 AÑOS:  
UN DESAFIO PARA LA RADIO**

Colección "**Encuentros**", No. 3

Primera Edición: Abril, 1992

ISBN - 9978-55-002-X

© Ediciones CIESPAL

Derechos reservados conforme a la Ley.  
La reproducción parcial o total solo podrá  
hacerse con autorización previa.

Tanto la Conferencia como la presente  
publicación se realizaron con los auspi-  
cios de la Deutsche Welle (La Voz de  
Alemania).

**Edición y supervisión:**

Departamento de Publicaciones

**Diseño:** Martha Rodríguez

**Portada:** M.A.P.

**Impresión:** Editorial QUIPUS

Quito, Ecuador

## CONTENIDO

	Pág.
PRESENTACION .....	9
CONVOCATORIA .....	13
LISTA DE PARTICIPANTES .....	15
<b>SESION INAUGURAL: DISCURSOS</b>	
Sr. Wolfgang Pleines, Representante de la Deutsche Welle .....	23
Conde Schirndinger von Schirnding, Embajador de la República de Alemania .....	27
Doctor Asdrúbal de la Torre, Director General de CIESPAL .....	29
Sr. Polo Barriga, Secretario Nacional de Comunicación Social del Ecuador .....	35

## **DISERTACIONES: DEUTSCHE WELLE**

Cooperación con el Servicio de Transcripciones, Federico Knoblauch .....	41
Foro .....	48
El Servicio de Distribución, Robert Bittner .....	49
Foro .....	52
El Servicio de Coproducción, Cordes Koch-Mehrin .....	53
Foro .....	59

## **PRESENTACION DE EXPERIENCIAS**

Intervención del señor Federico Knoblauch .....	63
Intervención del señor Leonardo Martínez .....	69
Intervención del señor José Pérez Sánchez .....	71
Intervención del señor José Luis Braga .....	77

## **LA RADIO EN AMERICA LATINA Y LAS NECESIDADES DE COPRODUCCION ENDOGENA**

Intervención del señor Francisco Ordóñez Andrade.....	85
Foro .....	93

## **PANEL ANALISIS DE TEMAS Y PROPOSITOS DE POSIBLES OYENTES A FUTURAS COPRODUCCIONES**

Intervención del señor Alejandro Alfonso, UNESCO .....	95
Intervención del señor José Pérez Sánchez, Radio Nederland .....	102
Intervención del señor Luis Rivera, UNICEF .....	106
Foro .....	115

## **GRUPOS DE TRABAJO**

<b>Grupo No. 1 Idearios Indígenas</b> .....	123
Foro .....	126
<b>Grupo No. 2 Planificación de las Coproducciones con Organizaciones Internacionales</b> .....	131
Foro .....	137
<b>Grupo No. 3 Programas Infantiles</b> .....	139
<b>Grupo No. 4 Red de Información Latinoamericana</b> .....	151
Foro .....	157
 <b>RECOMENDACIONES GENERALES</b> .....	 163

## **SESION DE CLAUSURA: DISCURSOS**

Sr. Gustavo Cevallos, Director de Radio Nacional del Ecuador .....	171
Sr. Cordes Koch-Merin, Representante de la Deutsche Welle .....	173
Sr. José Luis Braga, Radio Rivadavia .....	177
Dr. Asdrúbal de la Torre, Director General de CIESPAL .....	179

## **ANEXOS**

<b>No. I</b>	
Shamanismo-Brujería-Medicina. 500 años de resistencia cultural en los Andes Norte del Ecuador, Lenin Ortiz .....	185
Foro .....	206
<b>No. II. Expectativas y Motivaciones</b> .....	209
<b>No. III. Temas propuestos para posibles coproducciones</b> .....	213
<b>No. IV. Libertad de Expresión</b> .....	217

**LA RADIO EN AMERICA LATINA Y  
LAS NECESIDADES DE  
COPRODUCCION**





## **LA RADIO EN AMERICA LATINA Y LAS NECESIDADES DE COPRODUCCION ENDOGENA**

*Francisco Ordóñez Andrade*

La inclusión de la presente exposición dentro de esta Conferencia, responde a la necesidad de enfocar el problema de la producción y coproducción de materiales radiofónicos educativos e informativos y su distribución en la región, así como compartir las experiencias que CIES-PAL viene desarrollando.

Con este trabajo pretenderé configurar una visión panorámica de la situación de la radio en América Latina, y pondré énfasis en el problema de la coproducción y distribución de programas en nuestros países.

Sin duda, la radio es el medio más difundido en América Latina. Al iniciarse la década de los años 60, el subcontinente contaba con unos 14 millones de receptores de radio. Treinta años después esta cantidad

asciende a por lo menos 100 millones, lo cual nos lleva a pensar y afirmar que prácticamente, todas las familias del continente cuentan con un aparato receptor de las ondas hertzianas a excepción, claro está, de aquellas comunidades primitivas en las que Occidente aún no ha logrado penetrar.

Según el inventario de medios de comunicación levantado por CIES-PAL, se establece que en América Latina existen 5.876 emisoras de radio, de las cuales, el 22.71%, están ubicadas en Brasil; el 14.31% en México; el 14.56% en el resto de América Central; el 4.51% en la región de El Caribe hispano hablante y el 43.81%, corresponden al resto de Sudamérica.

Es interesante anotar también que entre estas emisoras, el 77% aproximadamente, son de carácter comercial, mientras que tan sólo el 6% se autoreconocen como emisoras comunitarias, educativas o culturales y el 17% no tienen una definición clara. Además, se encuentra una concentración excesiva de radio-emisoras en los grandes centros urbanos, dejando otros núcleos con carencia casi absoluta de estaciones radiales. Esta situación, de hecho, conlleva sobresaturación de frecuencias, derroche de esfuerzos y recursos, competencia extrema, incomunicación y, por supuesto, marginación de los sectores periféricos.

Por otro lado, la estructura de las emisoras, al igual que del resto de medios de comunicación, es concomitante con la situación en el resto del esquema de dependencia en el cual la región se encuentra inmersa, lo que bien podría ser ilustrado con un ejemplo patético. El testimonio del General David Sarnoff, ex-presidente de R.C.A., en su discurso pronunciado en la V Conferencia Anual de la Legión Americana en 1.965 señala: "el predominio en el espacio y en las comunicaciones..., se traduce hoy día en el predominio político - militar, económico y social sobre todas las naciones del mundo". Al cabo de más de 2 décadas, el desarrollo de la tecnología vinculada a las comunicaciones, y el modelo político que enmarca ese desarrollo, han puesto en una evidencia mucho más clara al acierto del militar norteamericano.

Efectivamente, el poder que implica el casi monopolio de la producción y circulación de mensajes, es comparable y complementario al poder en otros de órdenes las relaciones internacionales. Desde esta

perspectiva la comunicación en la dependencia se expresa, en lo esencial, de la siguiente manera:

- La producción de la mayoría de mensajes que circulan y se consumen en el mundo se la realiza en los centros hegemónicos, particularmente en los Estados Unidos.
- La gran burguesía transnacional, sobre todo norteamericana, es propietaria de las gigantescas corporaciones productoras y distribuidoras de mensajes para prensa, cine, televisión y radio que responden a sus intereses y necesidades.
- Estos mensajes son difundidos a través de sus grandes medios y distribuidos a los medios de comunicación de los países dependientes cuyos propietarios son las burguesías nacionales.
- Las burguesías nacionales ponen en circulación estos mensajes en espacios, pautas y horarios privilegiados, a través de sus medios.
- Diversos profesionales de la comunicación, empleados en estos medios, realizan un acondicionamiento de los mensajes (traducen, titulan, doblan, etc.) según los lineamientos establecidos por sus patrones nacionales y/o transnacionales.
- A los mensajes producidos en los centros hegemónicos, se suman aquellos que son el resultado de la labor de los profesionales de los países dependientes y que responden a la política de los medios nacionales y, mayoritariamente, a los modelos y pautas establecidas por el centro hegemónico.
- Este conjunto de mensajes llega a vastas mayorías poblacionales con la pretensión de desmovilizar, implantar estilos de vida y formas de pensar acordes con el sistema transnacional de poder, desunir, fomentar la acriticidad, el consumismo, etc.
- En lo atinente al consumo, en las audiencias se ha venido configurando un "gusto" determinado por mensajes con las características formales y de contenido establecidas por el modelo dominante. Este hecho, que no es causa sino consecuencia, constituye la "justificación" utilizada por las burguesías transnacionales y nacionales para continuar ofertando profusamente este tipo de mensajes.

Sin embargo, pese a la aparente omnipotencia de los medios se oponen la cultura y la realidad de los pueblos que, en última instancia, son las que determinan una toma de conciencia coincidente con una transformación social que les favorezca.

Lo anterior pretende ser una puntualización de los hitos más importantes que configuran el problema de la comunicación en la dependencia. Tema ya ampliamente tratado en diversos foros, pero que consideramos no puede estar fuera del presente, sobretodo, si el propósito de esta conferencia es el de orientar coproducciones multinacionales dentro de la perspectiva de los 500 años.

En el caso de la radio, es de conocimiento común el hecho de que buena parte de las programaciones que son difundidas en la región, tienen su origen directa o indirectamente en los centros hegemónicos. La música, radiorevistas especiales, documentales, programas recreativos y educativos sobre diferentes tópicos, son elaborados en Norteamérica o Europa, facturados bajo un punto de vista de las metrópolis e incluso abordando temáticas inherentes a nuestras realidades. Son transmitidos diariamente en las emisoras de la región, las cuales rellenan sus pobres programaciones con estos llamados "enlatados" que llegan finalmente a los consumidores, quienes configuran su visión de la realidad bajo el menú de propuestas venidas desde esos centros.

Es común también ver cómo buena parte de esas programaciones radiofónicas, constituyen donaciones sin costo alguno para las emisoras, lo cual además de alentarlas a no invertir esfuerzos en la realización, las seduce a abandonar la producción propia, bajo el consabido pretexto de que es preferible poner en el aire un programa gratuito ya obtenido, a tratar de sacar uno que además de costar dinero hay que hacerlo.

Se debe anotar también, lo que en las emisoras latinoamericanas conocemos como donación de cintas, dado el destino de muchas de las producciones que se distribuyen y llenan de felicidad el gesto de los gerentes, que ven en esa donación un sustancial ahorro en materiales. Las cintas, sin importar el tipo de programas que contengan, son borradas sin que se haya puesto en el aire ninguno de sus contenidos y son convertidas en material de uso más rentable en la producción de cuñas, avances o programas musicales o informativos de la emisora.

Frente a ésto, y no sólo por un problema de conciencia sino más bien por obligación, todo desafío de producción, sea este local, nacional o regional, debe ser considerado con atención, claro está, no para reproducir aquello que los centros hegemónicos nos determinan, sino para abrir espacios de expresión, análisis y difusión de la visión que tenemos de nuestra propia realidad y de la cosmovisión del universo.

Esto determina que cada vez cobre mayor importancia la producción y coproducción endógena para radio, sobretodo cuando ésta tiene fines de integración que acompañan las propuestas de equilibrio en los flujos de información y comunicación que reclaman los países del Tercer Mundo, en especial los de América Latina.

CIESPAL, luego de un largo proceso en el tratamiento de la comunicación, no podía quedarse al margen de enfrentar el desafío de la producción radiofónica. Desde hace algunos años, se propuso desarrollar producciones que puedan ser competitivas, en términos de calidad, con aquellas que actualmente ocupan los mercados y llegan a nuestros públicos; con proposiciones temáticas orientadas a aspectos de interés de la región, y requieran ser introducidas en el debate de las diversas problemáticas a nivel regional.

CIESPAL empezó a correr algunas experiencias de producción las cuales poco a poco fueron abriendo expectativas y al cabo del tiempo han posibilitado que actualmente estemos hablando de consolidación de redes de productores y de distribución de programas de radio en 16 países del continente, en los que están involucradas 150 emisoras. A propósito de la presente Conferencia, se configuran nuevas opciones para dicha consolidación y para un más amplio y válido aprovechamiento de los recursos que se inviertan. Temas de educación ambiental, de información ecológica y de difusión de los valores culturales de nuestros pueblos han animado producciones que están siendo difundidas con gran acogida por parte del público.

El año próximo pasado pusimos en circulación una serie radiofónica que constituye uno de los esfuerzos más importantes de coproducción que se haya llevado adelante en el continente. Me refiero a "Todas las Voces", una realización de 90 programas, facturados bajo un formato documental dramatizado sobre tradición oral de nuestra América. Así, creemos haber puesto en lugar preponderante a nuestros mitos, cuentos

populares y leyendas, porque cerca de 100 millones de personas podrán escucharlos y a través de ellos, reencontrarse con aquella parte del conocimiento popular, vivo en cada uno de los latinoamericanos.

Para efectos de esta Conferencia pienso que resulta de interés contarles brevemente cómo se realizó dicha coproducción, pues de alguna manera, ésta puede constituirse en un modelo o, al menos, en una guía para futuras experiencias que la región y el continente no pueden eximirse de correrlas, tanto en el campo educativo, como en el de la información.

CIESPAL propuso al Gobierno de Holanda y a la UNESCO, realizar una serie de programas, en coproducción con diversos centros latinoamericanos y productores independientes del continente, sobre temáticas culturales de nuestros países.

Una vez vendida la idea, en enero de 1988, se efectuó una reunión de trabajo en Quito, a la que asistieron representantes del IMER de México, del ICRT de Cuba, de IRFA de Venezuela, de la Asociación de Radios Católicas de Chile, del CETUC de Lima-Perú, de ERBOL de Bolivia, FEPLAM de Brasil, Radio Santa Clara de Costa Rica, de la Red de Radio Comunitaria de la Costa Pacífica de Colombia, y de la Arquidiócesis de Asunción-Paraguay. En esta reunión se diseñaron los mecanismos operativos para la coproducción, se concretó la temática de la serie y se definieron los formatos que debían utilizarse.

Los objetivos del proyecto fueron:

- a) Establecer las bases para conformar una red de producción y distribución de los productos radiofónicos endógenos de la región;
- b) Cubrir todo el continente con la difusión de los programas producidos por la red en por lo menos 150 emisoras; y finalmente,
- c) Generar las condiciones adecuadas para continuar con un sistema de coproducción regional.

Para la ejecución del proyecto, se propuso el cumplimiento de 5 etapas:

- 1) DISEÑO.- Donde se incluyó la delimitación de los objetivos generales y específicos del Proyecto, así como la configuración del perfil

de las producciones a realizarse. La elaboración del marco teórico del contenido, los formatos a utilizarse, los mecanismos operativos de la producción, la logística y costos para la producción y distribución; y, el establecimiento de las bases para la creación del NETWORK y la fijación de los sistemas de evaluación.

- 2) INVESTIGACION, comprendió la recopilación de información sobre la temática de la producción en América Latina, el establecimiento de un marco de referencia para el análisis de esa información; para finalmente proceder a la definición específica de los temas que formarían parte de la producción.
- 3) PRODUCCION, implicó la realización de libretos en cada país participante, paso que lo cumplieron los diversos coproductores. CIESPAL se encargó de la revisión del estilo. Posteriormente se preparó la logística para la grabación parcial de los programas; la sonorización y montaje final se elaboraron en nuestra sede en Quito.
- 4) DISTRIBUCION, para esta etapa, se consideró la posibilidad de incorporar a las emisoras vinculadas con los Centros de Producción, las que representaron un número importante. Además, era indispensable introducir las producciones en emisoras de carácter comercial, capaces de financiar una parte de la distribución total. Al final del proyecto, logramos conformar una red integrada por más de 200 emisoras en todo el continente, cuyo cálculo poco optimista, determina que podríamos estar llegando a cerca de 100 millones de radioescuchas.

Quiero señalar, como aspecto adicional, que a esta red se incorporaron cerca de 60 emisoras comunitarias, sin fines de lucro, las que se han convertido en uno de los principales puntales de una propuesta de distribución efectiva, ya que este tipo de material, educativo y cultural, es el de mayor trascendencia en las emisoras de este tipo.

- 5) EVALUACION: comprende el análisis de las distintas etapas de ejecución en el Proyecto, además de las mediciones que deberán realizar en su tiempo los Centros Nacionales de Coproducción, respecto de las incidencias que la serie pudo haber tenido en los diversos públicos de nuestros países. Esta información será canalizada desde y hacia CIESPAL a fin de sistematizar sus resultados y obtener recomendaciones para futuras producciones bajo este sistema.

De esta manera, pudimos correr y completar una experiencia, a nuestro modo de ver, fundamental para cimentar las bases de una amplia y variada producción de programas con el punto de vista de los latinoamericanos, y que estén destinadas a nuestros públicos y a los del resto del mundo. Tenemos mucho que decir y no es necesario que lo digan por nosotros. Es tiempo de que las agendas temáticas propuestas por los medios de comunicación de la región, se elaboren en función de nuestros requerimientos históricos y de nuestros intereses integracionistas.

En base a lo expuesto, considero de gran importancia para la Conferencia Latinoamericana "Coproducciones Internacionales -500 años América y Europa, un desafío para la radio-", la necesidad de realizar planteamientos y lograr acuerdos, tendientes a la recuperación de una producción radiofónica latinoamericana, que resista una visión democrática y globalizadora de la realidad continental y mundial, y sea facturada bajo parámetros estéticos y técnicos propios de nuestra visión cultural y acordes con nuestras necesidades educativas. Es de fundamental importancia considerar, que ahora que estamos en los umbrales del Siglo XXI, nuestras formas de expresión a través de la radio deben cumplir un papel preponderante para alcanzar los objetivos de desarrollo y paz que la humanidad requiere. Nuestra tarea, es precisamente, configurar el camino por dónde deberemos transitar en un marco de cooperación y de optimización de los recursos con los que contamos. De ahí, la importancia de que organismos internacionales y agencias de cooperación, acojan las propuestas que apuntan a la construcción de una nueva radio en el continente y en el Tercer Mundo en general.



## FORO

El diálogo se inicia con la búsqueda de algunas definiciones o concreciones básicas, tales como: el papel de las radios comerciales y su importancia; los formatos para conceptualizar emisoras de los sectores populares, respecto de lo cual se dan diferentes ejemplos de situaciones: en algunos países, como Costa Rica, Ecuador y Nicaragua; el papel de la cultura al interior de las programaciones de las radios de carácter comercial, y, el desafío que significa especificar cuáles son programas culturales.

Un aspecto de especial interés para el análisis, el que se refiere al factor de la propiedad de los medios masivos y, consecuentemente, a los objetivos de la empresa radiofónica. Igualmente se trató de las dificultades que tienen las emisoras para financiar su programación. Para ejemplificar estas situaciones se expone el caso de las radios populares de El Salvador, de Radio Nacional del Ecuador y de la Radio Chilena.

Como se puede comprender los tres modelos de radiodifusión: comunitaria, estatal y comercial, enfrentan dificultades económicas y de competencia, frente a las cuales lo cultural y las coproducciones demandan un tratamiento especial para su programación.