

# HACIENDO OLAS

HISTORIAS DE COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA  
PARA EL CAMBIO SOCIAL



INFORME PARA LA FUNDACIÓN ROCKEFELLER

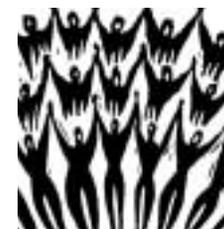
POR ALFONSO GUMUCIO DAGRON

PREFACIO POR DENISE GRAY-FELDER



# HACIENDO OLAS

HISTORIAS DE COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA  
PARA EL CAMBIO SOCIAL



INFORME PARA LA FUNDACIÓN ROCKEFELLER

POR ALFONSO GUMUCIO DAGRON  
PREFACIO POR DENISE GRAY-FELDER



Copyright © 2001 The Rockefeller Foundation. Todos los derechos reservados.

Obra publicada en 2001 por The Rockefeller Foundation, 420 Fifth Avenue,  
New York, NY 10018-2702, Estados Unidos de América

*Traducción por:* Alfonso Gumucio Dagron

*Diseño del libro:* Landesberg Design Associates, Pittsburgh, PA

*Ilustración en la tapa:* Cathie Bleck, New York, NY

*Impresión:* Plural Editores, La Paz (Bolivia)

Gumucio Dagron, Alfonso

Haciendo Olas: Historias de Comunicación Participativa para el Cambio Social/  
Alfonso Gumucio Dagron.

p. cm.

Incluye referencias bibliográficas

ISBN 0-89184-056-7

1. Cambio social—Estudios interculturales. 2. Comunicación—Estudios interculturales. 3. Radio—Aspectos sociales—Estudios de casos. 4. Teatro—Aspectos sociales—Estudios de casos. 5. Cine y televisión—Aspectos sociales—Estudios de casos. 6. Internet—Aspectos sociales—Estudios de casos. I. Título.

# CONTENIDO

PREFACIO <i>por Denise Gray-Felder</i>	I
INTRODUCCIÓN	5
EXPERIENCIAS	
Radio Sutatenza Colombia	41
Rádios Mineras Bolivia	47
Radio Huayacocotla México	53
Radio Quillabamba Perú	59
CESPAC Perú	65
PRODERITH México	71
Teatro Kerigma Colombia	77
Teatro La Fragua Honduras	83
Video SEWA India	89
Video Kayapo Brasil	95
TV Maxambomba Brasil	101
Radio Margaritas México	107
Aarohan: Teatro de la Calle Nepal	113
Altavoces Comunitarios Filipinas	119
CESPA Malí	125
Radio Comunitaria Kothmale Sri Lanka	131
Teatro Trono Bolivia	137
Wan Smolbag Vanuatu	143
La Voz de la Comunidad Guatemala	149
Labor News Production República de Corea	155
Tambuli Filipinas	161
Radio Izcanal El Salvador	167
Soul City Sudáfrica	173
Teatro Popular Nigeria	179
Action Health Nigeria	185
EcoNews Africa Regional	191
Nalamdana India	197
Radio Zibonele Sudáfrica	203
Televisión Serrana Cuba	209
Bush Radio Sudáfrica	215
Radio Chaguarurco Ecuador	221
Radio Gune Yi Senegal	227
Radio Kwizera Tanzania	233
Red de Medios Comunitarios Kenya	239

Púlsar Regional, América Latina	245
Radio Comunitaria de Moutse Sudáfrica	251
Radio Sagarmatha Nepal	257
Carpa Lila Bolivia	263
Centros de Conocimiento Comunitario India	269
Grameen: Teléfono Comunitario Bangladesh	275
InfoDes Perú	281
Maneno Mengi Tanzania	287
Nutzij Guatemala	293
Proyecto de Medios de Comunicación de Chiapas México	299
Radio Kiritimati Kiribati	305
Radios Mampita y Magneva Madagascar	311
Telecentros de Gasaleka y Mamelodi Sudáfrica	317
Video y Sueños Comunitarios Egipto	323
Red de Radios Locales Indonesia	329
Telecentro de Nakaseke Uganda	335
<b>SIGLAS</b>	341
<b>ÍNDICE 1: POR FECHA</b>	347
<b>ÍNDICE 2: POR PAÍS</b>	349
<b>ÍNDICE 3: POR MEDIO DE COMUNICACIÓN</b>	351
<b>ÍNDICE ALFABÉTICO DE REFERENCIA</b>	353
<b>AGRADECIMIENTOS</b>	355
<b>ACERCA DEL AUTOR</b>	356

# PREFACIO

**POR DENISE A. GRAY-FELDER**

Capturar en el papel la esencia de la comunicación participativa es por definición un desafío engañoso. Recordando los trabajos de los que he sido testigo, he ayudado a dirigir, o de los que simplemente he hecho un seguimiento durante mi larga carrera en la comunicación, siento que los trabajos de naturaleza participativa más interesantes, desafían con frecuencia a la palabra escrita. Cuando conferenciantes o escritores razonablemente talentosos tratan de explicar qué es lo que cautiva tanto en esos trabajos—y por qué tienen un potencial tan grande para mejorar la vida de la gente—sus palabras parecen insuficientes.

Por ello, cuando se me ocurrió que la Fundación Rockefeller podría intentar catalogar algunos de los experimentos más innovadores de la comunicación participativa en el mundo, pensé inmediatamente en una sola persona que podría escribir este libro: Alfonso Gumucio Dagron. Necesitábamos alguien que pudiera asociar en sus palabras el imaginario y la poesía, y sin embargo mantener la objetividad de un periodista. Necesitábamos alguien que pudiera dibujar con su escritura imágenes vívidas que transmitirían al lector la experiencia de los agudos conflictos emocionales que muchos sentimos al visitar esos proyectos. Necesitábamos alguien que pudiera hacer una síntesis, sin pasar por alto lo esencial. Y también necesitábamos un escritor que pudiera dedicarle al proyecto una enorme cantidad de tiempo, y aun así, concluir el trabajo en la fecha acordada y sin sobrepasar el presupuesto.

Lo que sigue es un relato fascinante de 50 experiencias que permiten a gente que vive en comunidades muy pobres en los cuatro rincones del planeta, tomar en sus manos sus propias historias de vida, y comenzar a cambiar las circunstancias de su pobreza, discriminación y exclusión. Alfonso estuvo a la altura de nuestras expectativas y aún más. Pasó más de un año entrevistando e investigando las fuentes para este trabajo, y ha estado activamente involucrado en todas las fases de producción. “La voz de Alfonso” es evidente a lo largo del trabajo, y es un tributo a lo que hace de él un comunicador por excelencia: tiene el alma del buen poeta y cineasta que es, junto a un sentido inquebrantable de justicia y de equidad.

Después de leer el capítulo introductorio—que explica la evolución en el campo de la comunicación participativa para el cambio social— el lector puede leer 50 ejemplos que ilustran el poder de la acción y de la toma de decisiones comunitarias. Muchas de las experiencias tratan de radios comunitarias. Esperamos que ello no sea tedioso; lo cierto es que nuestra investigación sugiere que las radios comunitarias constituyen uno de los medios más idóneos para llegar de una manera útil y apropiada a las comunidades marginadas.

Esta inclinación hacia la radio también indica que en la comunicación participativa lo más importante parece ser la voz. Soy consciente de que ese término ha sido abusado en el contexto de la democracia y el desarrollo. Cuando lo utilizo, me refiero al proceso de escuchar acerca de las vidas y de las circunstancias de los pobres y excluidos, en las palabras y en los términos que ellos mismos emplean. La radio, por su naturaleza, nos permite “escuchar” el contenido, el contexto, la pasión y el dolor.

El video nos permite ver y además escuchar esas voces, haciendo que nuestras emociones sean afectadas de una manera inimaginable antes del advenimiento del cine. Sin embargo, el trabajo documental en video sigue siendo costoso, la capacitación suele ser somera y los equipos se dañan con facilidad y no pueden ser reparados o reemplazados localmente. Hoy por hoy, el video está fuera del alcance de la mayoría de las comunidades pobres.

A través de este proyecto y de otros impulsados por la Fundación en el marco de la iniciativa “Comunicación para el Cambio Social”, hemos encontrado suficiente evidencia del creciente interés que tienen las agencias de cooperación y desarrollo en apoyar proyectos que rescatan las formas tradicionales de comunicación: drama, danza, música, títeres, tambores, cuentos populares y círculos de diálogo. Hemos aprendido a valorar el verdadero potencial de la comunicación cara a cara, o voz a voz. Cada lección o convicción significativa que he adquirido en la vida tuvo que ver con alguien a quien valoro, explicándome un tema y comprometiéndome en el proceso de **encontrar la solución**. Desde lo más mundano (aprender a lavarme los dientes sin mojar mi blusa), hasta lo magnífico (amamantar a mi primer hijo), siempre tuve necesidad de combinar la narración cara a cara, con un sentido práctico.

Me gustaría pensar que este documento no es sino un vehículo más de comunicación, entre otros que la Fundación puede ayudar a desarrollar para los activistas comunitarios en el mundo entero. Por cada experiencia incluida en este libro, hay por lo menos otros cinco ejemplos complementarios. Apenas hemos rozado la superficie, especialmente en lo que respecta a los logros de la tradición oral en el continente africano. No era nuestra intención hacer un balance exhaustivo a nivel mundial, sino seleccionar los casos que pueden enseñarnos a ser mejores comunicadores.

A medida que avanza en la lectura, recomiendo al lector concentrarse en las vidas que hay detrás de cada una de las experiencias. Mientras leía el documento, me sentí muchas veces emocionada al leer simples líneas de prosa: “la profesora de la aldea no tiene más herramientas de enseñanza que una dulce sonrisa”; o “una niña de cuatro años enseñó a sus padres, a sus superiores, una lección básica de la vida: la risa es la primera rebeldía contra la opresión... un desafío a toda autoridad que afirme que la vida debe ser sufrimiento”.

Saludamos a los que viven esas vidas. Ellos están realmente “haciendo olas” al avanzar en contra de las normas culturales, rebelándose contra las fuerzas que los mantienen abajo, y transmitiendo los relatos que muy pocos habían escuchado hasta ahora.

*Denise Gray-Felder*  
*Fundación Rockefeller*  
*Nueva York*  
*Octubre de 2000*

# INTRODUCCIÓN

**POR ALFONSO GUMUCIO DAGRON**

---

La Fundación Rockefeller, a través del Departamento de Comunicación que dirige Denise Gray-Felder en Nueva York, promovió desde abril de 1997 una serie de reuniones entre especialistas de la comunicación, para reflexionar sobre la comunicación para el cambio social en los albores del nuevo milenio.

Esas reuniones, que tuvieron lugar en Bellagio (Italia), Ciudad de El Cabo (Sudáfrica) y Nueva York (Estados Unidos), ayudaron a definir las preguntas—antes que los modelos a seguir—y permitieron elaborar un documento de principios que ha sido ampliamente distribuido en inglés, castellano y francés, y a través de varios sitios Web.

Las discusiones sostenidas durante las reuniones—y en los intercambios por correo electrónico—llevaron al grupo a reconocer que en muchos países en desarrollo pueden encontrarse procesos ejemplares de comunicación para el cambio social en experiencias comunitarias de diversa naturaleza. Sin embargo, era necesaria una investigación detallada que permitiera revelar más información sobre las experiencias de comunicación participativa para el cambio social. De esa manera nació este libro.

**LA CARA OCULTA**

---

El informe reúne una colección de cincuenta “historias de casos<sup>1</sup>”, breves descripciones de experiencias de comunicación para el cambio social, seleccionadas por su enfoque participativo. Algunas fueron visitadas personalmente y la información sobre las restantes se obtuvo a través del correo electrónico, fax, teléfono e Internet.

América Latina lleva la delantera en cuanto a la cantidad y calidad de las experiencias de comunicación participativa, y la radio ha sido entre todos los medios el más importante para el desarrollo y los cambios sociales; sin embargo, los criterios iniciales de selección tenían por objetivo lograr una representación equilibrada entre las regiones de África, Asia y América Latina, así como entre los medios de comunicación que son herramientas particularmente centrales en esas experiencias: radio, video, teatro, Internet, entre otros. Por otra parte, los criterios de selección fueron diseñados para identificar aquellas experiencias con un fuerte componente de “apropiación” por parte de la comunidad.

La mayoría de los criterios se mantuvieron como guía durante el periodo de investigación, aunque en el momento de establecer una selección final fue muy difícil escoger solamente aquellas experiencias en las que existía un componente de “apropiación” comunitaria. La realidad mostró otros ángulos para considerar los mismos principios. Por ejemplo, algunas experiencias tenían como objetivo final la “apropiación” comunitaria, pero en el momento de la investigación se encontraban en un grado de desarrollo anterior. Otras nos parecieron suficientemente importantes desde el punto de vista de los cambios sociales generados, aunque no llenaran estrictamente el requisito de “apropiación” por parte de la comunidad.

El resultado final es una colección de “historias de casos”, importante precisamente por su variedad y su pertinencia cultural a cada comunidad. Los ejemplos seleccionados muestran que lo extraordinario en la comunicación participativa es que puede adoptar diferentes formas, de acuerdo a las necesidades, y que no es posible imponer un modelo único sobre la riqueza de perspectivas y de interacciones culturales. Esto equivale también a afirmar que ninguna de las experiencias seleccionadas es perfecta, ninguna ha logrado pleno “éxito”. La dinámica de las luchas sociales y del desarrollo social se enmarca en un proceso, acompañado por componentes de comunicación que están sujetos a las mismas influencias positivas y negativas. Algunas de las experiencias escogidas ya no existen, pero fueron muy importantes para la comunidad cuando estaban en plena actividad. Otras son muy jóvenes como para elaborar conclusiones sobre su futuro. De más está añadir que todas ellas tuvieron que enfrentar obstáculos desde su nacimiento, y que en muchos casos fracasaron en la búsqueda de soluciones, pero aun así, constituyen interesantes ejemplos para el análisis.

#### CRITERIOS DE SELECCIÓN INICIALES

Sin dejar de reconocer la importancia que tuvieron desde los años sesenta la difusión de información y el mercadeo social, se hizo un esfuerzo para seleccionar aquellas experiencias que permitían avanzar un poco el concepto de comunicación para el cambio social.

Fue importante flexibilizar los criterios iniciales y reconocer la importancia de proyectos más amplios de constitución de redes regionales de comunicación, que si bien no están ellas mismas enraizadas en las comunidades, contribuyen sin embargo a apoyar esfuerzos que sí lo están.

Uno de los principales objetivos era incluir aquellas experiencias que estaban plenamente establecidas en la comunidad, y no así proyectos institucionales cuya vida estaba condicionada por los

insumos de una organización auspiciante. Era importante que la propia comunidad estuviera a cargo de la iniciativa, aun cuando no la hubiese generado. La iniciativa debía formar parte de la vida cotidiana de la comunidad. Por ello, nos interesaban aquellas experiencias que tenían por lo menos un año completo de desarrollo desde su implantación.

Lo ideal era que la comunidad se hubiera “apropiado” del proyecto. El ejemplo más elocuente en esta selección describe una comunidad que controla todos los aspectos de la iniciativa comunicacional: financieros, administrativos, técnicos, de capacitación, etc. Varias experiencias incluidas en el informe apuntan a un objetivo similar pero se encuentran todavía en un proceso de consolidación.

Otro importante criterio de selección fue tomar en cuenta las iniciativas que han contribuido a fortalecer los valores de la democracia, de la cultura y de la paz, reforzando así la organización comunitaria y permitiendo a la mayoría expresar su voz. La identidad cultural debía ser un aspecto central en las experiencias de comunicación; las comunidades estarían así en condiciones de asimilar las nuevas herramientas de la tecnología de la información, sin por ello poner en riesgo sus valores locales o su lengua.

La investigación se orientó también hacia la búsqueda de experiencias innovadoras en su propuesta de construir alianzas con organizaciones no gubernamentales (ONG) locales, con organismos de cooperación y con otras instituciones; así como las que contribuyen en el desarrollo de redes horizontales mediante la puesta en común del conocimiento.

No era la intención concentrarse solamente en las experiencias más exitosas, sino también abarcar aquellas que, a pesar de sus fracasos, nos pueden enseñar importantes lecciones. Por lo mismo, fueron incluidas algunas que quizás ya dejaron atrás sus mejores momentos; sin embargo, tuvieron diez o quince años de intenso desarrollo y con frecuencia ofrecen más datos útiles que otras experiencias recientes, consideradas exitosas en la medida en que están aún protegidas por la asistencia técnica y el financiamiento externo.

En la preparación del informe y en la selección final de las experiencias, estuvo siempre presente el objetivo de lograr una representación equilibrada. Todas las regiones del Tercer Mundo están representadas casi por igual, aun cuando América Latina ha estado tradicionalmente más comprometida que África y Asia en los procesos de comunicación participativa.

Del mismo modo, casi todos los instrumentos de comunicación han sido tomados en cuenta: video, radio, Internet, teatro, etc., con excepción de los medios impresos, que se utilizan muy rara vez debido a los altos niveles de analfabetismo. La radio es sin duda el medio más utilizado y más poderoso.

Adicionalmente, se hizo el esfuerzo de incluir una representación balanceada de los diferentes actores y generadores de las experiencias: la comunidad, las ONG, el gobierno, las agencias de cooperación internacional, las redes regionales y las organizaciones religiosas.

#### COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA Y DESARROLLO

---

La literatura académica sobre comunicación para el desarrollo, tanto en Europa como en Estados Unidos, se refiere con frecuencia únicamente a libros y documentos publicados en inglés. Los ensayos sobre la teoría de la comunicación para el desarrollo incluyen entre sus fuentes bibliográficas referencias a los paradigmas de los años sesenta: Lerner, Rogers, Schramm... y a algunos más recientes: Jacobson, Servaes, White, Korten, Ascroft, Schiller o Habermas, entre otros. No habría en esos estudios referencias a Mattelart, Freire, Agrawal, Nair, Hamelink, Flugelang o Castells, si sus ensayos no hubieran sido traducidos al inglés o escritos directamente en inglés. Más aún, los aportes de Díaz Bordenave, Martín Barbero, Prieto Castillo, Reyes Matta, L.R. Beltrán y otros especialistas latinoamericanos no serían reconocidos, ni conocidos siquiera, si un puñado de artículos de estos autores no hubiera tenido la fortuna de atravesar la barrera del lenguaje. Aún así, lo más sustantivo de su trabajo es desconocido por los académicos de Estados Unidos y de Europa, particularmente para aquellos que no hacen el esfuerzo de leer en otro idioma que no sea el inglés.

Si bien es cierto que la discusión académica sobre la comunicación participativa se hizo corriente en los años ochenta, no es menos cierto que la mayor parte de las experiencias que sirven de sustento a esa discusión permanecen en la sombra. La mayor parte de los textos disponibles se basa en un puñado de estudios de casos que han sido identificados en países donde el inglés es el vehículo que facilita la investigación. Estas son algunas de las razones que explican por qué las experiencias de comunicación participativa en América Latina, que se iniciaron a fines de los años cuarenta y que hoy se cuentan por millares, no han sido suficientemente tomadas en cuenta por el mundo académico de Estados Unidos y de Europa.

A pesar de que existe una mejor comprensión—entre las organizaciones para el desarrollo en países del Tercer Mundo y entre los académicos de los países industrializados—sobre el papel de la comunicación en los cambios sociales, aún se conoce poco sobre las experiencias concretas y los proyectos donde la comunicación ha sido un factor decisivo.

Las barreras idiomáticas y la escasa visibilidad internacional que tienen la mayor parte de las experiencias comunitarias, han sido la causa de muchos malentendidos en las organizaciones para el desarrollo e incluso en las instituciones académicas, sobre la esencia de las prácticas de comunicación participativa que abundan en países llamados “en vías de desarrollo”. Aunque existe una mayor conciencia sobre la importancia de la participación en el desarrollo económico y social, el concepto de *comunicación participativa* todavía carece de una definición precisa que pueda contribuir a entender mejor su significación. Pero quizás es mejor así.

A decir verdad, la *comunicación participativa* no puede ser fácilmente definida porque no puede considerarse un modelo unificado de comunicación. El entusiasmo por las etiquetas y por las definiciones sintéticas sólo podría contribuir a congelar un movimiento de la comunicación que todavía está tomando forma y que es más valioso precisamente por su diversidad y su desenvoltura. *La palabra “participación” es caleidoscópica; cambia de color y de forma según la voluntad de las manos que la sostienen.*<sup>2</sup>

Las experiencias de comunicación participativa para el cambio social son tan diversas como los ámbitos culturales y geográficos donde se desarrollan. Aunque el tema sea de reciente interés para muchos académicos, su historia se expande a lo largo de medio siglo, desde los albores de *Radio Sutatenza* en una remota comunidad colombiana, y desde que los trabajadores mineros bolivianos organizaron las primeras radios comunitarias en las minas de Potosí y Oruro. América Latina fue el nido donde se originaron las primeras experiencias. No obstante, el fin de los gobiernos autoritarios en África y Asia durante las dos últimas décadas del siglo pasado permitió el florecimiento de nuevas experiencias de comunicación en esas regiones.

La diversidad de experiencias ha sido una señal de buena salud en la comunicación participativa. Sin embargo, su articulación con proyectos de desarrollo que pretenden generar cambios económicos y sociales no ha sido siempre exitosa. Parecería que las comunidades de base han sentido la necesidad de la comunicación y han tomado las acciones pertinentes, mientras que en los niveles de diseño e implementación de los proyectos controlados por financiadores o gobiernos, no ha existido suficiente conciencia de ello.

Ambos extremos tienen ahora posibilidades de encontrarse, gracias a las lecciones aprendidas por la cooperación internacional para el desarrollo durante las últimas décadas. Demasiados proyectos fracasaron debido a la verticalidad de su planificación e implementación, y gran parte de los fondos canalizados hacia los países en desarrollo no llegaron nunca a los supuestos “beneficiarios”, hasta que las instituciones de

financiamiento comprendieron que estaban haciendo algo mal. Si tan sólo hubieran involucrado desde un principio a los beneficiarios...

Una idea tan sencilla como involucrar a los beneficiarios no había ocupado el pensamiento de las agencias internacionales de cooperación, y cuando finalmente la idea germinó, no tuvieron capacidad para implementarla y vencer ciertos obstáculos; entre ellos, la inercia que hace canalizar los fondos de la cooperación a través de gobiernos—a menudo corruptos e indiferentes ante las necesidades de su pueblo—y la incapacidad de llegar a los verdaderos actores del desarrollo. A lo largo de los años, las ONG y las organizaciones comunitarias de base han probado ser rentables desde el punto de vista de costo y eficiencia, y dignas de la confianza de las agencias de financiamiento e incluso de los gobiernos.

Las barreras culturales, pero también las actitudes arrogantes sobre el conocimiento y las prácticas verticales, no permitieron a los financiadores, planificadores y gobiernos establecer un diálogo con las comunidades beneficiarias. El conocimiento propio de las comunidades se percibe en el mejor de los casos como una reivindicación, pero casi nunca como uno de los principales componentes—todavía ausente—en el proceso de desarrollo.

La comunicación, en general, ha sido por mucho tiempo marginada de los proyectos de desarrollo, y aún lo es. Incluso cuando las organizaciones para el desarrollo admiten que los beneficiarios deben ser involucrados, no logran comprender que sin la comunicación no puede establecerse un diálogo permanente con las comunidades. El hecho de que los proyectos de desarrollo estén generalmente en manos de economistas y técnicos impide la comprensión de temas culturales y sociales que son centrales en una estrategia de comunicación.

Con demasiada frecuencia la comunicación es concebida como propaganda, o en el mejor de los casos como difusión de información, pero rara vez como diálogo. Tanto la cooperación internacional, como los gobiernos e incluso algunas ONG, ven la urgencia de la comunicación cuando su objetivo es ganar visibilidad. En esos casos se concentran en el uso de los medios masivos, o peor aún, en la producción de vallas publicitarias o publicidad pagada en los periódicos, actividades que tienen impacto en las ciudades pero no en las zonas rurales más pobres.

El concepto del desarrollo ha evolucionado en las agencias de cooperación, no así la concepción de la comunicación para el desarrollo. Proyectos que antes se desentendían completamente de la comunicación, ahora la toman en cuenta como un instrumento de propaganda o de documentación institucional. Las campañas masivas a través de los medios de información, particularmente en apoyo de programas de salud, han demostrado que no pueden ser sostenibles si no cuentan con financiamiento permanente; más aún cuando no

han contribuido a establecer canales de diálogo con las comunidades. Desde su diseño, son campañas ajenas a los beneficiarios y sus contenidos son demasiado generales para ser aceptables culturalmente, en particular en países que cuentan con una rica diversidad étnica y cultural. El mercadeo de bienes sociales que promueven sobre todo las agencias de cooperación de Estados Unidos, implica también inversiones en autopromoción, para capturar el interés de los países en desarrollo.

El concepto de establecer el diálogo con los beneficiarios a lo largo del proceso de concebir, planificar, implementar y evaluar un proyecto ha ganado terreno paulatinamente. En un primer tiempo, se comprendió que era importante involucrar a los beneficiarios en las actividades de desarrollo económico y social, para reforzar el sentido de “apropiación” comunitaria. Finalmente, se entendió la importancia de esa participación para garantizar la sostenibilidad del proyecto después de la etapa de asistencia técnica.

Más tarde, los planificadores comprendieron que no era realista tratar de inculcar el sentido de “apropiación” cuando los beneficiarios no habían sido partícipes de las decisiones tomadas antes del inicio de un proyecto. Por ejemplo, una decisión aparentemente tan sencilla como es elegir el lugar para perforar un pozo e instalar una bomba de agua, podía revelar la complejidad de las relaciones internas en una comunidad rural. Los técnicos que a menudo veían a las comunidades como un universo humano homogéneo, tuvieron que recorrer un proceso de aprendizaje que los llevó a comprender que toda comunidad—al igual que la sociedad en su conjunto—es un aglomerado de grupos de interés, ricos y pobres, cuya complejidad cultural debe ser primero aprehendida.

El concepto de desarrollo participativo permitió entender mejor el papel de la comunicación para el desarrollo. Actualmente, más proyectos incluyen personal y presupuesto específicamente asignado para las actividades de comunicación. Ello ha revelado la carencia de comunicadores para el desarrollo; de hecho, se trata de un área de especialización casi inexistente en las universidades. Entre los miles de instituciones académicas del mundo que producen periodistas destinados a los medios de información o a la publicidad, apenas unas cuantas ofrecen cursos de comunicación para el desarrollo.

Al parecer, en América Latina existen más de 300 escuelas universitarias de comunicación, con una población superior a los 120.000 alumnos. La mayor parte de estas escuelas buscan formar profesionales para los medios masivos, las actividades publicitarias, la denominada comunicación empresarial y las relaciones públicas. No existe una sola facultad que forme comunicadores para el desarrollo, comunicadores científicos, o comunicadores pedagógicos.

Y, en parte, ahí se encuentra la explicación a tanto desastre comunicacional como encontramos en esas actividades. ... Es difícil comprender la razón por la cual siguen proliferando estas escuelas o facultades de comunicación para cuyos graduados no hay fuentes de trabajo. La sociedad necesita de escuelas que formen los comunicadores que no existen, al menos en las cantidades que se necesitan.<sup>3</sup>

—Dice Manuel Calvelo

Los comunicadores para el desarrollo constituyen una especie rara. La mayoría de ellos corresponde al perfil de autodidactas, provenientes de otras disciplinas, que se volcaron hacia la comunicación porque sintieron la necesidad real al trabajar en proyectos de desarrollo. Agrónomos, sociólogos, extensionistas y promotores rurales han resultado mejores comunicadores para el desarrollo que los periodistas, demasiado sesgados hacia los medios masivos y hacia una práctica vertical.

#### **MACRO Y MICRO**

---

Un obstáculo importante para introducir componentes de comunicación participativa en programas de desarrollo es la urgencia de los financiadores por ampliar el impacto de los proyectos, lo cual puede paralizar la cooperación o derivar en proyectos tan gigantescos como artificiales, que con frecuencia fracasan estrepitosamente. Los “elefantes blancos”, como se conocen en América Latina, han hecho más daño que bien en los países en vías de desarrollo. La “escala” o dimensión de los proyectos está lamentablemente relacionada con las agendas políticas y las exigencias administrativas internas de las agencias de cooperación internacional, antes que con las necesidades de desarrollo de los pueblos. Los condicionamientos para probar “éxito” en el corto plazo (el síndrome de los informes anuales), y medir los proyectos según la cantidad de beneficiarios (la cifra más alta posible) —sin tomar en cuenta los aspectos cualitativos y los beneficios de largo plazo— ha generado proyectos cuyo “éxito” está directamente relacionado con el financiamiento externo.

En un marco de desarrollo más razonable, la dimensión o “escala” de los proyectos podría resultar de la integración de las comunidades que tienen problemas similares, facilitando los intercambios entre ellas, en lugar de multiplicar modelos que chocan con la cultura y con las tradiciones.

Las ambiciones “macro” son con frecuencia una trampa en un mundo tan diverso en sus culturas y tan rico en sus diferencias. La búsqueda de “escala” no siempre conduce a soluciones apropiadas en el largo plazo y los modelos masivos no pueden reemplazar las redes comunitarias, que se construyen desde la base. La cooperación internacional todavía se resiste a reconocer los 30 ó 40 años de fracasos y

los millones que se volatilizaron en programas enormes mal diseñados. La ambición de avanzar rápidamente en pos de resultados de corto plazo y para extender la cobertura de los programas al mayor número de personas, es una estrategia que ha resultado contraproducente.

Además, ha distorsionado el papel de la comunicación, generalmente utilizada para fortalecer la visibilidad institucional, y muy pocas veces como una herramienta de desarrollo. Los medios masivos han sido privilegiados, sobre otros medios de comunicación, con los resultados ya conocidos: enormes inversiones de las que queda muy poco en el ámbito comunitario cuando se retira el financiamiento y la asistencia técnica.

Si se esperan verdaderos cambios en la manera como interviene la comunicación en los proyectos de desarrollo, primero deberían producirse cambios en el interior de las instituciones de cooperación. Estos consistirían en incorporar las estrategias de comunicación desde las fases iniciales de planificación de un programa o proyecto, por ejemplo, destinando un porcentaje del presupuesto total a las actividades de comunicación. También se requieren cambios en el perfil del personal de las organizaciones y de los proyectos, mediante la incorporación de comunicadores para el desarrollo en lugar de publicistas, y sociólogos antes que periodistas. Tal vez en algún momento se entienda que “macro” no es simplemente una cuestión de tamaño, sino de participación. Y la participación nunca puede ser masiva si se pretende manipularla desde arriba.

#### **LO QUE SIGUE:**

#### **LA EVALUACIÓN PARTICIPATIVA**

---

Se ha progresado, aunque no lo suficiente, en el proceso de involucrar gradualmente a los beneficiarios en las etapas de planificación y de implementación de los proyectos. Sin embargo, la etapa de evaluación sigue siendo, por lo general, un ejercicio exclusivo de las agencias de cooperación, ajeno y vertical con relación a los beneficiarios. Sorprende que aunque el sistema de evaluación es insuficiente para abordar la participación comunitaria, siga aún vigente. Además de que las instituciones especializadas en procesos de evaluación constituyen verdaderas industrias, hay otra razón que explica su predominancia: al contratar los servicios de evaluadores privados, los financiadores mantienen el control sobre las evaluaciones.

Si analizamos el tema con cierta lógica, descubrimos importantes contradicciones en la manera como se hacen la mayor parte de las evaluaciones; la principal contradicción radica en que los beneficiarios están al margen, como simples objetos de estudio y no sujetos que pueden contribuir en el proceso de evaluación.

En primer lugar, el hecho de que los propios financiadores y/o las agencias de implementación contraten evaluaciones sobre sus proyectos, tiene impacto sobre la calidad de los resultados. En menor o mayor medida, es muy probable que los evaluadores tengan un sesgo favorable, puesto que dependen de futuros contratos con las mismas organizaciones y otras similares.

En segundo lugar, ¿quién define los objetivos de la evaluación? ¿Quién se beneficiará de la evaluación: los beneficiarios o la institución auspiciante? Los objetivos de las evaluaciones generalmente responden a agendas institucionales.

Tercero, las evaluaciones las hacen generalmente expertos que conocen muy poco el contexto cultural, político y social, y a veces ni siquiera hablan el idioma local; en su mayoría, son consultores de empresas privadas de Estados Unidos o de Europa. Muy pocos proyectos contratan consultores locales o de países del Tercer Mundo cuyos antecedentes personales garantizan una mejor comprensión de la cultura local. Con ese propósito, las agencias de desarrollo de las Naciones Unidas intercambian a veces consultores entre países del sur, lo cual es un avance significativo.

Cuarto, la batería de instrumentos de evaluación generalmente se inspira en modelos ya existentes, adaptados a una nueva situación sin consulta suficiente con la realidad, y sin tomar en cuenta los aspectos culturales.

Quinto, con el propósito de procesar datos estadísticos, la mayor parte de las evaluaciones evitan las preguntas abiertas y se concentran en formatos tipo “*checklist*”, que facilitan la obtención de cifras y porcentajes, en detrimento de la información cualitativa.

Finalmente, la oportunidad en que se realizan las evaluaciones corresponde también a las necesidades de los financiadores y por lo general no tiene relevancia en la medición de los beneficios reales de un proyecto para la comunidad. Con frecuencia las evaluaciones se realizan justo al término de la intervención institucional, capturando una imagen del proceso de desarrollo en su mejor momento.

La información que producen estas evaluaciones sirve más a los financiadores y/o agencias de implementación, que a los beneficiarios. Las imprecisiones en la información, pueden además oscurecer los resultados y su interpretación. Estas imprecisiones no están relacionadas solamente con los datos recolectados—por ejemplo, respecto a una campaña sobre el SIDA—sino más bien con la falta de conocimiento sobre la cultura y las formas de organización de los encuestados. La “evidencia” que los evaluadores buscan puede quedar distorsionada por esa brecha cultural que existe entre los evaluadores y la comunidad.

En suma, el proceso de evaluación debería integrar el diálogo como herramienta esencial. El concepto mismo de evaluación tendría

que revisarse: durante las décadas recientes se ha producido una evolución positiva hacia un desarrollo centrado en la gente y hacia una comunicación a partir de ella. Es tiempo de incluir también modelos de evaluación en los que los beneficiarios juegan un papel central.

Esto ya está sucediendo de algún modo en algunos ejemplos de comunicación participativa que tienen lugar en la comunidad. Por ejemplo, durante cuatro décadas de crecimiento y expansión de las radios mineras de Bolivia, nunca se hizo una evaluación formal, pero el hecho es que la comunidad misma estuvo—de manera constante y permanente—evaluando las emisoras y, es más, dirigiendo el proceso a través del diálogo.

Las evaluaciones honestas y útiles solamente serán posibles cuando los financiadores depongan sus agendas institucionales. ¿Están preparados para hacerlo? Si lo están, las evaluaciones deberían convertirse en procesos participativos desde la etapa inicial de fijar los objetivos.

#### **RADIO: PEQUEÑAS OLAS Y CAMBIOS GIGANTESCOS**

---

La radio ha sido durante más de cincuenta años el instrumento más atractivo para la comunicación y el desarrollo participativos. Sin duda es la herramienta comunicacional más extendida en el mundo y el medio ideal para provocar cambios sociales. La radio tuvo un papel preponderante en los cambios introducidos en el entorno comunicacional de Europa a principios de los años setenta, cuando las *radios libres* o “piratas” florecieron por centenas en Italia, Francia y otros países del conservador continente. Quizás *Radio Tomate* y otras emisoras que comenzaron clandestinamente, en pequeños apartamentos de estudiantes en París o Milán, se convirtieron con el tiempo en empresas comerciales exitosas, pero su contribución a los cambios producidos en el espectro de la radiodifusión europea es innegable.

A mediados de los años cuarenta, tres décadas antes de que se generalizara en Europa la diversidad en los medios de comunicación—a medida que los gobiernos perdían el control—en América Latina pequeñas y a veces muy aisladas comunidades de campesinos o mineros ya estaban en condiciones de operar sus propias radios, no solamente como un desafío al monopolio estatal de los medios, sino también para expresar, por vez primera, sus propias voces. Las luchas sociales de los años sesenta y setenta y la resistencia a las dictaduras militares que llegaron al poder por cortesía de la CIA, no hicieron sino contribuir a multiplicar por miles las radios comunitarias e independientes. Cualquier pequeño país de América del Sur cuenta hoy con varios centenares de emisoras, en su mayoría FM, que sirven áreas rurales y urbanas con contenidos adecuados a la cultura, a la lengua y a las necesidades locales.

Individualmente, la mayoría de estas emisoras—que transmiten desde una escuela, una iglesia o un sindicato—tiene un alcance muy limitado, pero sumadas tienen la fuerza de un maremoto. Han logrado derrumbar gobiernos o lanzar nuevos líderes populistas. Pero sobre todo, han servido a sus comunidades diariamente, sin hacer mucho ruido, abriéndose a las ideas y a las voces del pueblo<sup>4</sup>.

Asia y África recorren hoy el mismo camino recorrido por América Latina décadas atrás. A medida que los pueblos repudian a las dictaduras, nuevas voces emergen a través de los medios, y generalmente la radio está en la vanguardia de ese proceso. En cuanto se resquebraja el monopolio del Estado sobre los medios, pequeñas organizaciones y comunidades levantan sus antenas sobre las aldeas rurales y sobre los barrios pobres de las ciudades. Asia cuenta con interesantes ejemplos en Filipinas, en Sri Lanka o en Nepal, mientras en África varios países han aprovechado los vientos democráticos. Sudáfrica es quizás el ejemplo más sobresaliente.

Sin embargo, la radio participativa en África está todavía en sus albores:

Creo que el término radio comunitaria no se aplica a las emisoras africanas. Implica que una emisora ha surgido de un grupo de personas, de una comunidad o de una aldea. Pero ése no es el caso en África. La mayor parte de las radios privadas en el continente son comerciales. No quiere decir que difundan publicidad todo el día, pero fueron creadas como un negocio. La mayoría juega un papel importante en el desarrollo de cada país. Prefiero hablar de radios para el desarrollo, como las que han surgido en países de África occidental. La cultura africana tiene como base la historia oral transmitida a través de las generaciones. La radio adopta ahora el papel del anciano de la tribu, que solía contar sus historias sentado a la sombra de un árbol<sup>5</sup>.

La más pequeña y precaria radio comunitaria marca importantes diferencias para la comunidad. La presencia de una radio, incluso si no es muy participativa, tiene un efecto inmediato en la población. Las más pequeñas y pobres generalmente se inician transmitiendo música a lo largo del día: ello tiene desde luego un impacto sobre la identidad cultural y el orgullo de la comunidad. El siguiente paso, estrechamente asociado a la programación musical, son los anuncios y dedicaciones, que contribuyen a reforzar las redes sociales locales. Cuando la emisora crece en experiencia y en capacidad técnica, se inicia la producción de programas sobre temas de salud o educación que contribuyen a compartir información pertinente sobre los problemas que afectan a la comunidad.

Las radios comunitarias se han multiplicado por millares en todo el mundo durante las décadas recientes. Es casi imposible calcular con exactitud la cifra total, ya que las estadísticas no incluyen aquellas que funcionan sin registro legal. Las emisoras comunitarias son importantes en el universo social y geográfico en el que operan. De vez en cuando, los nombres de algunas atraviesan las fronteras: *Radio Enriquillo* en la República Dominicana, *Radio La Voz de la Montaña* en México, *Radio Animas* en Bolivia, *Radio Qawinakel* en Guatemala, *Radio Xai-Xai* en Mozambique, *Radio Tubajon* en Filipinas, *Radio Sagarmatha* en Nepal, *Katutura Community Radio* en Namibia, *Kagadi-Kibaale Community Radio* en Uganda, *Chikaya Community Radio Station* en Zambia...

El proceso de comunicarse a través de la radio ha pasado por varias etapas desde los años cincuenta. Este informe reúne algunos ejemplos que muestran esa evolución así como las nuevas perspectivas de la radio como herramienta para el cambio social. De los cincuenta casos seleccionados, no menos de veinte son experiencias de radio comunitaria, lo cual confirma la importancia de este medio. No sólo la radio ha sido fundamental en los cambios sociales, sino que de algún modo ha *inventado* la comunicación participativa.

Cronológicamente, la primera radio comunitaria—*Radio Sutatenza*—nació el 16 de octubre de 1947 en Colombia. Fue creada por un cura católico, José Joaquín Salcedo, con dos objetivos: difundir la doctrina cristiana entre los campesinos pobres, y enseñar técnicas para mejorar el desarrollo de la comunidad. *Radio Sutatenza* creció constantemente durante varias décadas hasta que la poderosa Cadena Caracol la compró a principios de los años noventa.

La participación en las radios comunitarias varía desde la propiedad total a diversos grados de involucramiento de las audiencias en la programación y en la administración.

El clásico ejemplo de apropiación y de control total de una emisora por sus oyentes son las radios mineras de Bolivia. Establecidas a partir de 1949, constituyen una de las primeras experiencias de comunicación participativa en el mundo, y uno de los ejemplos más sobresalientes de comunicación popular y participativa. No es fácil identificar otras radios que hayan sido concebidas, instaladas, administradas, dirigidas técnicamente, financiadas y mantenidas por la comunidad. Aun más, las radios mineras son el paradigma de las iniciativas comunicacionales, que son parte de un proyecto más amplio de cambios sociales y políticos. Por último, y no menos importante, es el hecho de que la red de radios mineras llegó a sumar 26 estaciones independientes en los años setenta, con una influencia conjunta nada despreciable en cuanto a su escala. Desdichadamente, ejemplos de esta calidad no abundan.

En los años recientes, hay ejemplos de emisoras en las que la propiedad comunitaria es un aspecto central, como sucede con *Radio Izcana* en El Salvador o las radios locales de Burkina Faso o Haití, aunque en los dos ejemplos últimos, las emisoras fueron instaladas con asistencia técnica y fondos externos. El proyecto de instalar seis radios locales comunitarias en áreas rurales de Burkina Faso, fue una iniciativa de Tomas Sankara cuando era Ministro de Información, aún antes de convertirse en el presidente que le cambiaría de nombre a su país. El proyecto se desmoronó parcialmente cuando Sankara fue derrocado y asesinado por su amigo y compañero de armas Blaise Campaoré. En Haití, la UNESCO donó en 1994 equipos de radio para montar cuatro estaciones de radio en áreas rurales de la isla, y proporcionó la capacitación inicial, pero al cabo de varios años las emisoras luchan todavía por consolidar su identidad, en un país constantemente sacudido por la agitación política.

La conformación de redes ha constituido siempre un desafío para los proyectos de comunicación comunitaria. Es relativamente fácil para las empresas comerciales de comunicación establecer redes verticales, debido a su organización altamente centralizada, pero no sucede lo mismo con las emisoras independientes, ya que cada una pertenece a una comunidad o a un grupo diferente. Quizás la pregunta pertinente sería: ¿qué define a una red? Las radios mineras de Bolivia se consideraban una red, pero no por tener una administración centralizada o por difundir la misma programación, sino porque tenían la capacidad técnica, y sobre todo política, de unir sus señales cuando era necesario, y porque perseguían el mismo objetivo: mejorar las condiciones de vida de los mineros y ser escuchadas por toda la nación.

Otro ejemplo de red de emisoras que vale la pena mencionar es *Tambuli*, en Filipinas. Cerca de veinte estaciones de radio fueron establecidas con asistencia técnica y financiamiento de la UNESCO y DANIDA. La red es funcional en cuanto a los intercambios de casetes, capacitación, reuniones y la supervisión de la Fundación *Tambuli* desde Manila. Sin embargo, no es una red propiamente dicha en lo que respecta a la transmisión de señales simultáneamente, en tiempo real, ya que las emisoras están dispersas en los lugares más remotos del archipiélago y no tienen posibilidades de comunicarse a través de sus transmisores de baja potencia. Técnicamente, *Tambuli* no es una red, aunque filosóficamente todas las emisoras comparten los mismos objetivos e ideas.

La *Red de Radios Locales* de Indonesia muestra que se pueden establecer redes aun cuando las radios que las integran son de propiedad privada. Una vez más, éste es un ejemplo de la diversidad que encontramos durante el proceso de investigación. Es esencial entender el contexto político de Indonesia para apreciar la importancia de esta red en el proceso de la comunicación para el cambio social.

Para empezar, no existe ninguna otra clase de radios comunitarias en Indonesia. Ninguna ley ampara a las radios comunitarias, y al cabo de varias décadas del régimen militar de Suharto, tomará todavía algún tiempo hasta que se apruebe una nueva legislación sobre comunicación. A pesar de esto, la necesidad de una comunicación democrática inspiró a la UNESCO para apoyar más de veinte radios locales privadas, pequeñas instalaciones con pocos recursos propios, y así iniciar un proceso de red de comunicación con la introducción de nuevas tecnologías. La UNESCO proporcionó equipo adicional, capacitación y asistencia técnica, de modo que las emisoras pudieran empezar a producir y a difundir noticias y programas locales. Las computadoras y el acceso a la Internet permiten a las emisoras intercambiar notas diariamente, consolidando de ese modo la red. A pesar de las amenazas del ejército, especialmente en regiones políticamente candentes como Aceh, la red continúa creciendo.

En una escala mucho más grande, *Púlsar* es una agencia latinoamericana de noticias que distribuye diariamente por e-mail e Internet, reportajes y noticias a varios centenares de emisoras comunitarias. Desde la perspectiva del trabajo en red, *Púlsar* ha tenido éxito al establecer un sistema de corresponsales que abarca toda América Latina y el Caribe. Los corresponsales envían cotidianamente notas y noticias desde la perspectiva comunitaria.

Madagascar sigue un modelo similar al de la red *Tambuli*, con las primeras emisoras en Fianarantsoa y Morondava. Estas dos radios—una tercera será establecida en Antananarivo—fueron creadas con apoyo de la cooperación suiza (*Développement et coopération*—DDC) con el objetivo de servir a las comunidades rurales dentro del ámbito geográfico de influencia. Éste tampoco es un buen ejemplo de trabajo en red, debido a la falta de contacto entre las emisoras, pero podría en cambio convertirse en un ejemplo de “apropiación” por la comunidad. Durante los dos primeros años, los esfuerzos fueron dirigidos a establecer las radios como medios comunitarios, los primeros en Madagascar. Luego, el proceso contempla la transferencia total de la propiedad de las emisoras a las asociaciones rurales representadas en el Consejo de Administración. Sin embargo, hay mucha incertidumbre sobre lo que puede suceder una vez que concluya la asistencia técnica suiza.

Entre las experiencias más importantes de emisoras de radio que han triunfado al establecerse como ejemplos de comunicación participativa para el cambio social, sobresalen aquéllas que nacieron con el respaldo de sacerdotes católicos. Desde la primera radio comunitaria, *Radio Sutatenza* (1947) a las miles que operan hoy en América Latina, la radio ha sido el medio que más ha apoyado a las comunidades en su lucha por una vida mejor. Los sacerdotes católicos que apoyaron estos proyectos de comunicación comprendieron muy pronto que la

supervivencia y el desarrollo de las emisoras de radio debía vincularse a la participación comunitaria y con las verdaderas necesidades sociales, políticas y culturales del pueblo, y no solamente predicando la fe o contra el comunismo.

Nuevamente, el ejemplo clásico procede de los distritos mineros de Bolivia. A principios de los años cincuenta, un grupo de curas católicos estableció *Radio Pío XII* en Llallagua, con el objetivo de “luchar contra el comunismo y el alcoholismo” prevaletentes entre los mineros, exactamente como unos años antes se había propuesto hacerlo *Radio Sutatenza* en áreas rurales de Colombia. En pocos años *Radio Pío XII* evolucionó acercándose a las comunidades mineras y acabó siendo parte de la red de radios sindicales. En años posteriores fue atacada por el ejército, literalmente bajo fuego de metralla, exactamente como las demás emisoras y por las mismas razones: la defensa de los derechos políticos y sociales de los trabajadores. En La Paz, *Radio San Gabriel*—que se ocupa principalmente de la audiencia campesina—creció hasta convertirse en una de las estaciones de radio más influyentes de Bolivia.

Sacerdotes jesuitas crearon y todavía respaldan una de las experiencias más interesantes incluidas en este informe: *Radio Kwizera*, una radio que sirve a la población de refugiados establecida en el oeste de Tanzania, cerca de las fronteras de Burundi y Rwanda. Varias de las emisoras que forman parte de la red *Tambuli* en Filipinas, están apoyadas en las comunidades por curas y pastores, como es el caso de *Radio Tubajon* y *Radio Loreto*, ambas localizadas en la isla de Dinagat, al norte de Mindanao. *Radio Quillabamba* en el Perú y *Radio Huayacocotla* en México, se cuentan también en el grupo de radios comunitarias ejemplares, apoyadas por religiosos progresistas, completamente identificados con la población local.

No es raro encontrar emisoras de radio que han sido establecidas con el apoyo de ONG locales o internacionales, pero son menos comunes las radios comunitarias creadas y apoyadas por instituciones gubernamentales. No hay muchas entre estas últimas, y las que existen dependen en gran medida de la buena voluntad de algunos individuos que desafían las políticas del gobierno, favoreciendo las voces del pueblo. Lo que Tomas Sankara hizo a principios de los años ochenta en Burkina Faso—que por entonces se llamaba Alto Volta, hasta que él le cambió de nombre al llegar al poder—no tuvo repercusiones en otros gobiernos africanos, demasiado celosos del control absoluto sobre los medios de información. Sankara creó seis radios comunitarias cuando era Ministro de Información, y las entregó a las comunidades.

Por su parte, el Gobierno mexicano tiene una política clara de promoción de las radios comunitarias principalmente en las comunidades indígenas. *Radio Margaritas* es una de las 24 emisoras establecidas por el Instituto Nacional Indigenista, una institución oficial. Estas

radios producen y difunden programas en 31 lenguas indígenas y castellano, y llegan a aproximadamente seis millones de indígenas mexicanos. Al igual que otros proyectos interesantes en ese país, estas emisoras son el resultado afortunado de las contradicciones políticas internas, y precisamente porque esas contradicciones están lejos de ser resueltas, las emisoras del INI han sobrevivido a varios cambios de gobierno.

*Radio Kiritimati*, en el archipiélago de Kiribati en el Pacífico Sur, y *Radio Kothmale* en Sri Lanka, son también ejemplos de emisoras comunitarias que fueron establecidas y parcialmente financiadas por el gobierno, que interfiere relativamente poco en su funcionamiento.

Vale la pena describir brevemente a *Radio Kothmale*, ya que es una de las primeras que sugirió una convergencia entre radio e Internet. Equipada con computadoras y acceso a la Internet, la emisora recibe pedidos de información de la audiencia, luego busca en la Web los datos, y devuelve los resultados a los oyentes, en la lengua local. La radio está además dedicada a la elaboración de una base de datos con información útil para la comunidad.

En tanto que instrumento de comunicación participativa para el cambio social, la radio ofrece varias ventajas comparativas en relación con otros medios. Primero, la relación costo-beneficio es muy conveniente desde el punto de vista de la inversión, tanto para quienes instalan una radio como para la audiencia. Segundo, la radio es pertinente en su lenguaje y su contenido, ideal para llegar a la masiva población analfabeta que permanece marginada, especialmente en áreas rurales del Tercer Mundo. Tercero, la radio puede vincularse estrechamente a las tradiciones, a la cultura y a las prácticas locales. Cuarto, una vez que la inversión inicial en equipos ha sido realizada, la sostenibilidad es posible, aunque dependiendo del nivel de participación comunitaria. Quinto, en cuanto a su alcance y cobertura geográfica, la radio tiene enormes ventajas sobre los demás medios. Por último, y no menos importante, la convergencia entre radio e Internet insufla una energía nueva a la radio comunitaria y ha acrecentado enormemente las oportunidades de constituir redes.

#### VIDEO: LA IMAGEN DE LA IDENTIDAD

El video como herramienta de comunicación para el desarrollo y el cambio social, ha sido siempre objeto de odiosas comparaciones y disputas con la industria de la televisión y del cine. Para merecer una identidad propia, esta herramienta audiovisual tuvo que diferenciarse de los sistemas tradicionales de difusión, generalmente orientados por intereses meramente comerciales.

Durante muchos años el video fue el “pariente pobre” de las industrias del cine y de la televisión, sólidamente establecidas. Fue

percibido como un intento desesperado, marginal y de baja calidad, de competir con las redes comerciales. Debido al alto costo de operación de los canales de televisión, aquellos proyectos que aspiran a promover temas sociales o culturales a través de la televisión, están condenados a una vida breve. En las naciones industrializadas, incluso las llamadas “redes culturales” o “canales de interés público” enfrentan muchas dificultades, más aún en países pobres y subdesarrollados.

En los años sesenta y setenta se hicieron varios intentos en América Latina para establecer canales de televisión “alternativa” en países como Bolivia o Chile; pero ninguno resistió al curso del tiempo. En cierto momento, sin embargo, cada universidad estatal de Bolivia tenía—en virtud de la autonomía universitaria—su propio canal de televisión con programación cultural, debates y noticias desde una perspectiva diferente a la oficial. Pero ello duró lo que dura un espejismo. Tan pronto como se empezaron a otorgar licencias comerciales a través de subastas, los canales de televisión universitarios comenzaron a desaparecer. En Chile, como en otros países, los canales universitarios debieron competir por la publicidad con los canales comerciales, de modo que quedó muy poco de su vocación social y cultural.

Por otra parte, las redes de video independiente pudieron sobrevivir en tanto que testimonios de una realidad social que rara vez se muestra en televisión. A pesar del gusto de la audiencia, que ha sido moldeado por la oferta de la televisión comercial y de las redes de cable, el video independiente sigue vivo y cuenta con un espacio propio y diferenciado.

A lo largo de ese proceso y en la medida en que la tecnología se hizo más accesible en cuanto al costo y a la facilidad de manipularla, el video se desarrolló como una herramienta de comunicación distinta, con sus propias ventajas comparativas sobre la televisión. Los usos del video en proyectos de desarrollo social evidencian mucha creatividad y capacidad de adaptación a contextos sociales y culturales cambiantes. En países del Tercer Mundo muchos han adoptado el video, del mismo modo que la generación anterior adoptó la radio, como una herramienta de apoyo a la educación, la identidad cultural, la organización y la participación política.

Muchas experiencias innovadoras de video participativo se han desarrollado en el mundo. Entre ellas: *Video SEWA* en la India, los indios *kayapo* en el Brasil, *FAWO* en Sudáfrica, *Nuevo Amanecer* en Namibia, *Televisión Serrana* en Cuba, *TV para el Desarrollo* en Uganda, *CESPAC* en el Perú, la *Unidad Video Capricornio* en Zimbabwe, *Video y Sueños Comunitarios* en Egipto, *Nutzij* y *Comunicarte* en Guatemala. Las experiencias seleccionadas en este informe ilustran la diversidad y la flexibilidad de esta herramienta de comunicación.

Entre las experiencias comunitarias, *Video SEWA* (India) es una de las que demuestran claramente el potencial de participación que puede

desencadenar el video. Es además una de las primeras experiencias y la de mayor continuidad en el mundo. Se inició en 1984 cuando Martha Stuart condujo un taller de capacitación en Gujarat, para veinte mujeres, en su mayoría analfabetas, de la Asociación de Mujeres Auto-Empleadas (SEWA, por sus siglas en inglés). La semilla fue plantada en el lugar y en el momento preciso, como puede constatar al estudiar la permanencia de esta experiencia que se ha convertido en un instrumento importante en el trabajo social y organizativo en el interior de SEWA. Entre los méritos está el hecho de que mujeres que carecían casi completamente de una educación formal, fueron capaces de asimilar la herramienta del video, y su propio papel en la sociedad se transformó como resultado de ello. Sarah Stuart y Barkley Stuart continuaron el trabajo de la desaparecida Martha Stuart, apoyando proyectos similares en Nigeria (*Action Health*, 1992) y Egipto (*Video y Sueños Comunitarios*, 1998), a través de su organización *Communication for Change*.

Algunas de las mejores y más amplias experiencias de video participativo fueron promovidas por la FAO, y paradójicamente, con el consentimiento de instituciones gubernamentales. Es el caso de *CESPAC* (Perú, 1975), *PRODERITH* (México, 1978) y más recientemente *CESPA* (Malí, 1989). Las tres fueron inspiradas por Manuel Calvelo, un especialista en comunicación para el desarrollo que tuvo una gran influencia orientando proyectos de comunicación participativa en América Latina. Dos comunicadores peruanos que se habían formado en *CESPAC* bajo la tutela de Calvelo, prestaron asistencia técnica a la experiencia desarrollada en Malí. Estos tres proyectos son la viva ilustración de cómo los individuos son determinantes para definir el espíritu de los proyectos participativos: Manuel Calvelo en el terreno y Colin Fraser en la sede de la FAO en Roma, fueron esenciales en el apoyo a proyectos de comunicación de largo aliento, que seguramente funcionarios de los gobiernos y de la propia FAO consideraban muy caros y extraños.

Es importante señalar en este punto que, entre las agencias de las Naciones Unidas, la FAO ha sido la vanguardia en cuanto a desarrollar el concepto de comunicación para el desarrollo, seguida por la UNESCO, que ha apoyado varias iniciativas de radio comunitaria. En cuanto al UNICEF, a pesar de ser la agencia que tiene el personal de comunicación más numeroso y la única que mantiene comunicadores en todos los países donde está presente, no ha tenido la capacidad de mantener una dirección en la que la comunicación participativa sea central para las actividades comunitarias. La mayor parte del presupuesto del UNICEF se invierte en campañas para recolectar fondos y en actividades de corto plazo, lo cual tiene mucho que ver con los cambios de orientación que se produjeron en la organización al morir James Grant en 1995. Las demás agencias del sistema no cuentan

mucho en cuanto a promover proyectos de comunicación participativa con una visión de largo plazo.

La FAO no solamente apoyó proyectos de comunicación de largo aliento que contribuyeron a fortalecer capacidades nacionales, sino que además desarrolló simultáneamente un sólido marco conceptual a través de seminarios, reuniones internacionales y un caudal de publicaciones. La unidad de información y comunicación de la FAO tuvo sus mejores momentos bajo la dirección de Colin Fraser, y más tarde, en los años ochenta, bajo la conducción de Silvia Balit. La reorganización administrativa de la FAO a mediados de los años noventa, que implicó el traslado de personal, departamentos y recursos, parece haber afectado la visión de la comunicación para el desarrollo que era dominante en años anteriores.

Tanto *CESPAC* (Perú) como *PRODERITH* (México)—y más recientemente *CESPA* (Malí)—apoyan el desarrollo de la agricultura y de las organizaciones campesinas. Son proyectos que tienen un componente importante de capacitación y de uso del video como herramienta visual para difundir innovaciones técnicas sobre cultivos y ganadería. Muy temprano, los propios campesinos involucrados hicieron conocer su deseo de que también se tomara en cuenta las necesidades sociales, como el fortalecimiento de la organización comunitaria. Esta evolución coincidió con los avances en la tecnología del video durante los años ochenta: la aparición de cámaras más pequeñas, ligeras y baratas, que incorporaban baterías y cintas de casete. El video se convirtió en una herramienta ideal para favorecer el diálogo entre la comunidad y el personal técnico, y un medio para facilitar el intercambio de conocimientos horizontalmente. Los productos en video (lecciones visuales o cortos documentales) continuaron siendo un resultado importante en estos proyectos (el catálogo de *PRODERITH* incluye más de mil producciones), pero además el proceso mismo de elaborar los videos se hizo cada vez más importante, en la medida en que implicaba una reflexión colectiva y un diálogo sobre cada tema.

El uso del video como herramienta de participación con énfasis en el proceso antes que en el producto final, es un concepto clave en el trabajo de *Maneno Mengi*, un grupo basado en Zanzíbar desde mediados de los años noventa. *Maneno Mengi* (que quiere decir “muchas palabras” en kiswahilí), es una organización que se especializa en la producción de videos de bajo costo, en apoyo a iniciativas de desarrollo social. Su trabajo ha beneficiado a pescadores y campesinos de Tanzania. *Maneno Mengi* usa la cámara de video como un “espejo” en el que las comunidades pueden escudriñar sus problemas y encontrar soluciones. El proceso puede durar varios meses, trabajando todos los días. La cámara de video participa en las discusiones comunitarias; los segmentos filmados son mostrados una y otra vez a la comunidad

o a las autoridades competentes, cuando se juzga necesario. Después de varios meses, cuando los cambios sociales ya han comenzado a ocurrir, se hace una edición del material a la manera de un resumen del proceso. Representantes de las comunidades participan en las sesiones de edición, que se simplifican gracias al uso de computadoras portátiles cargadas con programas de edición de video.

Una mirada de conjunto a las experiencias que utilizan el video como instrumento de comunicación, nos permite clasificarlas en tres perspectivas distintas: aquéllas para las que el proceso *anterior* al producto de video es esencial; aquéllas para las que el *producto* mismo es el resultado final; y aquéllas que enfatizan el proceso *posterior* a la conclusión de los videos. Ciertamente, estas distinciones no son muy rigurosas, pero nos permiten entender mejor las fortalezas de cada perspectiva.

Tanto *TV Maxambomba* y *TV Viva* en el Brasil, como *Teleanálisis* en Chile, son ejemplos que muestran el impacto del video una vez que la producción está terminada. Esto no quiere decir que estos grupos no se preocupen por el proceso de producción, pero ciertamente se destacan sobre todo por sus estrategias para llegar a la audiencia.

La experiencia de *Teleanálisis* concluyó hace muchos años; pero tuvo un enorme impacto social en Chile durante los años setenta y ochenta, bajo la dictadura de Pinochet. *Teleanálisis* era un noticiario alternativo, cuando las informaciones eran sistemáticamente censuradas en la televisión chilena controlada por el régimen. Arriesgados camarógrafos salían a la calle para filmar manifestaciones populares, hechos de represión política y una variedad de problemas sociales. El material era editado en secreto y copiado en casetes de video para su distribución alternativa a través de sindicatos, parroquias y grupos comunitarios.

En el Brasil, tanto *TV Viva* como *TV Maxambomba* operan en un contexto diferente, una democracia donde los medios de información están en manos de grandes conglomerados económicos que figuran entre los más influyentes de América Latina, como *TV Globo*. Tanto *TV Viva* (en Recife, en el norte del país) como *TV Maxambomba* (en Río de Janeiro), luchan para ofrecer en los barrios marginales una imagen del Brasil que toma en cuenta los problemas, las necesidades y las expresiones de las comunidades locales. A pesar de su nombre, no se trata de canales de televisión. La producción de video de estos grupos aborda todo tipo de problemas de interés comunitario: política, salud, sexualidad, desempleo, educación, cultura de la población negra, derechos ciudadanos y medio ambiente. El humor es un ingrediente importante para atraer audiencias. En las calles y plazas de Olinda o de Nueva Iguazú, *TV Viva* y *TV Maxambomba* despliegan sus grandes pantallas para proyectar programas de video que convocan a centenares de personas, con contenidos que a la vez entretienen al público y lo

educan. Para los activistas de *TV Viva* y *TV Maxambomba*, mirar un video deja de ser un acto pasivo.

La *Televisión Serrana*, en Cuba, es una experiencia especial porque transcurre en una nación donde el Gobierno controla con mano firme los medios de información. Sin embargo, es también un país donde el cine, el video y las artes en general han gozado de un gran apoyo del Estado, y de mucha libertad. El principal festival de cine de América Latina se desarrolla en La Habana cada mes de diciembre, e incluye una importante sección de video. Durante la última década del siglo, se multiplicaron los grupos cubanos de video independiente y se estableció un festival nacional que permite dar a conocer su producción. Lo que hace de *Televisión Serrana* una experiencia diferente, es que el grupo se estableció en una de las zonas más aisladas de la isla, en la Sierra Maestra, famosa porque fue allí donde la guerrilla castrista se implantó a fines de los años cincuenta. La *Televisión Serrana* se concentra en la situación social de la población campesina y proporciona a las comunidades locales la oportunidad de expresarse sobre sus preocupaciones y expectativas. Una de las actividades más apreciadas por la comunidad son las videocartas, que los niños de la Sierra Maestra dirigen a otros niños de Cuba y del mundo.

Aunque el video como herramienta de comunicación participativa para el cambio social está recién en sus albores, su potencial es enorme debido en particular a la previsible convergencia con programas de la Internet de alto contenido visual. Si bien la relación cuantitativa entre las experiencias de video y de radio actualmente es de uno a cincuenta, esto podría cambiar rápidamente durante la próxima década, en la medida en que la velocidad de las conexiones es cada vez mayor y el costo de la memoria de almacenamiento para las computadoras se hace cada vez menor.

El video goza de varias ventajas comparativas que es importante mencionar. Primero, las nuevas tecnologías lo han hecho más accesible, más fácil de manipular y muy competitivo por su calidad en relación con los formatos profesionales; el video ha dejado de ser el “pariente pobre” de la televisión. Segundo, el potencial de usar el video en el marco de procesos de diálogo interactivo y además disponer al final de un producto audiovisual, constituye una enorme ventaja. La capacidad de ver inmediatamente lo que se ha filmado es una de sus cualidades más fortalecedoras; permite una participación continua y una retroalimentación inmediata. Esta dimensión permite que aquellos que son sujetos y aquellos que operan la tecnología colaboren en condiciones de igualdad. Tercero, el adagio bien conocido de “una imagen vale por mil palabras”... El poder de la imagen en la comunicación es cada vez más extenso. Las imágenes son sinónimo de verdad (aunque en realidad sepamos que esto no es cierto); los contenidos visuales tienen un gran poder de convocatoria y motivación. Finalmente, la prometedora convergencia entre video e Internet.

## TEATRO: REPRESENTANDO LA VIDA COTIDIANA

---

En un mundo dominado por los medios de comunicación electrónicos, donde los esqueletos de las antenas de televisión pueden contarse por miles incluso en las barriadas más pobres y donde el perfil de los discos blancos de las antenas satelitales emerge incluso en medio del desierto, el teatro comunitario no solamente ha sobrevivido, sino que además juega un papel importante en la comunicación para el desarrollo.

El teatro, las marionetas, la danza y la música están ciertamente enraizados en las tradiciones culturales y en las expresiones artísticas de muchas comunidades en países del Tercer Mundo. Es muy difícil imaginar a una comunidad que haya olvidado completamente estas formas de participación colectiva y entretenimiento. Algunas veces, la tradición está simplemente adormecida, ha sido postergada para atender otras urgencias (como por ejemplo sobrevivir en un mundo *globalizado*), pero puede ser reanimada cuando existe una nueva motivación. Antiguos trajes tradicionales que fueron conservados a través de varias generaciones salen de baúles de madera donde habían sido cuidadosamente guardados; máscaras y muñecos de colores vivos brillan de nuevo bajo el sol; tambores o marimbas artesanales o *balofones* (la marimba de África occidental) recuperan sus sonidos claros. La tradición de expresar las historias locales y los sueños de una comunidad a través de la música, la danza o el teatro, tiene mucha vida aún en los lugares más aislados del planeta. Y precisamente por eso es que los proyectos comunicacionales que se nutren de las formas tradicionales de expresión tienen muchas posibilidades de éxito.

Hay varias razones para escoger el teatro o los títeres o la danza como medios de comunicación para el desarrollo y alentar la participación comunitaria. La primera y más obvia es que estas formas de comunicación ya existen en la comunidad y son muy apreciadas por el pueblo. Otra razón es que, a pesar de que en estos tiempos los medios masivos están casi en todas partes, hay muy poco en su contenido general que ayude a las comunidades a mejorar sus vidas y a organizarse mejor. Si tan sólo la distracción no fuera solamente distracción... Por lo menos la radio, comparada a la televisión, hace un esfuerzo para llegar a las comunidades en sus propias lenguas, pero con frecuencia el contenido de la programación es ajeno y distante de las necesidades locales y en general de la identidad cultural local. Muchas de las experiencias de teatro comunitario que conocemos se establecieron porque los medios masivos no eran accesibles o porque no respondían a las necesidades locales de información y comunicación.

La red de teatro popular en Nigeria nació para servir a zonas aisladas del país, donde ni siquiera la radio nacional o estatal, y mucho menos la televisión, eran accesibles. A principios de los años noventa,

el UNICEF comprendió que la inversión en campañas de radio y televisión no tenía mayor influencia en zonas de Nigeria donde las comunidades vivían completamente aisladas de todos los medios masivos de información. Más aún, el propio impacto de la estrategia de radio y televisión en el resto del país estaba cuestionado. El establecimiento de pequeños conjuntos dramáticos bajo la responsabilidad de los gobiernos locales contribuyó a apoyar las actividades de educación y salud con medios innovadores de comunicación que utilizaron los recursos locales más abundantes: la gente, la cultura, la tradición y el idioma. La proliferación de los grupos de teatro constituyó un reto en la medida en que la cobertura y el impacto en la población pudieron evaluarse inmediatamente, gracias a la implementación de una comunicación cara a cara. Los guiones sobre los temas más importantes de salud fueron escritos y adaptados localmente según el contexto.

En Nepal, el *Teatro Aarohan* promueve actividades teatrales comunitarias desde 1988. Aunque el grupo no está anclado en una sola comunidad, ha empleado toda su capacidad técnica para capacitar conjuntos dramáticos comunitarios, que en su momento elaboran guiones y realizan representaciones en apoyo de la participación local para el cambio social. A través de los años, *Aarohan* ha conformado una red de aproximadamente treinta grupos, en los lugares más remotos de Nepal.

En áreas del Pacífico Sur, se han establecido también grupos de teatro itinerantes que apoyan la participación comunitaria y el cambio social, como *Wan Smolbag* en las Islas Salomón, o el *Awareness Community Theatre* (ACT) en Papua Nueva Guinea.

El teatro es también un importante recurso para la promoción de cambios sociales en áreas urbanas. Los ejemplos del *Teatro Kerigma* en Colombia, *Nalamdana* en la India y *Teatro Trono* en Bolivia, ilustran esta tendencia. El teatro de la calle asume una gran variedad de formatos, desde las representaciones unipersonales, como por ejemplo los mimos, hasta las de conjuntos dramáticos más organizados. El *Teatro Trono* fue inicialmente fundado por niños y jóvenes de la calle en la ciudad de El Alto, una aglomeración urbana de clases trabajadoras que se extendió en las afueras de La Paz. Con el tiempo, *Teatro Trono* se convirtió en un importante grupo cultural y expandió sus actividades hacia otras áreas urbanas de Bolivia.

Las marionetas y títeres se han utilizado también como recursos de comunicación para el cambio social, particularmente en países de Asia, como la India o Indonesia, donde existe una antigua tradición. En los grupos de titiriteros se emplea una gran diversidad de técnicas y temas, de acuerdo a la audiencia. Los adultos se benefician tanto como los niños. Marionetas de hilos, títeres que se enfundan en las

manos, teatro de sombras y muñecos movidos con varillas, son algunas de las técnicas que se emplean. En años recientes se ha introducido en los estudios de cine y en los programas televisión, títeres animados mediante computadoras.

Muchos grupos de titiriteros concentran su trabajo en la prevención del SIDA, entre ellos: *Títeres contra el SIDA (Puppets Against AIDS—PAAN)* en Namibia, en actividad desde 1995; *Dadi Pudumjee* en India, y *Nyanga Tshabalala* en Sudáfrica. En Hong Kong, el grupo *Los Niños del Barrio (The Kids on The Block)*, pone en escena muñecos de gran tamaño para educar a los jóvenes sobre los problemas de discriminación de los menores discapacitados.

Algunos titiriteros usan la televisión para ampliar su audiencia, aunque esto tiene un impacto en la calidad de la percepción y de la participación. En Filipinas, el *Batibot Puppet Show* utiliza la lengua nacional, el *tagalo*, para ayudar a niños preescolares de familias de bajos ingresos, a desarrollar destrezas y valores a través del entretenimiento. La serie *Si Unyil Puppet* se difunde en la televisión de Indonesia desde principios de los años ochenta. Del mismo modo, el *Puppet Theatre* de Ardeshir Keshavarzi (Irán) y *Uncle Sargam* de Farooq Qaisar (Pakistán), son programas que gozan de popularidad en sus respectivos países. Es difícil evaluar cuántos de todos estos espectáculos de títeres realmente buscan cambios sociales y cuántos pretenden sencillamente distraer a los niños. Es obvio que la incapacidad de segmentar la audiencia de la televisión, obliga a los titiriteros a encarar la cultura y los contenidos de una manera general antes que específica, sin la posibilidad de establecer un diálogo con la audiencia.

La *Carpa Lila*, en Bolivia, es una experiencia sorprendente inspirada en juegos y artes de representación, todo ello bajo una gigantesca carpa de circo itinerante. El proyecto aspira a promover cambios positivos en el comportamiento sexual de la juventud boliviana y prevenir el SIDA y las enfermedades transmisibles sexualmente, mediante una combinación de actividades educativas y de entretenimiento. La *Carpa Lila* tiene algo de circo medieval, aunque emplea técnicas educativas modernas. Donde sea que se instala, captura inmediatamente la atención de toda la comunidad. Fuera de la carpa, la gente tiene la posibilidad de asistir a exhibiciones de videos documentales sobre temas de salud, presentaciones de títeres o veladas musicales. Dentro de la carpa, los visitantes participan en varias actividades y juegos instructivos. Aunque financiado por USAID y realizado con apoyo técnico del Centro de Comunicación de la Universidad Johns Hopkins en Baltimore, el proyecto ha innovado más allá del consabido modelo de mercadeo social.

El teatro y los títeres como herramientas de comunicación participativa para el cambio social, implican también ventajas comparativas, particularmente cuando se trata de representaciones presenciales que no están “filtradas” por la televisión. Primero y sobre todas las demás ventajas, está la pertinencia cultural, especialmente cuando la actividad está organizada por grupos locales. Los valores tradicionales son preservados y fortalecidos, y la comunicación en idiomas propios contribuye al proceso de participación comunitaria. Segundo, el bajo costo y el alto potencial del impacto inmediato, y de poder apreciar ese impacto sobre la audiencia. Tercero, la ventaja de establecer un diálogo espontáneo que puede derivar en proceso de aprendizaje, tanto para la audiencia como para el conjunto dramático. Finalmente, el componente de entretenimiento, que es un vehículo ideal para expresar los contenidos y para canalizar la energía de la audiencia, a través de la sorpresa y de la risa, hacia un proceso de comprensión y de participación.

#### **INTERNET: MODELO PARA ARMAR**

Aunque con frecuencia se percibe como el “futuro” de la comunicación, la Internet representa el “presente” que está todavía en proceso de definición en cuanto a sus beneficios potenciales a favor de los cambios sociales.

Debido a su naturaleza como producto de la investigación científica y su desarrollo en medios intelectuales, la Internet ha recibido una mayor atención de parte de sectores académicos, que cualquier otro medio de comunicación para el desarrollo. Aunque las experiencias concretas de la Internet, como herramienta para el cambio social, datan de apenas dos o tres años, el número de evaluaciones y estudios realizados parece estar muy por delante de la realidad objetiva. El deseo de hacer que la Internet se convierta en un instrumento propulsor del desarrollo y de cambios en la sociedad, ha llevado a muchas suposiciones e idealizaciones. Se ha dicho mucho sobre sus beneficios, cuando en verdad todo está aún por verse en el campo concreto de la experiencia. De alguna manera, la carrera para definir en el papel (en realidad, sobre todo en discusiones por correo electrónico o en páginas Web), lo que la Internet debería ser, es una reacción legítima al constatar que la Internet *ya es* algo que no corresponde a lo que querríamos que fuera.

La evolución misma de la Internet es sorprendente. Primero fue un proyecto militar patrocinado por los organismos de seguridad nacional en los Estados Unidos, luego un instrumento noble que favorecía la democracia en el intercambio de información, y finalmente un gigantesco supermercado virtual. Al principio, los militares perdieron el control de la Internet en beneficio de los magos de las computadoras y de la comunidad científica; pero luego los académicos

bien intencionados empezaron a perder el espacio que fue ganado por la globalización y por la publicidad comercial.

Desde el punto de vista de lo que la Internet representa actualmente para las sociedades de los países en vías de desarrollo, la constatación de la realidad nos ofrece un panorama sombrío. Los Estados Unidos concentran tantas computadoras como todo el resto del mundo. La mitad de los usuarios de la Internet está en los Estados Unidos, cerca del 25% en Europa y solamente 12% a 13% en Asia. Aunque el sur de Asia concentra el 23% de la población mundial, solamente representa al 1% de los usuarios de la Internet. El perfil del usuario típico de la Internet es de sexo masculino, menor de 35 años de edad, con un grado universitario e ingresos altos, vive en la ciudad, habla inglés y pertenece a una minoría favorecida. En un mundo con miles de lenguas y culturas, la información que radica en la Web es 90% en inglés. Las otras diez lenguas más importantes del mundo están muy poco representadas en el 10% restante, incluyendo el castellano, hablado por más personas que el propio inglés en el ámbito mundial<sup>6</sup>. En cuanto al contenido, reproduce proporciones similares. Los sitios Web de los Estados Unidos dominan ampliamente con informaciones sobre todo relevantes para los usuarios norteamericanos. Un campesino de la India o una obrera del Brasil, para mencionar dos países altamente poblados del Tercer Mundo, no encontrarán mucha información de interés en la World Wide Web, incluso si él o ella pueden desempeñarse correctamente en inglés.

Se podría decir lo mismo sobre la televisión. La televisión por cable y por satélite arrasó el paisaje de la televisión en el mundo. Un mismo concepto de televisión, la misma información, las mismas películas y documentales, las mismas campañas publicitarias están disponibles (o impuestas) a través de Asia, África, América Latina, Europa y América del Norte. Con frecuencia, las mismas redes de televisión—y también sus sitios Web, dicho sea de paso—están disponibles en castellano, en portugués o en japonés, pero con contenidos que no son sino una imagen refleja del original.

El video incorporado en los procesos de cambio social se ha desmarcado claramente de la televisión comercial, pero no está sucediendo algo similar en la Internet. Solamente hay una Internet y es de dominio mayoritariamente comercial. En cuanto a su uso social—que hasta ahora no pasa de ser sinónimo de sembrar computadoras en zonas antes desprovistas de teléfono y electricidad—, los modelos propuestos son confusos y poco definidos.

Demasiadas iniciativas muy diferentes entre sí, reciben los mismos nombres, hasta el punto que ya no sabemos qué es un “telecentro” en cuanto a su función social. Muchos son simplemente “cybercafé” para estudiantes de clase media alta o para turistas que visitan los países en vías de desarrollo. Algunos de los centros instalados en áreas

rurales no son sino empresas comerciales que proporcionan servicios de comunicación a quienes nunca antes tuvieron acceso a ellos, lo cual en sí no es reprochable. Los telecentros rurales o las cabinas públicas de acceso a la Internet se han dado modos para obtener la extensión de líneas telefónicas o conexiones por radio y por satélite, lo cual sin duda beneficia a los usuarios de las comunidades, que visitan esos centros generalmente para usar el teléfono más que la Internet. Se ha avanzado mucho en cuanto al acceso a las nuevas tecnologías, pero no está aún claro en qué medida ese acceso puede contribuir al desarrollo y a los cambios necesarios en la sociedad, o si se trata simplemente de nuevos artilugios puestos de moda.

Muchos coinciden en que la introducción de nuevas tecnologías contribuye a ampliar el abismo entre ricos y pobres, tal como sucedió en los años setenta con los programas de “modernización”.

Aunque se ha logrado cierto éxito en los programas de extensión agrícola, de salud, nutrición o educativos, los principales beneficiarios han sido los sectores pudientes de la sociedad. Hay muy poca evidencia sobre los efectos “en cadena” esperados por los sectores más desfavorecidos. Por ejemplo, se pensaba que la difusión de innovaciones traería la Revolución Verde, pero terminó beneficiando solamente a los granjeros y terratenientes más ricos. ... De hecho, el abismo entre el conocimiento de los que “tienen” y los que “no tienen” se ha abierto aún más en la medida en que las elites han logrado un mayor acceso a los medios masivos de información<sup>7</sup>.

Las nuevas tecnologías, sin embargo, no espantan a nadie. Las habilidades técnicas requeridas no constituyen una barrera para la gente pobre e incluso analfabeta que tiene la oportunidad de acceder. La manipulación de una computadora no es un obstáculo en el Tercer Mundo. Experiencias como la de El Limón en un pequeño poblado de la República Dominicana, o “El agujero en el muro” en la India, muestran que gente sin previo contacto con la tecnología de computación puede rápidamente darse modos con ayuda del ratón y del teclado.

“El agujero en el muro” es un experimento particularmente ilustrativo e interesante, desarrollado por Sugata Mitra del instituto NIIT de la India: instaló una pantalla de computadora y un control manual en una ventana abierta en el muro de una barriada pobre. En pocos minutos, los niños que comenzaron a jugar con ese misterioso objeto, descubrieron cómo funcionan los hipervínculos; y en una semana lograron escribir algunas palabras sin ayuda de un teclado, aprendieron a trasladar documentos de un lado a otro y a navegar en la Internet. Por supuesto, jugar con la caja mágica no es lo mismo que utilizar las

ventajas de la Internet para encontrar información pertinente y útil. La Web no ofrece aún respuesta a sus necesidades sociales y culturales.

No será fácil modelar a la Internet de modo que—al menos en parte—sirva a los objetivos de desarrollo, de democracia, de cambios sociales y de identidad cultural a través de un proceso participativo, pero hay muchos que están empeñados en que esto sea posible. Los pocos proyectos con componente de la Internet que han sido seleccionados en este informe constituyen un intento de desarrollar una masa crítica de conocimientos y de experiencias, que en última instancia contribuirán a un uso—orientado socialmente—de las nuevas tecnologías.

La convergencia entre radio e Internet, que se ha mencionado anteriormente, es un ejemplo interesante del tipo de simbiosis que pueden ofrecer las nuevas tecnologías. No se fortalecen solamente las radios comunitarias que amplían su alcance hacia otras latitudes, sino que también la Internet se enriquece con la experiencia participativa que tanto ha contribuido a los cambios sociales de los últimos cincuenta años. La red *Púlsar* en América Latina, así como la *Radio Kothmale* en Sri Lanka y la *Red de Radios Locales* en Indonesia, son algunos ejemplos representativos de esa tendencia.

La red de la Internet tiene mejores posibilidades de éxito como herramienta para el desarrollo y para la participación, si se vincula a las experiencias de comunicación e información que ya existen. El *Sistema de Información Rural (InfoDes)* en el Perú, tomó esto en cuenta para establecer su sistema de informática en las bibliotecas comunitarias creadas treinta años atrás en áreas rurales de la Provincia de Cajamarca. En Colombia, *Colnodo* ayuda a ONG y a organizaciones comunitarias a construir sus propios sitios Web para compartir con otros el caudal de información que poseen. En años recientes se han establecido otros proyectos similares: *Ecuanex* (Ecuador), *Cabinas Públicas* (Perú), *Conectándonos al Futuro* (El Salvador). Tanto *Colnodo* como *InfoDes*—al igual que *Radio Kothmale* en Sri Lanka—hacen énfasis en la necesidad de desarrollar localmente bases de datos que pueden hacer de la Internet un instrumento útil para las comunidades, no tan ajeno a las realidades locales. La construcción de sitios Web, si es posible en lenguas autóctonas, podría catalizar un renovado interés por la Internet y alentar una mayor participación comunitaria.

En la India, la *Fundación de Investigación M.S. Swaminathan (M.S. Swaminathan Research Foundation)*, lleva adelante un proyecto experimental en aldeas de Pondichéry, a unos 160 kilómetros al sur de Chennai (antes Madrás), donde la mitad de la población vive por debajo de la línea de pobreza, con salarios inferiores a un dólar diario. El proyecto, denominado “Centro de Conocimiento para la Seguridad Alimentaria Sostenible”, fue diseñado para proporcionar información

a la población rural de acuerdo a sus necesidades y demandas, utilizando simultáneamente tecnología analógica inalámbrica y conexiones directas con la Internet. La información, especialmente la relacionada con mujeres y niños, es adaptada a las necesidades locales. Se ha puesto a disposición de las familias rurales un directorio con información sobre proyectos gubernamentales, temas de salud, precios de los productos agrícolas, eventos públicos, horarios de los medios de transporte locales, seguros para la producción agropecuaria, listas de hospitales y médicos.

Otra condición importante para las nuevas tecnologías es la vinculación de la Internet a proyectos concretos de desarrollo social. Bangladesh sorprende siempre a todos con las iniciativas más creativas y los financiadores quedan satisfechos al ver que casi todas ellas se desarrollan “en gran escala”, dadas las dimensiones del país y su densidad poblacional. Aunque programas tan grandes como BRAC o el *Grameen Bank* no sean fáciles de imitar en otros países, lo cierto es que ofrecen información abundante y muy útil como referencia.

A pesar de que no se relaciona directamente con la Internet (al menos no en la etapa actual), el proyecto establecido por el *Grameen Bank*, *Sistema de Teléfono Comunitario (Village Phone System)*, utiliza la telefonía celular inalámbrica para proveer acceso aun en las aldeas más remotas del país. El proyecto—que incluye un componente comercial y un objetivo de orientación social—está estrechamente vinculado al sistema de crédito del *Grameen Bank*, lo cual facilita muchos aspectos. Los teléfonos inalámbricos son vendidos a precios muy bajos a operadores previamente seleccionados, mujeres en su mayoría, que tendrán bajo su responsabilidad la administración del *Teléfono Comunitario*. Precios muy accesibles han sido uniformemente establecidos para evitar la especulación; los operadores pueden pagar cada mes el servicio a la compañía de teléfono (*Grameen Telecom*) y sus cuotas al Banco y obtener un margen de beneficio para sus familias.

En África hay otros ejemplos de acceso a la Internet en áreas rurales, uno de ellos particularmente interesante, es el *Telecentro Multipropósito Comunitario de Nakaseke (Nakaseke Multi-Purpose Community Telecentre)*, en Uganda. Cuatro unidades similares fueron establecidas conjuntamente por un proyecto de la UNESCO, la ITU y el CIID, en Mozambique, Tanzania, Malí y Benin. Todas ellas ofrecen acceso a computadoras e Internet, fax y fotocopiadora, una biblioteca básica, exhibiciones de videos, publicaciones periódicas, grabaciones de audio y audiciones comunitarias. Los principales usuarios de *Nakaseke* son mujeres, jóvenes, maestros, estudiantes y dirigentes locales.

El uso pasivo de la Internet puede contribuir solamente al desarrollo de un mundo cada vez más homogenizado y globalizado, un gigantesco mercado con muchos consumidores y pocos productores. El potencial de la Internet puede ser explorado únicamente a través de un proceso que permita ocupar espacios y abrir ventanas para los usuarios locales.

Las ventajas comparativas de la Internet y de las nuevas tecnologías se ven muy bien en los documentos; sin embargo, los desafíos son aún muy grandes para llegar a una situación en la que la Internet sea un instrumento útil en lugares donde todavía no se cuenta siquiera con agua potable, menos aún con electricidad. La tecnología inalámbrica y la convergencia con la radio y con la televisión, señalan el camino a seguir. Pero la tecnología por sí sola no puede constituir una respuesta adecuada si la cultura y la identidad no ocupan el centro de la discusión. Cuando una nueva tecnología se introduce en un ámbito social diferente, lo que se transfiere no es solamente la tecnología, sino su uso social, junto a una serie de supuestos y de prácticas que emergieron de otro contexto y de otras necesidades.

#### ¿CUÁL ES LA PREGUNTA?

*“Si la respuesta es la comunicación comunitaria, ¿cual es la pregunta?”*<sup>8</sup>

Esta pregunta capciosa nos remite a nuestras observaciones iniciales sobre desarrollo y participación. La *respuesta* es parte del diálogo que debe establecerse entre todos los implicados en un proceso de desarrollo que persigue cambios sociales. La sola ausencia de ese diálogo justifica la necesidad de iniciativas de comunicación participativa donde la comunidad tenga los medios para expresar lo que piensa sobre sus problemas, sobre su presente y sobre su futuro.

La historia de la cooperación internacional para el desarrollo está plagada de anécdotas bochornosas que ponen en evidencia los extremos a los que se puede llegar debido a la ausencia de la comunicación: agentes de desarrollo incapaces de expresar sus recomendaciones técnicas y supuestos beneficiarios imposibilitados de comunicar su propia perspectiva. Un sencillo ejemplo captura la esencia del enorme malentendido: frecuentemente, en las campañas de salud que buscan minimizar las enfermedades causadas por el agua contaminada, se aconseja a las mujeres “hervir el agua” antes de tomarla. Esta consigna, que puede parecer muy concreta, fácil de entender y lógica desde todo punto de vista, en la realidad simboliza la falta de sensibilidad cultural que a menudo caracteriza a los proyectos de desarrollo.

Miles de mensajes de radio y televisión con la consigna “hervir el agua” continúan difundiendo en países del Tercer Mundo, sin preocupación por su impacto. Una locutora de radio de México se expresa así al respecto: “*A través del micrófono les digo a las señoras que hiervan el agua, pero sé que no lo van a hacer, porque no tienen combustible, no tienen leña*”<sup>9</sup>. Al margen de las consecuencias lamentables del agua contaminada, el 80% de las mujeres en zonas rurales del mundo usa leña para cocinar; y cuando para conseguirla esas mujeres tienen que caminar cada día cinco o más kilómetros, *hervir el agua* no es precisamente una prioridad para ellas.

“*Si la respuesta es la comunicación comunitaria, ¿cual es la pregunta?*” La respuesta podría ser: “la respuesta es la pregunta”. Si las preguntas se discutieran más a menudo con las comunidades, si un diálogo permanente y sin exclusiones se estableciera entre los sectores implicados en el desarrollo, no sería siquiera necesario formular la pregunta.

Las preguntas y las respuestas sobre las iniciativas de comunicación deben ser elaboradas con la comunidad. ¿Qué clase de comunicación necesita la comunidad, si acaso? ¿Cuál es el sistema de comunicación tradicional de la comunidad? ¿Qué tipo de herramientas de comunicación puede asumir la comunidad, no solamente desde el punto de vista del financiamiento sino de la tecnología y de la apropiación social de un nuevo medio de comunicación? La investigación participativa debería contribuir a explorar estas preguntas y apoyar a la comunidad en la búsqueda de respuestas.

Un proceso dialéctico podría además contribuir a desmitificar la percepción de que la comunidad es un universo social homogéneo. La visión idealizada de una comunidad completamente unida por su destino, su historia o su cultura, es uno de los primeros mitos encubridores que debe disolverse. Toda sociedad o comunidad contiene estratos sociales e intereses divergentes. Aunque en grados distintos, toda comunidad, urbana o rural, tiene el rico y el pobre, el político y el artista, el líder religioso y el loco del pueblo. El universo cultural es complejo y evoluciona constantemente. Las recetas hechas no funcionan, y la asistencia técnica es válida solamente mediante un diálogo y una comunicación permanentes. Los expertos en desarrollo van y vienen, y el experto “ideal”, de acuerdo a Manuel Calvelo<sup>10</sup>, “*tiene que pasar por estas etapas: indispensable, necesario, útil, y —una vez que los objetivos iniciales se han cumplido— superfluo*”.

No existe un modelo ideal para la comunicación participativa, y cada una de las historias sintetizadas en este informe confirma el carácter único de cada experiencia, tanto por sus aspectos positivos como negativos. Todas ellas han tenido que enfrentar obstáculos y muchas no llegaron a un punto en que los insumos externos dejaran de ser necesarios. Estamos aprendiendo de las virtudes y de los defectos de estas experiencias al colocarlas lado a lado, como las piezas de un rompecabezas; no porque al final de este proceso pensamos obtener un modelo completo y válido para cualquier circunstancia, sino porque de la diversidad de experiencias podremos extraer algunas piezas para iniciar un nuevo rompecabezas.

Si bien no es posible—o necesario—describir un modelo ideal, hay características comunes de la comunicación participativa que nos gustaría ver más a menudo en los proyectos e iniciativas que se reclaman participativas.

Comunicación y participación son en realidad dos palabras que comparten un mismo concepto. Etimológicamente, la alocución latina *communio* nos remite al hecho de participar y compartir. Las lenguas modernas han otorgado nuevos significados a la palabra *comunicación*, a menudo confundida con información. No menos importante es la confusión, sobre todo en idioma inglés, entre el singular *comunicación*—es decir el acto o proceso de comunicar—y el plural *comunicaciones*, que se refiere a los medios tecnológicos para transmitir mensajes, órdenes, etc.

Cuando se trata de definir el perfil de la comunicación participativa, es muy importante tener presentes las consecuencias políticas de la participación en los procesos de desarrollo:

- **Un problema de poder.** La democratización de la comunicación toca de lleno el tema del poder. Los enfoques participativos contribuyen a colocar la toma de decisiones en manos del pueblo; además, consolida la capacidad de las comunidades de confrontar sus ideas sobre el desarrollo con el personal técnico y los planificadores.
- **Un problema de identidad.** Especialmente en comunidades que han sido marginadas, reprimidas o simplemente postergadas durante décadas, la comunicación participativa contribuye a infundir autoestima y orgullo por la cultura. Refuerza el tejido social a través del fortalecimiento de las organizaciones propias a la comunidad. Protege la tradición y los valores culturales, al mismo tiempo que facilita la integración de nuevos elementos.

Los principales componentes que caracterizan a la comunicación participativa se relacionan con su capacidad de involucrar a los sujetos humanos del cambio social en el proceso de comunicar. El marco teórico de la comunicación participativa le debe mucho a Paulo Freire. Sus libros<sup>11</sup> no solamente revolucionaron el mundo de la educación, sino también la comunicación para el cambio social.

Otros modelos de comunicación para el desarrollo, que fueron implementados particularmente en torno a esquemas de salud, fracasaron a menudo en su intento de organizar sus estrategias y sus valores sin contar con la perspectiva de las comunidades beneficiarias.

Estos son algunos de los temas que distinguen a la comunicación participativa de otras estrategias de comunicación para el desarrollo en los procesos de cambio social:

- **Horizontal vs. vertical.** Los pueblos como actores dinámicos, participando activamente en el proceso de cambio social, asumiendo el control de los instrumentos y contenidos de comunicación... en lugar de ser percibidos como meros receptores pasivos de información y de instrucciones modificadoras de su comportamiento, mientras otros toman las decisiones sobre su vida.
- **Proceso vs. campaña.** Los pueblos tomando en mano propia su futuro a través de un proceso de diálogo y de participación democrática en la planificación de las actividades comunicacionales... en lugar de campañas verticales, caras e insostenibles, que desencadenan movilizaciones sociales pero no contribuyen a construir una capacidad de respuesta a las necesidades sociales, desde el ámbito comunitario.
- **Largo plazo vs. corto plazo.** La comunicación—y en general el desarrollo—concebidos como procesos de largo aliento, que requieren de cierto tiempo para que el pueblo pueda apropiarse de ellos... en lugar de planes de corto plazo, que rara vez toman en cuenta el contexto cultural y se concentran más bien en mostrar “resultados” en los informes anuales.
- **Colectivo vs. individual.** Las comunidades urbanas y rurales actuando colectivamente en el interés de la mayoría, evitando que el poder sea monopolizado por unos pocos... en lugar de contribuir al aislamiento de los individuos de su comunidad y de la toma de decisión comunitaria, mediante acciones dirigidas al individuo.
- **Con vs. para.** Investigar, diseñar y diseminar mensajes *con* participación comunitaria... en lugar de diseñar, probar, lanzar y evaluar mensajes que fueron concebidos *para* la comunidad, pero resultan ajenos a ella.

- **Específico vs. masivo.** El proceso de comunicación adaptado a cada comunidad o grupo social en cuanto al contenido, el lenguaje, la cultura y los medios... en lugar de la tendencia a utilizar las mismas técnicas, los mismos medios y los mismos mensajes en contextos culturales diferentes y para diversos sectores sociales de la sociedad.
- **Necesidades del pueblo vs. obligaciones de financiadores.** El diálogo en la comunidad y los instrumentos de comunicación para ayudar a identificar, definir y discriminar las necesidades sentidas y reales... en lugar de iniciativas de comunicación guiadas por las necesidades y agendas de los financiadores (planificación familiar, por ejemplo).
- **Apropiación vs. acceso.** Procesos de comunicación “apropiados” por el pueblo, para ofrecer igualdad de oportunidades a la comunidad... en lugar de un acceso condicionado por factores sociales, políticos o religiosos.
- **Conscientización vs. persuasión.** Un proceso de conscientización y de profunda comprensión de la realidad social, sus problemas y soluciones... en lugar de mecanismos de persuasión que inducen cambios de comportamiento a corto plazo, pero que son solamente sostenibles a través de campañas reiteradas.

Ninguna de las experiencias seleccionadas para este informe corresponde a un perfil que integre todas las fortalezas de la comunicación participativa señaladas anteriormente, pero todas contribuyen en algún grado a dibujar un perfil colectivo, que ofrece esperanza sobre el futuro de la comunicación, de la participación y de los cambios sociales.

## NOTAS

- <sup>1</sup> Del inglés *case stories*, versión sucinta de *case studies* o “estudios de casos”.
- <sup>2</sup> Shirley A. White: “The concept of participation: transforming rhetoric to reality”, en *Participatory Communication: working for change and development*. SAGE Publications, 1994.
- <sup>3</sup> *La Formación de los Comunicadores para el Desarrollo* por Manuel Calvelo.
- <sup>4</sup> Desdichadamente, en los últimos años se han sumado nuevas radios operadas por oscuras confesiones religiosas, en su mayoría evangélicas, que contribuyen exactamente a lo opuesto: dividen y manipulan a la gente, afectando el tejido social y cultural de las comunidades.
- <sup>5</sup> Johan Deflander, de PANOS Mali, en: <http://www.rnw.nl/realradio/community/html/panos281198.html>
- <sup>6</sup> De acuerdo a la revista *Ethnologue* (febrero de 1999): 885 millones hablan mandarín, seguidos por 332 que hablan castellano, 322 inglés, 189 bengalí, 182 hindi, 170 portugués, 170 ruso, 125 japonés, 98 alemán y 77 millones hablan wu.
- <sup>7</sup> “Communication Approaches to Participation and Development: Challenging the Assumptions and Perspectives” por Keval J. Kumar, en *Participatory Communication: working for change and development*. SAGE Publications, 1994.
- <sup>8</sup> Alfred E. Opubor, del *New Africa International Network* (Zimbabwé), en el seminario de la UNESCO *Promoting Community Media in Africa*, Kampala, junio 1999.
- <sup>9</sup> Vargas, *Social uses and radio practices: the use of participatory radio by ethnic minorities in Mexico*. Westview Press, 1995, Boulder, Estados Unidos de América.
- <sup>10</sup> Manuel Calvelo ha sido uno de los comunicadores más creativos de América Latina. Su filosofía relativa a la comunicación participativa fundamenta importantes experiencias, como las de *CESPAC* (Perú) and *PRODERITH* (México).
- <sup>11</sup> Desde *La educación como práctica de la libertad* (1967) y *Pedagogía del oprimido* (1970) hasta *¿Extensión o comunicación?* (1973).

# RADIO SUTATENZA

1947

Colombia

## DATOS

NOMBRE:	Radio Sutatenza—Escuelas Radiofónicas
PAÍS:	Colombia
ÉNFASIS:	Alfabetización, educación no formal
LUGAR:	Bogotá, Medellín
BENEFICIARIOS:	Cerca de ocho millones de analfabetos
ALIADOS:	UNESCO
FINANCIAMIENTO:	General Electric Corporation, MISEREOR, USAID, Banco Mundial, Banco Interamericano de Desarrollo (BID)
MEDIOS:	Radio, impresos

## ANECDOTARIO

*Desde la plaza de Sutatenza se domina un inmenso paisaje de colinas verdes, separadas aquí y allá por las manchas blancas de los pueblos, cada cual con su campanario de iglesia. El paisaje se despliega en una serie de colinas con crestas cada vez más altas, hasta que el horizonte se pierde detrás de una elevada cadena de montañas, majestuosa, oscura y melancólica. ...*

*Aún hoy el camino hacia Sutatenza está sin pavimentar y lleno de huecos, de modo que en agosto de 1947 era sin duda horrendo para un bus destartado y pintado en colores vivos, que trepaba hacia el pueblo. Salcedo estaba entre los pasajeros. Parecía de otro mundo, sentado entre campesinos ataviados de ponchos, con sus canastas de productos agrícolas, gallinas y otros similares. Era muy alto y de pálida complexión heredada de sus antepasados anglosajones. ... En su rostro huesudo se destacaban sus penetrantes ojos oscuros, y siempre llevaba la intensa expresión de un hombre que tenía una misión que cumplir a cualquier precio.*

*Salcedo llegó a Sutatenza con un proyector para películas de 16mm; aproximadamente un mes más tarde llegó un artesanal y primitivo transmisor de radio que su hermano había construido. Sutatenza era una comunidad de 8.000 habitantes, muchos de los cuales vivían en granjas aisladas y dispersas arriba y abajo en las pendientes del valle, con frecuencia a muchas*

horas de ardua caminata desde el pueblo. Salcedo fue enviado a Sutatenza para ayudar al cura del pueblo, un clérigo muy tradicional: sus actividades principales consistían en mantener el cofre de la iglesia siempre lleno y en fustigar a su congregación durante interminables sermones dominicales, salpicados de frases en latín y en griego para lucir su erudición frente a su rebaño de ignorantes.

Muy pronto, Salcedo tuvo problemas con su superior. Cierta domingo, poco después de su llegada, el cura invitó a Salcedo a predicar el sermón. Salcedo aceptó, pero una vez en el púlpito expresó ante la congregación que no tenía intención de hacer un sermón sino más bien de abrir un diálogo sobre la manera de mejorar las condiciones de vida de la comunidad. ... Los más arriesgados de la congregación empezaron a hablar de los problemas... Salcedo propuso que con el concurso de todos construyeran un teatro; él proporcionaría el proyector y las películas. ... La respuesta fue literalmente apabullante”.

—Extractos de “The One that Died: Radio Sutatenza and ACPO”, por Colin Fraser y Sonia Restrepo-Estrada.

#### DESCRIPCIÓN



Como radioaficionado, José Joaquín Salcedo Guarín sabía que la radio era el vehículo más efectivo para llevar la educación a los adultos de las zonas rurales más apartadas de

Colombia. Su sueño se vio realizado cuando *Radio Sutatenza* inició sus emisiones educativas con un transmisor de 90 vatios. Probó el transmisor durante un mes hasta que en octubre obtuvo del Ministerio de Comunicación de Colombia una licencia provisional y el prefijo “HK7HM”. El primer programa cultural fue difundido el 16 de octubre de 1947: música interpretada por campesinos de Sutatenza. De esa manera nació *Radio Sutatenza* e inmediatamente capturó la atención de todos los sectores de la sociedad. El propio Presidente de Colombia inauguró formalmente la emisora a principios de 1948, y el Papa Pablo VI bendijo sus nuevas instalaciones en Bogotá en agosto de 1968.

“El profesor invisible”, Padre Joaquín Salcedo, utilizó inicialmente su artesanal transmisor para cubrir el área de influencia de su parroquia, pero muy pronto, en 1949, *Radio Sutatenza* obtuvo una licencia legal para operar y sus programas culturales y educativos comenzaron a transmitirse en un radio de 1.000 kilómetros.

Al inicio no había en la comunidad muchos radioreceptores portátiles, pero la audiencia de *Radio Sutatenza* creció rápidamente. En 1948 la corporación *General Electric* donó cien receptores de radio y un transmisor de 250 vatios. La empresa de los Estados Unidos continuó apoyando a la emisora en años subsiguientes, con la donación de un transmisor de 1.000 vatios, 150 radios más, una nueva antena y accesorios.

Finalmente *Radio Sutatenza* se trasladó a Bogotá. Para cubrir nuevas regiones sumó otros transmisores a los ya existentes, y se convirtió en la emisora de mayor potencia en Colombia, cuyo alcance cubría otras ciudades importantes como Cali, Barranquilla, Magangué y Medellín. Salcedo se encontraba a la cabeza de uno de los programas radiales de educación de adultos más grandes del mundo. En su momento de mayor influencia, la organización contaba con mil asalariados. Los fondos para su funcionamiento procedían de grupos de la Iglesia Católica de Alemania y de otros países europeos. Más adelante obtuvo el apoyo de instituciones de financiamiento como el Banco Mundial y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID).

La emisora pasó a formar parte de Acción Cultural Popular (ACPO), creada para expandir las actividades de educación a distancia y proporcionar a ocho millones de adultos de las áreas rurales de Colombia los medios para asumir la responsabilidad de su propio desarrollo. El objetivo de *Radio Sutatenza* era llegar a la población con un programa de capacitación basado en cinco ejes: salud, alfabeto, números, trabajo y espiritualidad. Los programas incluían temas de higiene y primeros cuidados de salud, lectura y escritura, aritmética elemental, mejora de la productividad agrícola y reconocimiento de la dignidad humana.

Las actividades de la emisora eran apoyadas por el periódico “*El Campesino*”, por bibliotecas rurales y programas de capacitación para campesinos. A ello se sumaron otras publicaciones como la *Cartilla Básica* (conocimiento del alfabeto y los números), *Nuestro Bienestar* (principios sobre salud), *Hablemos Bien* (lenguaje), *Cuentas Claras* (aritmética), y *Suelo Productivo* (agricultura).

*Radio Sutatenza* elaboraba dos formatos diferentes de programación. El programa “A” era un formato amplio que alternaba deportes y entretenimiento con segmentos educativos, mientras el programa “B” se concentraba en capacitación sistemática, con frecuente repetición de las lecciones según la conveniencia de los grupos de estudiantes.

En 1990 *Radio Sutatenza* enfrentó problemas financieros y administrativos; fue clausurada y sus instalaciones fueron vendidas a la Cadena Caracol, una red de emisoras comerciales de Colombia.

#### CONTEXTO Y ANTECEDENTES

El Valle de Tenza es un área subtropical fértil en el Departamento de Boyacá.

En realidad, la palabra “valle” no es la más adecuada... el Valle de Tenza es un caos topográfico, un tortuoso revoltijo de colinas y crestas, valles serpentinados y en declive, unidos solamente por un cauce de agua que fluye hacia el este. En lo alto de una pendiente, erguido sobre el valle y el río, se asoma ese pedacito de pueblo llamado Sutatenza.— Extracto de Fraser y Restrepo

Cerca del 80% de los campesinos de Sutatenza eran analfabetos en 1947. El alcoholismo era la causa principal de las frecuentes escenas de violencia e incluso de las muertes ocurridas. La comunidad se encontraba absolutamente aislada del resto del mundo: sin radio, sin cine, sin otra distracción que la de emborracharse cada domingo.

El 23 de agosto de 1947 el joven sacerdote Salcedo llegó a la parroquia de San Bartolomé en Sutatenza. Encontró a una comunidad profundamente afectada por el aburrimiento y el alcoholismo. Inmediatamente propuso a la gente del lugar construir una sala de cine y ofreció su proyector de 16mm y algunas películas. Como por ese entonces la mayoría de los campesinos no sabía leer ni escribir, les ofreció actividades educativas. Muy pronto organizó un club de ajedrez, eventos musicales y campeonatos de fútbol y de basketball.

Comenzó a mostrar las películas al aire libre en la plaza del pueblo, mientras se trazaban los planes para construir un centro cultural. En unas pocas semanas se construyó el salón con la contribución y participación activa de la comunidad; 1.400 gallinas fueron donadas y vendidas en Bogotá para comprar los materiales de construcción. Salcedo comenzó luego a emitir programas de radio con ayuda de su artesanal transmisor de 90 vatios. Así nació *Radio Sutatenza*.

#### IMPACTO SOCIAL

---

Cuando Salcedo instaló su transmisor artesanal y emitió el primer programa de la flamante *Radio Sutatenza*, nadie hubiera podido imaginar que en los veinte años siguientes muchos iban a seguir su ejemplo en Chile, Brasil, Perú y otros países en el mundo.

A pesar de que *Radio Sutatenza* no permaneció muchos años como una experiencia de comunicación radial a escala comunitaria, el hecho de haber sido la primera en su género tiene mucho mérito. Su enfoque integrado de los medios de comunicación y la educación fue tan exitoso que inspiró ampliamente otras experiencias similares en Asia, África y América Latina.

La emisora fue pionera en el uso de la radio con objetivos educativos, particularmente en la educación de adultos rurales, campesinos pobres. A pesar de su modesto origen, *Radio Sutatenza* se convirtió rápidamente en una potencia en la lucha contra el analfabetismo en Colombia.

Salcedo tuvo éxito en demostrar que una educación crítica es el medio adecuado para que los campesinos y pobladores rurales participen en condiciones de igualdad en el desarrollo y en el mantenimiento de los valores sociales de justicia, equidad y democracia.

Hacia el final de su ciclo de vida, *Radio Sutatenza* había logrado transmitir más de un millón y medio de horas de programación.

Además de ese esfuerzo, ACPO imprimió un total de 76 millones de ejemplares de *El Campesino*, distribuyó más de diez millones de libros, y capacitó a 25.000 líderes campesinos y promotores rurales.

#### MEDIOS Y MÉTODOS

---

*Radio Sutatenza* fue pionera en promover los ideales de lo que por entonces se llamó la “educación integral fundamental”, un concepto que subraya la necesidad de ayudar a la gente a asumir la responsabilidad sobre su desarrollo, reconocer su potencial para progresar e identificar el valor de sus propios recursos (Fraser y Restrepo).

A través de los años, ACPO estableció objetivos que incluían, además de la alfabetización y de la aritmética elemental, mejoras en la salud familiar, en las técnicas de cultivo, higiene y medio ambiente, contabilidad, desarrollo de la capacidad crítica en temas sociales, participación comunitaria, derechos humanos, principios éticos y religiosos, etc. Para alcanzar esos objetivos, ACPO integró en su estrategia instrumentos de comunicación interpersonal y masivos, incluyendo libros de texto, periódicos, discos y capacitación participativa.

#### OBSTÁCULOS

---

Aunque *Radio Sutatenza* fue la primera radio comunitaria que abrió el camino para muchas otras experiencias de comunicación participativa, acabó siendo la víctima de su propio éxito. Los componentes de participación comunitaria que caracterizaron al principio a *Radio Sutatenza* fueron sacrificados en beneficio de una mayor influencia en la educación formal y no formal a escala nacional. El enfoque participativo no pudo mantenerse mientras el proyecto se transformó en un modelo cada vez más centralizado, con sede en Bogotá, la capital de Colombia. La propuesta ganó desde el punto de vista de cobertura institucional, pero en cuanto a la participación popular, perdió su inicial ingrediente innovador.

El contexto político en el país también afectó a *Radio Sutatenza* en el correr de los años. Para proteger a la organización de las presiones del Gobierno y del intento de ser acaparada por una ONG (propiedad de la hija del Presidente Rojas Pinilla), ACPO cambió su estatuto legal al de una institución de la Iglesia, lo que en última instancia la expuso a las presiones de la Iglesia Católica, con consecuencias de mucho alcance. (Fraser y Restrepo)

No todos apoyaron el concepto de educación promovido en *Radio Sutatenza*. En 1960 Camilo Torres—el sacerdote y sociólogo que luego se hizo famoso al unirse a la guerrilla—condujo una evaluación de las Escuelas Radiofónicas (ACPO—*Radio Sutatenza*)

y estableció que el programa era demagógico y dañino para los campesinos. La controversia entre Salcedo y Torres se hizo enconada; Torres acusó a Salcedo de ser un anticomunista “ciego y ridículo”, argumentando que las campañas de *Radio Sutatenza* contra el comunismo incitaban al odio y a la violencia.

#### REFERENCIAS

---

“The One that Died—*Radio Sutatenza* and ACPO”, por Colin Fraser y Sonia Restrepo-Estrada, en *Communicating for Development: Human Change for Survival*, I.N.B. Tauris & Co. Ltd. 1998, New York (USA).

*Sutatenza Bogota*, por Takayuki Inoue Nozaki, Radio Nuevo Mundo.

*Radio Sutatenza* por Jim Whitehead. En *Speedx*, octubre de 1973.

*José Joaquín Salcedo: The Multimedia Quixote* por Mauricio Salas. 1997. Film. 29 min. El film explora la personalidad e ideología de Salcedo y presenta entrevistas, comentarios y material audiovisual de archivo poco conocido sobre Salcedo y ACPO.

# RADIOS MINERAS

1949 Bolivia

---

#### DATOS

---

NOMBRE:	Radios Mineras
PAÍS:	Bolivia
ÉNFASIS:	Organización comunitaria, solidaridad
LUGAR:	Distritos mineros de Potosí y Oruro
BENEFICIARIOS:	Mineros, sociedad boliviana en general
ALIADOS	Red de 26 emisoras sindicales mineras
FINANCIAMIENTO:	Federación Sindical de Trabajadores Mineros de Bolivia (FSTMB)
MEDIOS:	Radio

#### ANECDOTARIO

---

Julio de 1980... El golpe militar del General Luis García Meza había triunfado dos semanas antes; muchos fueron asesinados o encarcelados, otros escaparon hacia el exilio. El ejército logró controlar totalmente las ciudades. El primer objetivo militar fueron los medios de información: todas las radios, los canales de televisión y los diarios fueron clausurados y cuando salieron a la luz nuevamente, fue bajo estricta censura militar. En realidad, no todas las emisoras de radio... La cadena de aproximadamente veinte emisoras de los distritos mineros de Potosí y Oruro, en el altiplano de Bolivia, continuó su transmisión bajo una presión muy grande. Para saber lo que realmente estaba sucediendo en Bolivia después del golpe, la gente buscaba en sus radios la frecuencia de *La Voz del Minero*, *Radio Animas* o *Radio Pío XII*. Incluso los corresponsales extranjeros basaban en las radios mineras sus despachos noticiosos. El ejército lo sabía, por ello cada día las tropas se acercaban más a los distritos mineros, quebrando poco a poco la resistencia de los trabajadores que defendían sus emisoras con su propia vida.

Una de las últimas emisoras mineras en caer bajo el control militar fue *Radio Animas*. Hasta el último minuto la radio transmitió en cadena con *Radio Pío XII* y *Radio Nacional de Huanuni*. Ésta es la

transcripción de su dramática transmisión final en directo: *Las tropas estarían aproximadamente a cinco kilómetros de Siete Suyos y muy cerca de Santa Ana... por tanto nos aprestamos a defendernos... La cifra de detenidos alcanza a 31, que han sido trasladados a la ciudad de Tupiza de acuerdo a los informes que han llegado a nuestra redacción... Ésta es Radio Animas para todo el sur del país... Estamos en esta hora crucial, estamos en constante movilización, las señoras amas de casa también han coadyuvado grandemente en la preparación de la defensa... Estaremos hasta las últimas consecuencias compañeros, porque ésa es nuestra misión, defendernos...*

Eso fue cerca del final. Minutos más tarde se escucharon disparos a través de *Radio Animas*. Lo último que el locutor logró transmitir fue un mensaje a las otras emisoras para que tomaran la señal y continuaran con las transmisiones en directo de la cadena minera. Otras continuaron hasta que el ejército acalló la última, destruyendo los equipos y matando a quienes defendían su derecho a la comunicación.

#### DESCRIPCIÓN



*La Voz del Minero, Radio Vanguardia de Colquiri, Radio Animas, Radio 21 de Diciembre, Radio Nacional de Huanuni...* son algunas de las emisoras de radio creadas, financiadas y controladas por los trabajadores mineros de Bolivia.

Todo comenzó hacia 1949, con una emisora que se instaló en el distrito minero de Catavi. Durante los siguientes 15 años, otros distritos siguieron el ejemplo: compraron equipos, capacitaron a gente joven de los campamentos, y los propios trabajadores financiaron la experiencia entregando un porcentaje de su salario para sostener las emisoras de radio.

Las radios empezaron de manera precaria, equipadas con lo mínimo necesario. Algunas lograron obtener apoyo internacional y se convirtieron en emisoras más sofisticadas, con mejores equipos e instalaciones. Varias edificaron incluso un salón de actos junto a la emisora, para poder transmitir en directo las reuniones sindicales. *Radio Vanguardia* decoró su salón con un gran mural que narra la historia del centro minero de Colquiri. Una escena en el mural describe los bombardeos de aviones de la Fuerza Aérea Boliviana en 1967, cuando el país estaba sometido a una dictadura militar.

A principios de los años 70 había 26 emisoras en funcionamiento, casi todas ellas en los distritos mineros del altiplano de Bolivia. Por entonces, los sindicatos de mineros eran todavía muy importantes, considerados como la vanguardia política en América Latina.

En tiempos de paz y democracia—que no eran los más frecuentes—las radios mineras se integraban en la vida cotidiana de las comunidades. Funcionaban eficientemente como alternativas de los servicios de teléfono y correo. La gente de los centros mineros recibía su correspondencia a través de la radio y enviaba mensajes de toda suerte, que eran leídos varias veces al día: convocatorias para las asambleas del Comité de Amas de Casa, mensajes de los dirigentes sindicales sobre sus negociaciones con el Gobierno en la capital, mensajes de amor entre jóvenes, invitaciones para asistir a una nueva obra del grupo teatral *Nuevos Horizontes* (que hacía sus representaciones sobre la plataforma de un camión, bajo la iluminación improvisada de las lámparas de los cascos mineros), actividades deportivas, entierros, nacimientos y festividades locales.

En momentos de conflicto político, las radios sindicales se convertían en la única fuente de información confiable. Mientras los militares atacaban periódicos, y estaciones de radio y televisión en las ciudades, la única información disponible llegaba a través de las radios mineras. Todas ellas se unían en la “cadena minera” hasta que el ejército penetró en los distritos mineros y tomó por asalto las instalaciones, defendidas hasta el último momento por los trabajadores. Una película de Jorge Sanjinés, *El Coraje del Pueblo*, reconstruye el ataque del ejército en junio de 1967 en el distrito minero de Siglo XX y la toma de la radio sindical.

Durante las crisis políticas las radios mineras en cadena transmitían informes sobre la situación del país. También se unían en cadena en tiempos de paz para transmitir eventos deportivos que tenían lugar en los centros mineros. Aparte de ello, cada emisora tenía absoluta independencia de las otras.

Las radios mineras fueron importantes en la medida en que los mineros eran importantes en la economía y en la política de Bolivia. Pero también la influencia de los mineros creció durante las décadas en que tuvieron a su disposición este poderoso medio de comunicación para expresar sus ideas. A medida que la importancia de la minería declinó en los años 80, los sindicatos se debilitaron y muchas de las emisoras desaparecieron, al mismo tiempo que se cerraron las minas.

#### CONTEXTO Y ANTECEDENTES

La minería era fundamental en Bolivia mucho antes de que el país alcanzara su independencia en 1825. Cuando los conquistadores españoles comenzaron a explotar la plata de Potosí en el siglo XVII nunca imaginaron que había tal cantidad debajo de la “montaña de plata”. Las exportaciones de Bolivia estuvieron fundamentalmente basadas en la plata y luego en el estaño, hasta que la economía del país se transformó en las últimas décadas del Siglo XX.

Durante tres siglos la plata extraída de Potosí fue llevada a España, hasta que la montaña perdió su forma original y se desmoronó paulatinamente. Se ha escrito que seis millones de indios aymara y quechua, más un número considerable de esclavos africanos, perdieron la vida en las minas durante ese período. Potosí era entonces una de las grandes urbes del mundo occidental. En 1625 tenía una población mayor que Londres o París, y más iglesias que cualquier otra ciudad del nuevo mundo. Aunque aislada en el altiplano, a 4.200 metros de altitud, en Potosí podían encontrarse los más lujosos bienes importados desde Europa.

Desde la independencia de Bolivia en 1825 hasta mediados de los años setenta la minería continuó siendo la principal actividad económica generadora de ingresos. La plata se hizo gradualmente menos importante, pero el país se convirtió en el segundo productor mundial de estaño. A mediados de los años cincuenta los minerales representaban el 70% de las exportaciones.

Unos cuantos miles de trabajadores de los centros mineros tenían sobre sus hombros la responsabilidad de sostener la economía del país y sus cinco millones de habitantes. Ningún gobierno podía permitirse ignorar la opinión política de los mineros, más aún cuando sus sindicatos tenían fama de ser los más democráticos y políticamente más avanzados de América Latina.

#### IMPACTO SOCIAL

Las emisoras de radio jugaron un papel preponderante en el fortalecimiento de los sindicatos mineros en la lucha por la unidad. Todos los sindicatos estaban afiliados a la Federación Sindical de Trabajadores Mineros de Bolivia (FSTMB), que durante cuatro décadas (1946 a 1986) fue la vanguardia de la poderosa Central Obrera Boliviana (COB). No es simple coincidencia que los sindicatos y las emisoras de radio compartían locales en la mayor parte de los distritos mineros, y que el Secretario de Cultura del sindicato fungía generalmente como director de la emisora de radio.

El impacto social de las emisoras de radio de las minas fue también importante en el proceso de construcción de una identidad cultural en los centros mineros y en las comunidades campesinas aledañas. Diariamente, las radios mineras estaban abiertas a la participación. Las visitas a las emisoras eran muy frecuentes, cada vez que la gente necesitaba expresarse sobre cualquier tema que afectaba su vida.

Lo más innovador en la experiencia de las radios mineras de Bolivia es la participación comunitaria. Las características de esa participación constituían un hecho revolucionario en los años cincuenta, como lo son todavía hoy. Muy pocas experiencias de comunicación participativa han alcanzado un nivel de apropiación total de un medio

de comunicación en cuanto a la tecnología, la gestión cotidiana, los contenidos y el servicio a la comunidad.

Uno de los aspectos más interesantes es el de la capacitación. Las emisoras mineras dieron lugar a nuevas generaciones de periodistas. La capacitación se hacía por lo general localmente, con el apoyo de otras organizaciones. Algunos periodistas y locutores que comenzaron su actividad profesional en las radios mineras se convirtieron más adelante en conocidos radialistas al emigrar a las ciudades.

#### MEDIOS Y MÉTODOS

Las radios mineras de Bolivia establecieron los principios de la comunicación participativa aun antes de que el término fuera acuñado. A lo largo de su desarrollo fueron independientes, autogestionadas, autofinanciadas y sirvieron de manera consecuente los intereses no solamente de los trabajadores sino de la sociedad boliviana en su conjunto. Las radios mineras eran el ejemplo más avanzado de la comunicación participativa. Fueron concebidas, financiadas y equipadas por los trabajadores mineros, y dirigidas en sus aspectos técnicos y administrativos por los trabajadores, que aprendieron a elaborar los contenidos y a producir los programas localmente.

No hay muchos ejemplos en el mundo donde la comunicación democrática haya representado un papel tan importante simultáneamente en un nivel local y nacional. Tampoco hay muchos ejemplos de experiencias de comunicación enteramente controladas por la comunidad. Si ése no hubiera sido el caso, las emisoras mineras no habrían tenido la influencia política y social que tuvieron en Bolivia.

#### OBSTÁCULOS

Aunque las radios mineras estaban orientadas por la ideología de los sindicatos, ello no representó un obstáculo para la participación en la medida en que estos reflejaban la voluntad de los trabajadores. En los puestos de responsabilidad del sindicato eran elegidos dirigentes de diferentes partidos políticos, pero ninguno de ellos pretendía romper el sentido de unidad que se reflejaba en los programas de radio.

El verdadero desafío de las radios mineras fue la represión política, la misma que afectaba a la clase minera en su conjunto. Algunas emisoras fueron destruidas por el ejército seis o siete veces en el curso de su existencia. Varias optaron por preservar en sus muros las huellas de la resistencia: los impactos de bala recibidos. Una y otra vez, los equipos destruidos fueron reemplazados por nuevos equipos comprados con el aporte de los trabajadores. Empobrecidos pero dignos, ofrecían un día de su salario a su emisora.

Desde el punto de vista técnico, las radios mineras sufrieron deficiencias materiales. Los equipos de la mayoría de ellas eran muy elementales, aunque suficientes para realizar el trabajo. Cuando los equipos se dañaban eran reparados por técnicos locales que carecían del instrumental necesario pero abundaban en creatividad. La poca capacidad para pagar salarios a productores hizo que la calidad de la programación fuera baja, especialmente en cuanto a los contenidos educativos.

Lo que finalmente hizo que las radios mineras se apagaran en los años 80 fue el cambio abrupto en la economía del país. La minería tradicional dejó de ser central en las exportaciones y el costo de producción del estaño resultaba más alto que el precio internacional. El Gobierno cerró las minas estatales; los trabajadores se trasladaron a las ciudades en busca de empleo, dejando detrás campamentos fantasmas. La influencia de los sindicatos decreció, y pocas emisoras sobrevivieron la transición hacia el nuevo siglo.

#### REFERENCIAS

*Las Radios Mineras de Bolivia*, por Alfonso Gumucio Dagron y Lupe Cajías. CIMCA, La Paz, 1989.

*La Voz del Minero* (film) dirigido por Alfonso Gumucio Dagron y Eduardo Barrios. UNESCO, 1984.

Artículos: *Las Voces del Coraje: Radios Mineras de Bolivia*, por F. Lozada y G. Kúnkar (1984). En inglés: *The Bolivian Miners' Radio Stations* por Alan O'Connor (Ohio State University).

# RADIO HUAYACOCOTLA

1965 México

#### DATOS

NOMBRE:	Radio Huayacocotla
PAÍS:	México
ÉNFASIS:	Organización comunitaria, educación
LUGAR:	Huayacocotla, Chicontepec (Estado de Veracruz)
BENEFICIARIOS:	Campesinos de Huayacocotla y alrededores
ALIADOS:	ALER, AMARC, INI, UNESCO, Radio Educación
FINANCIAMIENTO:	Iglesia Católica
MEDIOS:	Radio

#### ANECDOTARIO

*Seis de la mañana. Por aquí y por allá se oye el canto de los gallos. Hace frío aunque ya hay sol. Juan y Ana viven en una pequeña casa de madera en las afueras de Huayacocotla. Tienen seis hijos. Ana se levantó a las cinco, despacio y en silencio para no despertar a los demás, y prendió la lumbre. Puso agua para el café, lavó su nixtamal y molió. Preparó la salsa, bien picosa, y tortillas para que Juan se las llevara al trabajo.*

*Al levantarse encendió el radio viejo y empolvado que cuelga en una esquina de la cocina. A simple vista parecería imposible que de ese radio saliera algún sonido, pero jala. A las seis en punto gira la aguja y busca Radio Huaya. Música mexicana y una voz anuncian la hora; Radio Huayacocotla, "La voz de los campesinos", inicia sus labores. Inmediatamente después suenan los huapangos, música veracruzana que llega al alma. Hasta dan ganas de zapatear.*

*A las seis y treinta, cuando empiezan las noticias, Ana despierta a Juan, que se levanta rápido, se lava y se sienta a tomar café mientras escucha las noticias locales: el grupo de productores de papa no obtuvo el financiamiento prometido por el Banco de Crédito Rural, la junta de delegados de la Unidad de Producción llegó a los siguientes acuerdos... Siguen las noticias nacionales e internacionales.*

Ana sigue con la radio encendida mientras prepara el desayuno para que los hijos se vayan a la escuela con algo en el estómago. A las siete el locutor dedica “Las Mañanitas” y lee el santoral: “Hoy celebramos la fiesta de San... o Santa... felicitamos a los que llevan ese nombre”, y lee las cartas de felicitación que envían los parientes de los festejados.

A las siete y quince “Por los caminos de herradura se anda lejos”. El programa de hoy es sobre las fiestas. Ana participó, de modo que pone mucha atención para escuchar cómo se oye lo que ella dijo, cómo suena su voz, y ríe contenta. A las 8 el programa infantil: canciones, cuentos y la voz del locutor que aconseja y saluda a los niños. A las nueve Radio Huayacocotla se retira del aire y Ana recoge la cubeta de ropa sucia, la bolsa de jabón y baja al río para lavar. — Extracto del texto “Radio Huaya, cada día” por Aurora Velasco.



#### DESCRIPCIÓN

*Radio Huayacocotla* inició sus actividades en octubre de 1965 con un transmisor de 500 vatios. Fue la primera escuela radiofónica de México y su finalidad era impartir educación básica en las regiones de difícil acceso.

Transmitió desde su inicio en onda corta, lo que le permitía abarcar, además de Veracruz, otros estados como Querétaro, Hidalgo y Puebla, donde también se establecieron Escuelas Radiofónicas.

Hay varias etapas en la historia de *Radio Huayacocotla*. La primera marca una rápida expansión que culmina en 1969 con 126 escuelas radiofónicas que forman parte de la red. En este periodo se estableció una metodología de trabajo que incluía aspectos de capacitación, producción de materiales de apoyo y acciones de coordinación.

Una segunda etapa comienza con una crisis institucional interna que produjo un desmoronamiento del proyecto en 1973; el número de escuelas radiofónicas se redujo a seis. El Servicio de Escuelas Radiofónicas (SER) de México intervino y dispuso que Fomento Cultural y Educativo, una asociación civil fundada en 1970, se hiciera cargo del proyecto. La nueva orientación hizo énfasis en la participación comunitaria y en la educación como un proceso de desarrollo integral.

Esta etapa de transición incluyó un ambicioso plan de investigación, cuyos resultados permitieron un nuevo diseño de la programación y de las actividades. En 1975 se decidió concentrar la cobertura de la radio en dos municipios cercanos a la emisora (Huayacocotla y Zacualpan). Esta cercanía geográfica permitió un mejor conocimiento de los fenómenos sociales y mayor interacción con la población rural.

La tercera etapa comienza en 1977, con una nueva programación diversificada, participativa e integrada en la vida social comunitaria:

**Programas musicales:** Segmentos de entretenimiento, alternando canciones y mensajes breves. Se dio preferencia a la música ranchera, huasteca y norteña, pero también se establecieron espacios para la música latinoamericana y música de la sierra, con participación en vivo.

**Programas de capacitación:** El objetivo era rescatar los conocimientos tradicionales de la población rural para beneficio de la comunidad, con informaciones sobre el aprovechamiento de la tierra, técnicas de cultivo y forestación, la Ley de Reforma Agraria, educación y cultura, y recuperación de la historia oral.

**Programas informativos:** Este programa incluye el *Noticiero del Campo*, el más antiguo de todos, y *Comentando la Noticia*, con el análisis de hechos importantes.

**Programas infantiles:** *Abran Puertas y Ventanas*, un programa matutino con canciones, cuentos y orientaciones sobre salud, higiene y civismo. *Entrando en el Mundo de los Niños*, programa en vivo realizado en colaboración con los maestros de escuelas de la comunidad.

Además de estos programas se transmitían radionovelas producidas por *Radio Educación*, miniserias, cuñas formativas y comunicados de interés comunitario, programas elaborados por estudiantes de servicio social y programas elaborados con la participación de la población local.

En los años 90 comenzó una cuarta etapa en el desarrollo de *Radio Huayacocotla*, cuando la emisora salió en defensa del campesinado contra los abusos de los caciques locales y de los terratenientes. Esto atrajo amenazas y acciones de censura y de silenciamiento en contra de la emisora.

#### CONTEXTO Y ANTECEDENTES

Huayacocotla es un pequeño pueblo en la región de Chicontepec, en el Estado de Veracruz, que abarca varios municipios de población mayoritariamente indígena (náhuatl y otomí). La palabra de origen náhuatl, “huaya-cocotl”, significa “lugar de *ocotes* altos”. El *ocote* es una variedad de pino resinoso muy apreciado para hacer fuego. El paisaje es de bosques, ríos y montañas, y la zona es rica en caolín y en maderas que fueron explotadas irracionalmente durante varias décadas. Los madereros que invadieron la región en los años setenta se fueron sin dejar nada para la comunidad, salvo pobreza y lomas sin árboles.

Durante décadas, esta región que figura en el mapa como un islote entre los Estados de Puebla e Hidalgo, estuvo aislada e incomunicada. Un proceso acelerado de migración hacia la capital mexicana se produjo en los años setenta, ya que las tareas agrícolas solamente

ocupaban a la población rural durante cinco meses cada año. Los servicios de teléfonos y electricidad eran deficientes y no existían radios ni canales de televisión locales. La única opción para los pobladores de la región eran las emisoras de los estados vecinos.

Para hacer frente a esa situación de aislamiento geográfico y de servicios insuficientes para la población, se crearon en 1965 las *Escuelas Radiofónicas Huayacocotla*. La iniciativa fue impulsada por Héctor Samperio, el párroco de Huayacocotla, quien recibió el apoyo de la Universidad Iberoamericana para hacer los trámites necesarios ante las entidades del Gobierno. Basada en el modelo de *Radio Sutatenza*, que había conocido un gran éxito en Colombia, *Radio Huayacocotla* promovió la idea de que el subdesarrollo, la pobreza y la situación de injusticia se debían fundamentalmente a la falta de educación.

### IMPACTO SOCIAL

---

*Radio Huayacocotla* cuenta con una gran aceptación entre la gente de las áreas rurales. Tiene mucha influencia en el proceso de informar, formar opinión y capacitar. Su programación constituye un esfuerzo para rescatar la cultura, la música y el pensamiento de los campesinos de la región. Los mensajes en otomí, nahua o tepehua, sobre vacas extraviadas, solicitudes de ayuda para una familia pobre que no puede sacar a un enfermo de su comunidad y denuncias de abusos de los caciques, son parte de su programación cotidiana.

*Radio Huayacocotla* ha permitido revalorizar la cultura local a través de la difusión de información sobre los logros y las luchas, haciendo accesibles sus micrófonos a las necesidades de expresión de las comunidades. Aunque la participación llevó mucho tiempo y trabajo, a mediados de los años ochenta grupos de campesinos estaban familiarizados con el uso de los micrófonos, de las grabadoras e inclusive con los equipos de cabina.

La existencia de *Radio Huayacocotla* en el espacio comunicativo regional, resultó en el debilitamiento de la hegemonía de los medios de información comerciales y estatales. Más aún, representó para amplios sectores de la población campesina e indígena, la posibilidad de acceder a un espacio de comunicación vinculado a sus intereses, problemas y necesidades.

De un recurso para la alfabetización, la radio pasó a apoyar la lucha de las comunidades contra el despojo de los recursos naturales, hacia un modelo de desarrollo sostenible y autogestionado. La denuncia de la represión y la violencia logró generar una conciencia colectiva sobre los derechos humanos (Cortez Ruiz, 1995).

### MEDIOS Y MÉTODOS

---

Para operar como una emisora de apoyo a las Escuelas Radiofónicas, *Radio Huayacocotla* contaba no solamente con una programación especialmente diseñada con objetivos educativos, sino también con personal, materiales y locales adaptados para garantizar el seguimiento en cada Escuela Radiofónica afiliada. Cada seis meses se hacían reuniones de coordinación con los monitores, a quienes se les enviaba el material y cartillas de apoyo, con temas sobre: alfabetización, gramática, aritmética, salud, mejoramiento de vivienda, etc.

El carácter de la radio está definido por su forma y por su contenido. Por su forma, ya que a través de ella se expresan los intereses y puntos de vista de los sectores subordinados y muy particularmente de los trabajadores del campo y de la población de la región, mayoritariamente indígena. Por su contenido, porque a través de ella se busca entender los hechos y procesos regionales, ubicándolos en un contexto más amplio y poniendo énfasis en la vinculación con la realidad social general. Así, su contenido programático se caracteriza por el cuestionamiento claro y abierto de las estructuras y mecanismos de poder local y regional, específicamente el caciquismo, y por el impulso a las acciones que apoyan la organización social de diferente tipo para el logro de sus prioridades sociales, culturales y políticas (Cortez Ruiz, 1995).

### OBSTÁCULOS

---

*Radio Huayacocotla* se transmite en onda corta, lo cual hace que en algunos lugares la recepción de la señal sea muy difícil. La mayor parte de las radios de transistores disponibles en el mercado local carecen de onda corta.

La identificación de la emisora en favor de los campesinos e indígenas de la región provocó una reacción de parte de los caciques políticos locales, muy acostumbrados a manipular a las comunidades vecinas. En las montañas de Huayacocotla, el poder de las mismas familias en las municipalidades locales pasó durante décadas de una generación a otra, y siempre fue un medio para controlar a los indígenas.

En marzo de 1995, inspectores de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) de México suspendieron abruptamente las transmisiones de *Radio Huayacocotla*, alegando “deficiencias técnicas”. Además, la emisora fue acusada de transmitir “mensajes codificados” que promovían la violencia en apoyo de la lucha zapatista en Chiapas. Los “mensajes codificados” no eran otra cosa que las transmisiones en lenguas indígenas: nahua, otomí y tepehua. Luego de un mes de estar clausurada, se autorizó a la emisora volver a operar.

*Radio Huayacocotla* ha luchado muchos años para obtener una frecuencia de AM que haría posible captar las emisiones desde una radio de transistores normal. Sin embargo, el Gobierno mexicano, presionado por los terratenientes, se ha negado sistemáticamente a extender esa licencia.

#### REFERENCIAS

---

*México:* Radio Huayacocotla, *una Emisora Campesina*, por Aurora Velasco. *Cuadernos de Comunicación Alternativa* N° 3, CIMCA 1985, La Paz (Bolivia)

*La Información y la Comunicación en la Democratización de la Sociedad Rural: Posibilidades y Limitaciones* por Carlos Cortez Ruiz. Latin American Studies Association (LASA) XIX International Congress, September 28–30, 1995. Washington.

# RADIO QUILLABAMBA

1969 Perú

---

#### DATOS

---

NOMBRE:	Radio Quillabamba
PAÍS:	Perú
ÉNFASIS:	Desarrollo rural y organización comunitaria
LUGAR:	Quillabamba, Provincia La Concepción
BENEFICIARIOS:	Población rural indígena
ALIADOS:	ALER, Coordinadora Nacional de Radio (CNR), Comunidades Cristianas Campesinas (CCC)
FINANCIAMIENTO:	Misereor, Adveniat, Santa Infancia, Misión Cuaresmal Suiza, Misiones Dominicanas de España
MEDIOS:	Radio

#### ANECDOTARIO

---

*Comenzar el día compartiendo un programa de radio con campesinos del Valle de Quillabamba hace que el mundo parezca un lugar más pequeño y que una fría mañana de diciembre en el mediooeste de los Estados Unidos se haga más cálida. Pocos radioescuchas de onda corta aquí entienden quechua o castellano; sin embargo, el ritmo del programa radial y los comentarios improvisados del locutor tienen una cálida autenticidad que es muy rara en la radio comercial y masificada del mundo industrializado. La música de los Andes tiene un gran atractivo. Los más persistentes aficionados a la onda corta no sólo han aprendido a diferenciar los huayños peruanos de los pasillos ecuatorianos, sino también el estilo de los huayños del sur y del norte del Perú.*

*Mi experiencia con Radio Quillabamba comenzó hacia 1974, cuando estudiaba castellano en la secundaria. En las mañanas sintonizaba bellas y encantadoras melodías peruanas. Escribí a varias emisoras y sentí la necesidad de enviar una nota a Radio Quillabamba para que allí supieran que un radioescucha muy lejano se sentía conmovido por sus transmisiones. En los años posteriores las radios peruanas han seguido siendo mis favoritas cada mañana.*

*Emisoras como Radio Quillabamba son de vital importancia para educar, informar y dar voz propia a sus audiencias locales. Pero además, algunas veces su influencia se extiende muy lejos. Por el hecho de emitir en onda corta, Radio Quillabamba ha logrado capturar la atención y el interés de cientos, quizás miles, de entusiastas de onda corta en los Estados Unidos, el Japón, Europa y Australia.*

*Se requieren buenos receptores y antenas para captar esas pequeñas y distantes emisoras de onda corta. Pero sobre todo, es imprescindible el deseo y la pasión para comunicarse con lugares apartados del mundo. El momento más adecuado para escuchar desde Norte América las emisoras peruanas es muy temprano en la madrugada. Solamente la pasión de los aficionados de onda corta puede sacarlos de la cama a esa hora.*— Escrito por Don Moore, experimentado aficionado de onda corta.



#### DESCRIPCIÓN

*Radio Quillabamba* es la emisora de mayor cobertura en la Provincia La Concepción. Comenzó como una iniciativa de los misioneros dominicos de la Vicaría de Puerto Maldonado, cuando en 1966 compraron una pequeña emisora de radio que ya existía en Quillabamba, y la transformaron en los años

venideros en un proyecto innovador de comunicación para el cambio social, como se mantiene todavía hoy. Este proceso de cambio, sin embargo, no se produjo inmediatamente; primero fue necesario desarrollar la capacidad técnica de la emisora. En 1969 se incorporaron nuevos equipos y un transmisor de 1.000 vatios para reemplazar el antiguo, que solamente era de 300 vatios. Más adelante, con apoyo de Adveniat, Misereor y otras organizaciones católicas se añadió otro transmisor de 5 kilovatios que contribuyó considerablemente a extender la cobertura sobre la mayor parte del sur andino del Perú.

La evolución filosófica de la radio puede resumirse en las palabras de Alfredo Encinas y Rufino Lobo:

Al principio la emisora hacía énfasis en los programas “religiosos”; luego hubo un intento de ofrecer capacitación y “educación formal” para campesinos pobres; luego vimos la necesidad de convertir la emisora en “la voz del pueblo” y pusimos la programación bajo la responsabilidad de organizaciones populares y grupos que trabajaban en procesos de conscientización. Llegamos a la conclusión de que lo más importante era constituirse en un centro de comunicación y participación al servicio de las organizaciones populares.

De ese modo, los programas evolucionaron a través de los años a medida que *Radio Quillabamba* se comprometía con las luchas sociales. Entre 1972 y 1975 la “educación religiosa y humanística” dominaba la programación, mientras que el contenido no se vinculaba ni a la educación formal ni a los conceptos de educación popular. Entre 1975 y 1978 los programas de “educación formal” que se produjeron tenían como objetivo desarrollar los hábitos de lectura en los recién alfabetizados. A partir de 1978 la emisora hizo un compromiso con la “educación popular a favor del pueblo organizado”. Una parte de las 16 horas diarias de programación fue entregada sin costo a organizaciones sociales como la Federación Provincial de Campesinos, la Federación de Trabajadores, el Consejo Municipal, el Comité de Derechos Humanos, entre otros.

El formato más apreciado es la radiorevista, que incluye segmentos de información (noticias y entrevistas), de educación (análisis), de comunicación (mensajes), de entretenimiento (participación) y musicales (dedicatorias). La mayor parte de los programas se transmiten en vivo. Uno de los segmentos de mayor éxito es el de los pedidos musicales, ya que los mensajes se leen en quechua, el idioma local.

Con el correr de los años, se ha conformado de manera natural una red de corresponsales voluntarios alrededor de la emisora. Se reciben cartas desde los más remotos rincones de la provincia, narrando eventos ignorados todavía por los medios nacionales de información, como por ejemplo choques entre Sendero Luminoso y el ejército.

Desde el inicio, la estrategia de *Radio Quillabamba* fue lograr que sus radioescuchas cubrieran los gastos ordinarios, mientras se reservaban las fuentes externas de financiamiento para los gastos de infraestructura. Los salarios de los empleados, el alquiler de oficinas y el pago de servicios de teléfono y electricidad se cubren con los ingresos derivados de la publicidad comercial y de los mensajes radiales y musicales.

La publicidad comercial está estrictamente regulada y limitada a ciertas horas y días de la semana. Los mensajes institucionales de interés social se transmiten sin costo, mientras los mensajes personales y familiares pagan un costo mínimo que permite a la emisora generar fondos adicionales para los gastos ordinarios de mantenimiento.

#### CONTEXTO Y ANTECEDENTES

La Provincia La Concepción, en el Departamento del Cuzco, es una de las más diversas del Perú en cuanto a su geografía, pues se extiende desde 3.600 metros de altitud en Los Andes, hasta los 300 metros en la cuenca amazónica. Quillabamba, la capital provincial, está en un valle a 1.050 metros de altura. Allí viven 20.000 de los 130.000 habitantes de la provincia, la mayor parte de los cuales son campesinos quechuas productores de café y hojas de coca.

Desde los años cincuenta, los campesinos establecieron sus propias cooperativas, sindicatos y organizaciones políticas, que sobrevivieron a la represión de los latifundistas locales y de varios regímenes militares. En los años ochenta, la región se convirtió en el escenario de la violenta confrontación entre el ejército y la guerrilla de Sendero Luminoso.

La radio ha sido tradicionalmente el más importante medio de comunicación en las áreas rurales. Con frecuencia sustituye incluso al teléfono, el correo y otras formas convencionales. La historia de la radio comunitaria y popular en el Perú está íntimamente relacionada con el accionar de los sacerdotes católicos que desde los años sesenta se comprometieron con la lucha de los más pobres y olvidados de la sociedad.

La experiencia previa de los misioneros dominicos de la Vicaría de Puerto Maldonado con *Radio Madre de Dios* los hizo más conscientes de la importancia de disponer de un instrumento de comunicación que respondiera a las necesidades sociales de las comunidades alrededor de Quillabamba. De ese modo se tomó la decisión de crear una nueva emisora.

Quillabamba ya tenía una pequeña radio privada, aunque de alcance muy limitado debido a su baja potencia y a la ausencia de objetivos claros. Sin embargo, disponía de una licencia legal para operar en su propia frecuencia. Los curas dominicos la compraron en 1966 y así comenzó el desarrollo de una nueva experiencia comunicacional.

### IMPACTO SOCIAL

---

Tal como sucedió con *Radio Pío XII* (Bolivia), *Radio Huayacocotla* (México) y tantas otras emisoras católicas, *Radio Quillabamba* evolucionó a medida que se estrechaba su relación con la realidad social y política. Durante los primeros años sus objetivos eran religiosos y educativos, pero a partir de 1978 la emisora optó claramente por “la educación popular y el apoyo al pueblo organizado”, lo cual significaba una definición política a favor de las comunidades más pobres y excluidas. Podríamos medir el impacto social de esa estrategia por el número de sabotajes y ataques que la emisora sufrió desde entonces, por parte de los poderosos que intentaban silenciarla.

El impacto social se hizo mayor en la medida en que la potencia de los transmisores extendió la influencia de *Radio Quillabamba* sobre la totalidad del Departamento del Cuzco, y sobre los departamentos adyacentes en el sur andino del Perú.

La emisora funge como oficina de correos, cabina pública de teléfono y telégrafo para la mayor parte de los campesinos de la provincia, que con frecuencia la visitan para recoger cartas llegadas de otras ciudades. Cuando se recibe una carta, la emisora envía un mensaje de cortesía anunciando la llegada de dicha comunicación.

Se ha desarrollado la capacidad de las organizaciones populares más representativas de la región, para que puedan preparar y transmitir sus propios programas, que con frecuencia son asambleas y manifestaciones masivas. Aunque estas transmisiones en vivo suelen durar cinco o seis horas, son muy apreciadas por los oyentes.

### MEDIOS Y MÉTODOS

---

A través de los años, *Radio Quillabamba* ha desarrollado un “Marco Doctrinal” muy consistente, que cubre el conjunto de sus actividades. El documento incorpora la naturaleza social, cultural, económica y política de la región como la base de su opción filosófica.

La participación comunitaria en *Radio Quillabamba* se genera a través de las organizaciones sociales representativas. Los sindicatos y las cooperativas asumen la responsabilidad de una parte de la programación, expresando de ese modo una voz crítica mayoritaria sobre temas tales como la discriminación, la injusticia y las violaciones de derechos humanos. Cada organización es responsable de preparar un plan anual que incluye objetivos, estructura y el personal a cargo de la conducción de los programas.

La selección del personal de la emisora se basa fundamentalmente en criterios de compromiso social e identificación con las necesidades regionales. Todos los candidatos deben ser bilingües y mostrar sobre todo una gran voluntad para trabajar con las organizaciones sociales de la provincia. Una vez que estas condiciones básicas han sido cumplidas, se proporciona la capacitación técnica necesaria.

En el plano de la coordinación con otras instancias de comunicación, *Radio Quillabamba* participa en el esfuerzo de fortalecer las redes de comunicación alternativa a través de su presencia en la Coordinadora Nacional de Radio (CNR), en las Comunidades Campesinas Cristianas (CCC) y en el ámbito internacional en Asociación Latinoamericana de Escuelas Radiofónicas (ALER).

### OBSTÁCULOS

---

Aunque en un principio *Radio Quillabamba* tenía una licencia para operar, las disposiciones gubernamentales de 1971 obligaron a la emisora a iniciar los trámites para obtener una nueva licencia, un proceso que implicó varias dificultades.

Debido a su compromiso con el pueblo, *Radio Quillabamba* ha sido con frecuencia víctima de amenazas y ataques violentos. Una carga de explosivos destruyó su transmisor en junio de 1975 y mantuvo a la emisora durante muchos años en una situación precaria, hasta que un nuevo equipo fue instalado en mayo de 1986.

La radio sufrió otros dos ataques en 1987 y en 1988. En enero de 1989 fue víctima de una violenta intervención por parte del Gobierno nacional y del gobierno local, siendo clausurada hasta abril del mismo año. En diciembre de 1989, una lluvia copiosa impidió que otro explosivo causara daños de consideración en los equipos. Cada uno de esos ataques contra la libertad de expresión interrumpió las actividades de la emisora, pero ninguno fue capaz de silenciarla o de amedrentar a sus trabajadores. Por el contrario, *Radio Quillabamba* creció y se hizo más fuerte con el apoyo del campesinado.

#### REFERENCIAS

- “*Radio Quillabamba* y la Educación Popular” por P. Alfredo Encinas Martín y P. Rufino Lobo Alonso. *Cuadernos de Comunicación Alternativa* No. 8, CIMCA (Centro de Integración de Medios de Comunicación Alternativa), Bolivia, 1990.
- “*Radio Quillabamba*, Perú” por Don Moore, *The Journal of the North American Shortwave Association*, February 1991. <http://www.swl.net/patepluma/south/peru/quilla.html>
- “La Radio: Actor Clave en el Desarrollo Humano” por Anouk Hoerberichts y Miguel López, en *Sustainable Development Dimensions*, FAO (Roma), enero de 1999. <http://www.fao.org/sd/spdirect/CDanoo23.htm>

1975 Perú

#### DATOS

NOMBRE:	Centro de Servicios de Pedagogía Audiovisual para la Capacitación (CESPAC)
PAÍS:	Perú
ÉNFASIS:	Desarrollo rural
LUGAR:	Varias áreas rurales del Perú
BENEFICIARIOS:	Cerca de 550.000 campesinos
ALIADOS:	Ministerio de Agricultura, CENCIRA
FINANCIAMIENTO:	FAO/PNUD, Friedrich Ebert Stiftung (FES)
MEDIOS:	Video

#### ANECDOTARIO

*Al parecer, en América Latina existen más de 300 escuelas universitarias de comunicación, con una población superior a los 120.000 alumnos. La mayor parte de estas escuelas buscan formar profesionales para los medios masivos, las actividades publicitarias, la denominada comunicación empresarial y las relaciones públicas. No existe una sola facultad que forme comunicadores para el desarrollo, comunicadores científicos, o comunicadores pedagógicos. Y, en parte, ahí se encuentra la explicación a tanto desastre comunicacional como encontramos en esas actividades.*

*¿Cómo puede ser eficiente, en términos financieros y en términos humanos, un proceso de educación en el cual el profesor es un emisor disparando mensajes ininteligibles a un receptor pasivo, del que se ignoran los procesos de aprendizaje?*

*¿Cómo pueden ser adecuados los mensajes de los proyectos de desarrollo, que son encargados a especialistas en la manipulación publicitaria?*

*¿Cómo pueden ser oportunos los mensajes de información científica cuando quienes los toman de los científicos ignoran sus jergas, para poder traducirlas, y sólo consideran noticia lo que es espectacular o se sale de lo normal?*

*¿Cómo mantener informada a la población, si los informadores no están informados y producen mensajes que nadie entiende, fuera de contexto, sin utilidad, sesgados y poco oportunos?*

*Y ya es difícil comprender la razón por la cual siguen proliferando estas escuelas o facultades de comunicación para cuyos graduados no hay fuentes de trabajo.*

*La sociedad necesita de escuelas que formen esos comunicadores que no existen, al menos en las cantidades que se necesitan.*— Extracto de “La formación de los comunicadores para el desarrollo” por Manuel Calvelo, fundador de *CESPAC*.

## DESCRIPCIÓN

El *Centro de Servicios de Pedagogía Audiovisual para la Capacitación (CESPAC)* fue creado a principios de los años setenta con apoyo de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO). Éste es uno de esos proyectos que tuvo éxito en parte gracias a la motivación, la dedicación, el compromiso, los objetivos claros y la persistencia de una persona. Esa persona es Manuel Calvelo, un español que ha trabajado durante décadas en América Latina, influyendo positivamente en algunos de los más innovadores procesos de comunicación para el desarrollo rural.

En 1975 se capacitó durante siete meses un primer grupo de 27 personas. Desde el inicio se decidió que todos debían familiarizarse con todas las etapas y destrezas para la producción en video: investigación, guión, cámara, sonido, edición, producción y difusión. Ésta fue la primera actividad y también el primer error del proyecto: la capacitación puso demasiado énfasis en la teoría y muy poco en la experiencia directa en el campo.

En el proceso de grabar, interactuar con los campesinos y capacitar en el ámbito comunitario, se tuvo que tomar en cuenta los ciclos agrícolas y la disponibilidad de los campesinos durante el día. Por esa razón se decidió reducir la duración de los videos de capacitación a un promedio de 15 minutos.

Normalmente, un equipo de dos personas permanecía en la comunidad durante el proceso de grabar en video las lecciones que serían utilizadas en la capacitación. El mismo equipo desarrollaba previamente un guión, que era revisado por el personal técnico del proyecto. Una vez que se terminaba la grabación de imágenes, el equipo retornaba a la sede de *CESPAC* en Lima, la capital, para producir un borrador de edición, que a su vez era nuevamente puesto a consideración del personal técnico antes de ser enviado al campo para probarlo con campesinos. Los comentarios y críticas de estos permitían elaborar la edición definitiva.

Los contenidos cubiertos por las lecciones en video son tan variados como la gama de temas sobre desarrollo rural. Por una razón práctica, *CESPAC* los clasificó en varias categorías: agricultura,

ganadería, recursos naturales, salud y vivienda, mecanización, silvicultura y piscicultura.

Las primeras cámaras de *CESPAC* eran en blanco y negro, con grabadoras de cinta abierta de una pulgada. Esto cambió en 1978 cuando se introdujo el formato U-Matic (3/4 de pulgada) facilitando las grabaciones en color. Años después, cuando los formatos Betamax (Sony) y VHS (JVC) invadieron el mercado de consumidores, *CESPAC* adquirió esa tecnología para facilitar el proceso de reproducción y difusión. Para transportar y proteger cerca de 120 unidades que eran utilizadas para mostrar los videos en las comunidades, *CESPAC* hizo fabricar cajas de madera para los monitores y videograbadoras. Aun con las tecnologías más ligeras de los años 80, el peso unitario superaba los 63 kilos. La tecnología de los proyectores de video no había todavía mejorado como sucedió en la década siguiente.

El proyecto produjo manuales para instructores y participantes, para orientar el proceso de capacitación mediante ejercicios de preguntas y respuestas, y actividades prácticas. Para facilitar la comprensión, las guías eran ilustradas y los participantes podían conservarlas como referencia en el futuro.

El método de *CESPAC* de acumular, preservar y reproducir el conocimiento local y sumarlo al conocimiento científico moderno, permitió la emergencia de corrientes de comunicación en varias direcciones, vinculando a las comunidades con los técnicos de desarrollo rural, o con otras comunidades. Los instrumentos de comunicación se hicieron comunes en áreas rurales generalmente desprovistas de electricidad y de líneas telefónicas.

## CONTEXTO Y ANTECEDENTES

El Perú ha sufrido cambios importantes durante las últimas décadas. En los años cincuenta, la mayoría de la población estaba constituida por indígenas quechuas y aimaras que vivían en áreas rurales. El proceso de migración hacia las ciudades en busca de trabajo alteró la correlación en los años siguientes: 60% de la población vive ahora en áreas urbanas, la mayor parte se ha incorporado a las “villas miseria” alrededor de Lima. La ciudad capital concentra a seis de los veinte millones de peruanos.

Las áreas rurales del altiplano, de la costa o de la cuenca amazónica no cuentan con servicios básicos ni inversión. La agricultura ha perdido gradualmente importancia; solamente el 3% de la tierra es productiva. La pobreza en áreas rurales empuja a emigrar hacia las ciudades mientras afecta profundamente la estructura social y económica de las comunidades rurales.

El gobierno militar populista del General Velasco Alvarado lanzó en 1969 una ambiciosa reforma agraria para eliminar las grandes propiedades improductivas y redistribuir la tierra a los campesinos, con el objetivo de alentar la formación de cooperativas rurales e incrementar la producción agrícola para satisfacer las necesidades nacionales.

La Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) y el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) apoyaron en esos años la creación del Centro Nacional de Capacitación e Investigación de la Reforma Agraria (CENCIRA). El diseño del CENCIRA incluía un componente de comunicación para el desarrollo destinado a capacitar y orientar a los “beneficiarios” a lo largo del proceso. Campesinos con un nivel muy bajo de educación formal estaban ahora al mando de las cooperativas; era imprescindible movilizarlos y capacitarlos.

A principios de los años setenta, cerca del 42% de los hombres y hasta un 67% de las mujeres rurales del Perú eran analfabetos. Se requería de un enfoque muy innovador para hacer frente al desafío de mejorar el nivel educativo y difundir conocimientos sobre la modernización de la agricultura. La elección del video fue inmediata, sobre la base de la experiencia previa que los especialistas de la FAO habían desarrollado en Chile durante el gobierno de Salvador Allende. El proyecto comenzó en 1975 con el nombre de *CESPAC*.

#### IMPACTO SOCIAL

El éxito del *CESPAC* tuvo una enorme influencia en la planificación e implementación de programas de desarrollo rural. La utilización del video en la capacitación es ahora aceptada ampliamente por los gobiernos y las agencias internacionales de cooperación en América Latina. La enriquecedora experiencia de *CESPAC* fue determinante en la creación de *PRODERITH* (México) y de *CESPA* (Malí). El personal destacado de ambos proyectos había trabajado previamente con Manuel Calvelo en el *CESPAC*.

Los resultados obtenidos por el programa son notables y muestran el alcance de los logros: 150 peruanos fueron capacitados como productores de video, 200 más aprendieron a utilizar los programas de video en actividades rurales. Se produjeron más de mil programas en video. Al terminar el proyecto en 1986, 550.000 campesinos habían sido beneficiados por las sesiones de capacitación en video. Cada periodo de capacitación tuvo una duración promedio de seis días, y los campesinos participaron durante tres horas diariamente. En 1980, las mujeres constituían el 48% de los capacitadores.

De acuerdo a Manuel Calvelo, las actividades del *CESPAC* no deberían ser evaluadas desde el punto de vista del costo/beneficio,

sino más bien de la inversión/resultados. El costo total del programa de capacitación por persona fue solamente de 24 US\$ dólares. “Establecimos un sistema muy eficiente, no solamente desde el punto de vista financiero, sino en cuanto a los objetivos pedagógicos”.

#### MEDIOS Y MÉTODOS

La capacitación es una condición esencial para el desarrollo rural. Muchos estudios han probado que la productividad rural está directamente relacionada con el conocimiento de las técnicas de cultivo. Con frecuencia, la falta de información se traduce en bajos índices de productividad en los cultivos. Un programa que contribuya a la capacitación, la organización y el fortalecimiento de las comunidades rurales, como *CESPAC*, puede lograr cambios, especialmente si el esfuerzo es sostenido a través de los años.

La esencia del *CESPAC* es la *capacitación*, una palabra que en castellano está plenamente incorporada en el lenguaje del desarrollo, pero que en otros idiomas no tiene una traducción exacta. En inglés es difícil expresar en una sola palabra el concepto, que no está limitado a la adquisición de habilidades técnicas o al mejoramiento del conocimiento a través de la información, sino que implica también la organización de individuos y comunidades para transformar su realidad y fortalecerse a través de un proceso de apropiación de instrumentos y conceptos que se pueden aplicar al desarrollo.

Uno de los mejores aciertos metodológicos del *CESPAC* fue la incorporación del conocimiento y de las prácticas originales de los campesinos, en lugar de descartar torpemente su cultura y tratarlos como “ignorantes”. De esa manera, Calvelo impidió que el proyecto cayera en prácticas que él llama de “terrorismo académico”.

La capacitación en *CESPAC* se hace en aimara y quechua, las lenguas maternas de los campesinos, incorporando toda suerte de códigos culturales y costumbres que son parte de la vida cotidiana. Los contenidos se orientan hacia resultados prácticos que los campesinos puedan utilizar. La “pedagogía visual” diseñada por Manuel Calvelo y su equipo fue sintetizada en una frase: “Si lo oigo, me olvido; si lo veo, me acuerdo; si lo hago, lo aprendo”.

#### OBSTÁCULOS

Cuando el *CESPAC* empezó a usar video en el campo, la tecnología era muy precaria comparada a la actual. Ello mismo hace que la experiencia haya sido aún más revolucionaria para su época. A principios de los años setenta se trabajaba en blanco y negro, con cámaras de tubo y grabadoras de cinta abierta. El equipo era pesado, difícil de trasladar y requería pesadas baterías o electricidad para su funcionamiento.

Una dificultad mayor fue que el proyecto no logró nunca desarrollar un proceso de selección de personal que fuera consistente con las necesidades de la población rural. En muchos casos el Gobierno impuso personal que no estaba a la altura de las tareas, ni suficientemente motivado y comprometido, indiferente hacia la lengua y las costumbres locales. La capacitación inicial en 1975 fue demasiado larga y cargada de teoría, pero ello se corrigió en los años siguientes.

En cuanto al involucramiento de los campesinos en las producciones de video, Colin Fraser afirma: “Un análisis objetivo demuestra que no hubo suficiente participación campesina; el proyecto se desarrolló bajo tanta presión para sobrevivir, que no fue capaz de precaver ese aspecto”.

#### REFERENCIAS

“Un nuevo enfoque para la comunicación rural: la experiencia peruana en video para la capacitación campesina”, estudio de caso. FAO 1987.

“Video y Desarrollo Rural”, por Colin Fraser. En *Chasqui* N° 33, Quito 1990.

Información adicional de Manuel Calvelo obtenida por correo electrónico.

# PRODERITH

1978 México

#### DATOS

<b>NOMBRE:</b>	Programa de Desarrollo Rural Integrado del Trópico Húmedo (PRODERITH)
<b>PAÍS:</b>	México
<b>ÉNFASIS:</b>	Desarrollo rural en el trópico húmedo
<b>LUGAR:</b>	San Luis Potosí, Yucatán, Chiapas
<b>BENEFICIARIOS:</b>	800.000 campesinos agricultores
<b>ALIADOS:</b>	FLACSO, IMTA, SARH, CNA
<b>FINANCIAMIENTO:</b>	FAO, Banco Mundial, Gobierno de México
<b>MEDIOS:</b>	Video

#### ANECDOTARIO

*El carismático anciano, con el pelo y la barba blancas, permaneció sentado durante largas horas con las piernas cruzadas, frente a la cámara de video. Habló con aplomo del pasado, de la Revolución, de la grandeza de la cultura maya, y de la vida de hoy. Deploró la desaparición de algunas tradiciones mayas como el huerto familiar, explicó cómo solía cultivar su propio maíz y se quejó de los jóvenes de hoy que ni siquiera sabían hacer eso. Acusó a la juventud de abandonar todo lo bueno de la cultura maya; ahora vendían huevos para comprar cigarrillos y gaseosas, de modo que no era de extrañarse que la dieta actual fuera más pobre que la que él conoció en su juventud... y así siguió hablando.*

*Muchos en las comunidades asistían en silencio a la exhibición de los videos. Al anochecer, debajo de un árbol, surgían de la pantalla las palabras en idioma maya. La voz elocuente del anciano y sus gestos enfáticos, cautivaban a la audiencia. Para muchos, era la primera vez que escuchaban a alguien hablar de los valores concretos de su cultura. Era también la primera vez que veían a un campesino como ellos en la “televisión”, hablando en su propia lengua. Una y otra vez pedían que el video fuera mostrado nuevamente.*

*El efecto buscado se había conseguido: los campesinos comenzaron a evaluar su situación y a reflexionar seriamente sobre sus valores. Así, el terreno estaba preparado para que PRODERITH iniciara una discusión sobre propuestas de desarrollo.*

*Veamos otro ejemplo de un sistema de comunicación que contribuye a facilitar un proceso de participación. Los técnicos de un proyecto habían propuesto un plan de drenaje para regular las inundaciones periódicas que se producían en un determinado lugar. En la opinión de uno de los campesinos, ese plan no iba a funcionar porque los técnicos estaban errados en su análisis de las causas de la inundación. El campesino fue grabado en video mientras explicaba sus razones y dibujaba sobre la tierra un diagrama que ilustraba su punto de vista. El video fue mostrado a los técnicos, quienes luego de estudiar de nuevo la situación, reconocieron que el campesino estaba en lo correcto.*—Extractos del estudio de caso sobre *PRODERITH*, realizado por la FAO.

## DESCRIPCIÓN

El Programa de Desarrollo Rural Integrado del Trópico Húmedo (*PRODERITH*) tuvo dos fases distintas: de 1978 a 1984, y de 1986 a 1995. Desde su inicio, *PRODERITH* recibió el apoyo técnico de la FAO y préstamos del Banco Mundial. Institucionalmente, dependió primero de la Secretaría de Agricultura y Recursos Hídricos (SARH) del Gobierno de México, pero esto fue cambiando en el curso de los años, a medida que las instituciones de gobierno sufrían cambios políticos y administrativos.

El objetivo de *PRODERITH* I era incrementar la producción agrícola en las zonas tropicales, mejorar el nivel de vida de los campesinos pobres y conservar los recursos naturales. Las actividades incluían la construcción de caminos, la conservación de suelos, el crédito y la participación social de los campesinos. Finalmente, la participación comunitaria se convirtió en el principal objetivo, y aunque se había creado dentro del proyecto un Sistema de Comunicación Rural, la sigla *PRODERITH* se convirtió en sinónimo de las actividades de comunicación y, en particular, del componente de video.

Las estrategias de desarrollo del proyecto pueden resumirse así: Primero, debía constituir un *proceso de aprendizaje* por medio de la generación de experiencias de campo suficientemente grandes como para que fueran posteriormente multiplicadas en una escala mayor. Segundo, tenía como meta lograr una *participación activa* de todos, tanto de los campesinos como del personal del proyecto. Tercero, debía facilitar la coordinación entre las diferentes instituciones implicadas en el desarrollo rural en el ámbito comunitario.

El universo rural de la experiencia piloto incluía 3.500 familias campesinas distribuidas en 54.000 hectáreas de tierra, en tres áreas del proyecto. Para la segunda fase estas cifras aumentaron en una gran proporción, lo cual incidió negativamente en la calidad de los resultados.

La principal actividad en las comunidades era la capacitación utilizando el video como instrumento. En los años 1978–84 se produjeron cerca de 345 videos, además de otros materiales de apoyo. En

las áreas del proyecto se disponía de cámaras, pero la edición estaba centralizada en la sede del proyecto en Cuernavaca. Primero se utilizaron equipos de U-Matic para grabar y editar, pero más tarde en la década de los 80 se adoptaron nuevas tecnologías, incluyendo la animación por computadora.

La crisis económica de México en los 80 derivó en programas de ajuste estructural que afectaron los proyectos de desarrollo del Gobierno, incluyendo a *PRODERITH*, que perdió el 70% de su personal técnico en el campo. Cuando la segunda fase comenzó en 1986, tenía objetivos más ambiciosos pero menos recursos humanos para lidiar con los enormes problemas que la crisis había dejado en las áreas rurales.

A destiempo, se trató de descentralizar y otorgar más poder a las organizaciones campesinas, mediante el establecimiento de cinco Unidades Regionales de Comunicación en San Luis Potosí, Yucatán (2) y Chiapas (2). Debajo de éstas se organizaron nuevas Unidades Locales de Comunicación (CLC), así como “comités de comunicación” conformados por gente de la comunidad. Los CLC fueron equipados con un sistema completo de altavoces, amplificadores y grabadoras de casete, además de un recinto cubierto para las reuniones y las exhibiciones de video.

El Sistema de Comunicación Rural absorbía el 2,2 % del costo total de *PRODERITH*, lo cual no era insignificante si se considera que la inversión total para las dos fases fue de 292 US\$ millones de dólares. De los 5 US\$ millones utilizados por las actividades de comunicación, el 20% se gastó en equipos. El costo estimado para producir un video de 15 minutos fue aproximadamente de 3.000 US\$ a 5.500 US\$.

## CONTEXTO Y ANTECEDENTES

La política de desarrollo rural en México estuvo durante varias décadas dominada por el objetivo de expandir la irrigación en zonas áridas de cultivo. Sin embargo, en los años 60 la necesidad de incrementar la producción alimentaria y el alto costo de continuar concentrando los recursos para el desarrollo rural en proyectos de irrigación, condujo a otorgar una mayor atención al potencial de las zonas tropicales húmedas y a las áreas lluviosas, que representaban hasta el 75 % del área cultivada, particularmente en las planicies costeras.

El primer intento de cambiar de estrategia constituyó un fracaso estrepitoso en cuanto a sus objetivos finales. El Plan Chontalpa tuvo cierto éxito para instalar infraestructura en el Estado de Tabasco, proporcionando crédito y asistencia técnica a los campesinos, pero fue un fracaso en cuanto a la participación comunitaria. Se trataba de una intervención vertical, sin consulta previa con los potenciales

beneficiarios. Los campesinos no se identificaron con el proyecto, ni supieron utilizar y mantener correctamente la infraestructura.

En vista de la importancia del trópico húmedo (23% de la superficie total) para el futuro de la agricultura mexicana, el Gobierno decidió continuar con su nueva política a pesar del fracaso del Plan Chontalpa. Esta vez, la estrategia incluyó un componente de comunicación para asegurar la participación activa de las comunidades, y de ese modo garantizar que las propuestas fueran apropiadas y aceptadas por las comunidades.

Durante el periodo de investigación que tuvo lugar el año 1977, una cámara de video se utilizó para ayudar a los campesinos a analizar la situación y los problemas, para grabar las reuniones y mostrar las imágenes a las comunidades durante el proceso de discutir los planes futuros. El video se reveló como una herramienta excelente para motivar a los campesinos y acercarlos al proceso de planificación. Como resultado, se diseñó un proyecto específico con un componente importante de comunicación donde el video era la pieza central en la estrategia. Es así como nació *PRODERITH* en 1978.

#### IMPACTO SOCIAL

---

Durante las dos fases de *PRODERITH* se elaboraron más de 700 videos de capacitación con sus respectivos materiales impresos, y no menos de 800.000 personas participaron en las sesiones de capacitación. Este proceso tuvo sin duda un impacto en las vidas de los campesinos, ya que la capacitación cubría temas de agricultura, pesca, ganadería, salud, nutrición, medio ambiente, agua, organización comunitaria y cualquier otro tópico relacionado con las necesidades de la población rural. En su momento de mayor productividad, el año 1981, el equipo de comunicación llegó a producir cien videos.

Los campesinos muestran con frecuencia dificultades para expresar su visión de la realidad, y pocas veces comparten su percepción con gente ajena a la comunidad. *PRODERITH* contribuyó al desarrollo rural facilitando la articulación de la percepción colectiva sobre la realidad, sobre los problemas y sobre las opciones para mejorar. La metodología de video hizo posible el debate interno sobre la historia, la cultura y las perspectivas futuras de las comunidades involucradas en el proceso de comunicación.

Desde un punto de vista más amplio, *PRODERITH* es un ejemplo de cómo la comunicación puede convertirse en el instrumento central para hacer avanzar un importante programa de desarrollo rural. Demuestra que la comunicación puede integrarse completamente si se ha identificado como una necesidad desde la concepción del

programa. De acuerdo a la evaluación de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), “el Sistema de Comunicación Rural desarrollado por *PRODERITH* fue particularmente creativo y eficiente”.

#### MEDIOS Y MÉTODOS

---

Tal como se ha afirmado en muchos informes sobre desarrollo rural, la productividad y los niveles de vida en el ámbito rural mejoran con la provisión de mayores conocimientos y habilidades. Para cubrir esas necesidades el Sistema de Comunicación Rural de *PRODERITH* adoptó una metodología basada en videos y en materiales impresos, todo ello parte de los llamados “módulos pedagógicos”. Cada uno cubre un tema, dividido en una serie de videos donde cada uno es una lección. Una guía impresa para los técnicos que utilizarán el material proporciona información adicional sobre el tema y sobre el modo de utilización del módulo.

La metodología se aplicó principalmente en las unidades de campo, pequeños equipos técnicos de promotores y extensionistas que trabajaban en el ámbito comunitario, utilizando el video para promover discusiones sobre temas importantes para la comunidad, y facilitando así un proceso participativo en la elaboración del Plan de Desarrollo Local que permitiría a *PRODERITH* apoyar los siguientes pasos.

Esta misma metodología de video se usó también para capacitar al personal del proyecto y para complementar con imágenes los informes y evaluaciones.

#### OBSTÁCULOS

---

El alto costo de esta experiencia de *PRODERITH* hace difícil que pueda considerarse como un modelo replicable. El programa pudo mantenerse a través de los años solamente gracias a una inyección permanente de fondos prestados por el Banco Mundial, y esto puede suceder solamente en un país como México, importante sujeto de crédito.

Por la misma razón, el proceso de descentralización y aún la perspectiva de transferir la experiencia a las comunidades, fue poco realista y se hizo a destiempo; además, el proyecto inicial se había dotado de una estructura excesivamente centralizada y muy abultada desde el punto de vista de personal técnico especializado.

En el periodo de *PRODERITH* I, durante la fase de bonanza económica, no se hizo un intento serio de transferir el control del sistema de comunicación a las comunidades, o siquiera de descentralizarlo. Durante *PRODERITH* II, la fase de crisis, la descentralización

no podía ser sino un intento de transferir el costo y la responsabilidad de la crisis sobre los hombros de las comunidades. No podía tener éxito en gran escala. Ya era muy tarde para empezar.

Los cambios institucionales en un país tan marcado cada seis años por la renovación de la estructura política, también afectaron a *PRODERITH*, ya que siendo una agencia de desarrollo del Gobierno, no podía permanecer al margen. A fines de 1995 las cinco Unidades Regionales de Comunicación enfrentaban un futuro incierto; sus posibilidades de sobrevivir sin financiamiento externo eran muy remotas.

#### REFERENCIAS

Este capítulo está basado principalmente en:

“Comunicación para el desarrollo rural en México: en los buenos y en los malos tiempos”, estudio de caso, FAO, Roma 1996.

Colin Fraser y Sonia Restrepo-Estrada. *Communicating for development: human change for survival*. I.B. Tauris, London-New York, 1998.

# TEATRO KERIGMA

1978

Colombia

#### DATOS

NOMBRE:	Fundación Teatral Kerigma
PAÍS:	Colombia
ÉNFASIS:	Desarrollo cultural, conocimiento
LUGAR:	Bosa
BENEFICIARIOS:	Población de Bosa, Usaquéen, Ciudad Bolívar, Soacha, Kennedy
ALIADOS:	Colnodo, CINEP, Corporación Raíces, Universidad Central, Programa por La Paz, otros
FINANCIAMIENTO:	NOVIB, DIAKONIA, Ministerio de Cultura, Instituto Distrital de Turismo
MEDIOS:	Teatro

#### ANECDOTARIO

*Al fondo de la gran ciudad, en los linderos que unen a Bogotá con el Municipio de Soacha, sobrevive un vecindario que a primera vista parecería impersonal: La Despensa. Sus casas levantadas por pedazos están construidas, aparentemente, sin mayores reparos estéticos. Ladrillo tras ladrillo, todas sus fachadas terminan por parecerse, produciendo cierta monotonía de desgastada arquitectura.*

*Almacenes que ofrecen curaciones a granel, talleres de mecánica donde se reparan camiones de la segunda guerra mundial y puestos nocturnos de perros calientes son parte del paisaje local. En estas calles se han tejido fuertes lazos de solidaridad, amistad y afectos. La experiencia de la Fundación Kerigma empezó aquí hace 22 años y ha crecido sustentada por una fuerte y sutil red de afectos superior a las ideologías y a las dificultades económicas o personales.*

*Kerigma arrancó como un grupo de jóvenes que se reunían en la parroquia, en casas particulares o en las esquinas. Pronto se trasladaron a un pequeño cuarto comunal que se inundaba permanentemente. Un día lograron finalmente arrendar un pequeño local, para realizar los ensayos, exposiciones, talleres de danza, de música y de teatro.*

En 1988 la Fundación Kerigma recibió en donación una casa y su terreno. Con el apoyo del programa LibroVía, la casa fue remodelada y ampliada en 1991. Hoy es una sede de tres pisos llena de niños y jóvenes, de sonrisas y sueños, de ensayos y ejercicios, de visitantes y público. Allí se mantiene la Casa de la Cultura hasta el día de hoy, con una pequeña sala de teatro, salones de talleres y lectura, biblioteca, un salón que provee acceso comunitario a la Internet y capacitación en manejo de computadoras, un espacio para los equipos de video y fotografía y una terraza donde se guarda el vestuario y la escenografía.

Definitivamente no hemos tenido tiempo para la nostalgia, porque esto es algo muy vivo. Lo que hay acá, y mucho, es tiempo para enamorarse.

—Extractos de un texto de Jairo Chaparro Valderrama, Presidente de la Corporación Raíces.

#### DESCRIPCIÓN



*Kerigma* es una organización no gubernamental (ONG) cultural que comenzó en 1978 como un grupo de gente joven ávida de promover el teatro en la localidad de Bosa, en Bogotá. En 1979 el grupo de teatro presentó *Las excepciones y la regla*, de Bertolt Brecht, y desde entonces muchas otras obras

se han sumado a su repertorio. *Kerigma* ha producido obras propias y ha adaptado al contexto local obras de otros autores, vinculando los contenidos con las necesidades comunitarias, con el análisis social y con la participación ciudadana.

En función de su audiencia, *Kerigma* establece una distinción metodológica entre las obras presentadas en salas y aquellas que se representan en espacios abiertos, en las calles. Durante los primeros años unas veinte piezas—muchas de autores conocidos como Brecht y Tennessee Williams—fueron montadas en teatros. Sin embargo, *Kerigma* ha optado cada vez más por autores latinoamericanos y ha desarrollado sus propias creaciones colectivas, dirigidas por Enrique Espitia León y Camilo León Mora. *Kerigma* cuenta ahora con una sala para 100 personas, con 64 metros cuadrados de escenario, pero en años recientes ha preferido los espacios abiertos, mostrando un interés creciente por el trabajo comunitario.

Aunque el teatro constituye el factor dinamizador en el conjunto de actividades de *Kerigma*, la organización ha crecido en otras áreas. Sus actividades de promoción de la participación comunitaria tienen un importante componente de capacitación. Año tras año se organizan nuevas actividades formativas, en su mayor parte talleres de arte y de comunicación alternativa para jóvenes periodistas.

Cada año *Kerigma* patrocina una “Muestra de Arte Popular”, que en el año 2000 alcanzó su vigésima edición; la participación en dicho evento ha crecido de manera constante. La primera vez que el festival tuvo lugar en 1981, solamente cuatro grupos participaron; sin embargo, desde 1995 alrededor de 30 grupos toman parte.

Además de los eventos teatrales, *Kerigma* mantiene una línea de publicaciones y de producciones audiovisuales. Antes de que *Kerigma* se estableciera formalmente como una fundación independiente para el desarrollo cultural de Bosa, el grupo había editado varias publicaciones como la *Cartilla Raíz* (1979), y el *Boletín de Casa de la Cultura* (1987). Desde 1992 *Kerigma* publica su propio boletín de noticias, *Notas de Encuentro*, que ahora integra una página de su sitio Web. Los videos producidos muestran las actividades de *Kerigma*, particularmente aquéllas vinculadas al desarrollo comunitario y a la participación ciudadana en Bosa. Estos videos han sido producidos en sociedad con otras ONG y agencias de desarrollo.

*Kerigma* fue seleccionada en 1997, junto a la Fundación Pepaso y la Fundación AVP, para acoger una de las Unidades Informativas Barriales (UIB), un proyecto promovido por Colnodo con apoyo del IDRC (Canadá). Colnodo estableció las UIB con el objetivo de reevaluar el conocimiento local y facilitar el acceso a él, con la premisa de que “cada ser humano es conocimiento viviente, información en movimiento, generador de impulsos de comunicación, lo cual hace de él o ella un actor potencial del desarrollo”. El programa pretende recuperar el conocimiento popular y organizarlo de manera que facilite la participación ciudadana en el desarrollo. Con el uso de computadoras se reúne y se clasifica la información, y además se ofrecen servicios de correo electrónico y de Internet a la comunidad.

La colaboración con Colnodo, una organización que promueve el uso de la Internet para el desarrollo comunitario, ha expandido los horizontes de *Kerigma*, que ha ganado visibilidad mientras desarrolla una nueva línea de trabajo comunitario. El sitio Web de *Kerigma* es ahora una ventana para que el mundo se asome a las actividades de esta organización cultural.

#### CONTEXTO Y ANTECEDENTES

Bosa es una de las 20 localidades de Santa Fe de Bogotá, la capital de Colombia. Aunque en el pasado fue habitada por indígenas chibchas, queda muy poco de su antigua identidad cultural. Las chozas rurales desaparecieron dos siglos atrás, pero el área continuó siendo importante para la agricultura, con cultivos de trigo, papa y cebada. Hacia 1950 la población era menor a 20.000 habitantes, pero el desempleo y la violencia creciente en las zonas rurales empujaron a miles de personas hacia la capital y muy pronto Bosa se sumó al núcleo urbano de Bogotá.

Hoy, Bosa está dividida en 283 barrios con un total de 250 mil habitantes. La migración agudizó los problemas sociales y la pobreza en Bosa y en otras localidades periféricas de Bogotá. Sin embargo, Bosa se benefició simultáneamente de los programas culturales y educativos que iniciaron algunas instituciones.

El “Grupo Juvenil *Kerigma*” ha transitado por un largo camino desde que comenzó en los setenta promoviendo el desarrollo del teatro comunitario. Años más tarde, *Kerigma* inauguró la Casa de la Cultura de Bosa y se expandió vigorosamente hacia otras actividades. El lema de Muestra de Arte Popular es significativo: “Cultura para la Paz y la Convivencia”.

#### IMPACTO SOCIAL

---

El impacto social de *Kerigma* en el desarrollo comunitario de Bosa es patente en el fortalecimiento de la identidad cultural, la participación ciudadana y la promoción de la gobernabilidad local. Las actividades de teatro, música y danza, los festivales de arte, las publicaciones, la producción audiovisual, los talleres de capacitación, etc., han tenido éxito en atraer una gran audiencia de niños, jóvenes y adultos. La organización ha logrado articular los conceptos de cultura y sociedad, cultura y desarrollo, cultura y participación.

Otro aspecto de cambio social promovido por *Kerigma* es el de trabajar en red con otras instituciones y organizaciones culturales. Esta iniciativa derivó en la constitución de una red de grupos de teatro de otras localidades de Colombia, como el Teatro Esquina Latina (Cali), la Corporación Nefesh (Medellín), el Teatro El Ágora (Envigado), el Grupo Teatro Tecoc (Bello), el Grupo Jocrar (Medellín), y varias compañías de Bogotá.

El trabajo de *Kerigma* ha trascendido desde la comunidad hasta un nivel internacional. La compañía participó en festivales internacionales de teatro con piezas como *Carreras por el Poder* y *Pies Hinchados*, una adaptación del clásico *Edipo Rey*.

Uno de los logros más importantes en el proyecto de la UIB, apoyado por Colnodo, fue facilitar el acceso a computadoras y a la Internet en barrios de clase trabajadora de bajos ingresos, quebrando de ese modo el centralismo típico que caracteriza el acceso a las nuevas tecnologías en la capital colombiana. La experiencia participativa de la UIB de *Kerigma* fue presentada en la Conferencia sobre Conocimiento Global II, realizada en Kuala Lumpur en marzo de 2000.

La UIB de *Kerigma* recibe regularmente visitas de grupos culturales que se sirven de las computadoras, sobre todo para elaborar documentos e imprimirlos. Como muchas de estas organizaciones no tienen

una sede propia, encuentran en la UIB un ambiente propicio para hacer consultas y preparar proyectos.

#### MEDIOS Y MÉTODOS

---

La expansión de la cobertura cultural de *Kerigma* en Bosa llevó a la organización a concentrar esfuerzos en una investigación sobre las características sociales, económicas y culturales de la localidad. El estudio fue realizado en colaboración con la Universidad Central y varias instituciones locales. Colnodo contribuyó mediante la publicación de los resultados de la investigación en la Internet.

La metodología de investigación proporcionó a *Kerigma* información muy completa sobre las interacciones sociales en la localidad de Bosa, permitiendo fortalecer el trabajo que antes se diseñaba sobre la base de conocimiento empírico. El estudio realizado incluye un “mapa cultural” de Bosa, al igual que datos específicos sobre aspectos sociales, económicos, institucionales y geográficos.

La tarea de incorporar las nuevas tecnologías de información y comunicación como herramientas ha sido un desafío para *Kerigma*. El grupo ha explorado caminos innovadores para desarrollar actividades de capacitación en beneficio de niños y adultos, empleando enfoques participativos para organizar colectivamente el conocimiento.

#### OBSTÁCULOS

---

Los más recientes obstáculos se relacionan con la implantación y sustentabilidad de la UIB. A pesar de la reputación de *Kerigma* como una institución cultural ampliamente establecida, la introducción de nuevas tecnologías tuvo que enfrentar la indiferencia de muchos de los potenciales beneficiarios.

“Hasta ahora la UIB no cuenta con visitantes regulares ni de la propia organización ni de otras. Solamente los coordinadores de la unidad hacen uso regularmente del correo electrónico y de la Internet” según afirma Luis Fernando Barón, del Centro de Investigación y Educación Popular (CINEP).

La falta de articulación entre la UIB y las actividades generales de *Kerigma* en el ámbito comunitario explica en parte la resistencia cultural y los prejuicios de la población local contra el uso de las computadoras y de la Internet. Quienes más utilizan los servicios son estudiantes y organizaciones que tratan de mejorar la presentación de sus documentos de trabajo. Los procesadores de palabra y las impresoras son los más requeridos, mientras que la Internet y el correo electrónico lo son en raras ocasiones. Esto parecería indicar que no se tuvo éxito en el objetivo inicial de hacer que el conocimiento sea accesible a la comunidad. Sin embargo, el proceso es todavía muy

reciente y se espera que en los siguientes dos o tres años se produzcan cambios, si se aplican estrategias adecuadas para promover la UIB.

Las frecuentes fallas del sistema, causadas por líneas telefónicas insuficientes y por repetidos cortes en el flujo de electricidad, han representado un obstáculo adicional.

#### REFERENCIAS

La información para este capítulo fue proporcionada por Marcy Hernández y Sylvia Cadena a través de intercambios por correo electrónico.

El sitio Web de *Kerigma* es: <http://www.uib-Kerigma.colnodo.org.co>

*De la Educación y la Participación Ciudadana en Colombia* por Marcy Hernández, Fundación Kerigma. Bogotá, 1999.

“Experiments in community access to new communication and information technologies in Bogota” por Luis Fernando Barón, CINEP. *En Telecentre Evaluation: A Global Perspective*. IDRC, 1999.

# TEATRO LA FRAGUA

1979

Honduras

#### DATOS

NOMBRE:	Teatro La Fragua
PAÍS:	Honduras
ÉNFASIS:	Conscientización comunitaria, creatividad cultural
LUGAR:	El Progreso
BENEFICIARIOS:	El Progreso, región costera en el norte de Honduras
ALIADOS:	Comunidad Jesuita
FINANCIAMIENTO:	MISEREOR, Trocaire, Acción Cuaresmal Suiza (40%), donaciones privadas (50%), venta de entradas (10%)
MEDIOS:	Teatro

#### ANECDOTARIO

*Tres actores, dos músicos, un escenario vacío. Una manera deliberada de empezar, una fuerte introducción y de pronto el silencio repentino de la audiencia capturada por la fuerza electrizante de los actores. Su presencia física ocupa todo el espacio y no disminuye. La mayoría en la audiencia nunca antes había experimentado que el ser humano fuera capaz de manifestar esa fuerza cruda, esa fuerza que procede de la visión, la inspiración y mucho trabajo. Fuerza bruta desencadenada que emana del alma y no de un arma. La fuerza de la esperanza, no del miedo.*

*Al principio la audiencia no está segura de esa presencia. Una incertidumbre nerviosa se apodera de la muchedumbre; los actores pueden sentirlo, y sus ritmos son rígidos. Luego, los niños salvan el momento: la honestidad de los niños que no saben que su esperanza ha sido empeñada a un prestamista extranjero.*

*La risa límpida de una niña de cuatro años atraviesa la oscuridad; la sensación de opresión se desvanece y los adultos se unen a la risa. Los actores luchan por mantener su compostura; uno de los músicos no logra suprimir una sonrisa mientras la risa hace temblar a los demás. Una niña pudo lograrlo, con sus cuatro años reveló en todos un impulso, enseñó a*

*sus padres, a sus superiores, una lección básica de la vida: la risa es la primera rebeldía contra la opresión, un acto salvajemente revolucionario, un desafío a toda autoridad que afirme que la vida debe ser sufrimiento. Éste es el teatro crudo, valiente y duro en una tierra acosada por huracanes, deforestación, corrupción y pobreza. Un teatro que considera tan importante formar a su audiencia como a sus actores; un teatro que debe competir por su audiencia con las peleas de gallos, los duelos a machete, las inundaciones, las cosechas y el analfabetismo cultural que le ha robado a la gente su orgullosa herencia maya. Un teatro tenaz que rehúsa darse por vencido frente a los puentes que se llevó el río, al financiamiento ínfimo y a los caminos perforados como un paisaje lunar.*

*¿Por qué hacemos teatro en un país desesperadamente pobre como Honduras? ¿Por qué hacemos teatro cuando hay todas esas otras necesidades tan obvias? El teatro no va a bajar los índices de mortalidad infantil. El teatro no salvará (ni siquiera disminuirá el sufrimiento) de un niño muriendo de malnutrición. El teatro no logrará nunca cambiar el mundo. Pero la risa de una niña nos recuerda que el teatro puede satisfacer otra necesidad quizás igualmente desesperada: puede hacer reír a un niño. Quizás pueda incluso darle a ese niño un destello de esperanza.—* Escrito por Jack Warner S.J., fundador y director del *TEATRO LA FRAGUA*.

#### DESCRIPCIÓN



El *Teatro La Fragua* es un grupo teatral de El Progreso, la tercera ciudad de Honduras. Su objetivo es “forjar la identidad nacional a través de las expresiones del pueblo” y “despertar la creatividad popular con ayuda del teatro, para encontrar soluciones a los problemas actuales”. Jack Warner, un sacer-

dote jesuita, ha sido el director desde que su fundación en 1979. La compañía está compuesta por catorce hondureños que, además de actuar, se ocupan de las tareas de mantenimiento y de relaciones públicas. El *Teatro La Fragua* comenzó en el pueblo de Olanchito, en el este del país, pero se trasladó muy pronto a El Progreso, más accesible a los grandes centros poblacionales, como San Pedro Sula, la capital económica de Honduras. El edificio que acoge actualmente al teatro se encontraba entonces en muy mal estado, como todo El Progreso. En el pasado había servido como club social de una compañía bananera, un lugar donde los ejecutivos y sus familias se reunían para disfrutar fiestas y bailes.

La estrategia adoptada por el *Teatro La Fragua* para abordar temas sociales y para avanzar en su misión de conformar una identidad nacional hondureña, incluye: 1) puesta en escena de obras de autores

latinoamericanos; 2) representación de piezas religiosas, como *¡El Evangelio en Vivo!*; y 3) adaptaciones dramáticas de cuentos, mitos y folclore hondureños.

Muchos trabajos dramáticos han sido creados por La Fragua: exploraciones en la historia y las tradiciones centroamericanas; dramatizaciones de historias bíblicas en el contexto hondureño; adaptaciones del teatro clásico; y teatro para niños. Las representaciones se hacen en plazas, iglesias y patios de escuelas, en prioridad para audiencias de pobres y trabajadores, analfabetos que no tienen acceso a las fuentes de la cultura oficial, y que de otro modo nunca tendrían oportunidad de ver una obra de teatro. El principio que sirve de guía es el siguiente: “Si el pueblo no puede ir al teatro, entonces el teatro debe ir al pueblo”. “En los pequeños pueblos que visitamos encontramos siempre las audiencias más entusiastas. Nos tratan como que somos realmente importantes”, dice la actriz Nubia Canales.

Además de montar obras teatrales, *La Fragua* ha desarrollado un programa de capacitación en Honduras, Nicaragua, El Salvador, Costa Rica, Cuba, Guatemala y Belice, y ha realizado giras por Estados Unidos, México, España y Colombia. Más de 600 jóvenes han participado en los talleres. Algunos artistas hondureños han sido invitados a presentarse en la sala de teatro de *La Fragua*, entre ellos El Teatro Latino (marionetas), Son Cinco (danza moderna) y Guillermo Anderson (un cantante y compositor que mezcla jazz y *reggae* con los ritmos de la costa caribeña de Honduras).

*La Fragua* opera con el auspicio de los Jesuitas, propietarios del complejo en el que se construyó la sala de teatro. La compañía dedica seis meses al año a representar piezas religiosas asociadas con las fiestas de Navidad y de Semana Santa, y reserva la otra mitad del año para las otras obras. Muchos de los miembros del grupo se incorporaron a partir de su participación en actividades relacionadas con la Iglesia, que patrocina también la formación teatral. Esta vinculación religiosa ofrece al grupo una red de apoyo y cierta legitimidad pública en una sociedad donde la mayor parte de las instituciones privadas y públicas se caracterizan por la ineficiencia y la corrupción.

Un grupo internacional de “amigos” de *La Fragua* proporciona el 50% de los fondos de funcionamiento. Agencias religiosas como el Fondo de Asistencia de los Obispos Alemanes (MISEREOR), *Trocaire* y otras ayudan con un 40%, mientras el resto se obtiene mediante contribuciones locales y el cobro de entradas.

El *Teatro La Fragua* ha sobrevivido a la indiferencia del público, a los avatares económicos y a la represión política, y se ha convertido en el grupo de teatro popular más estable y duradero de América Latina.

## CONTEXTO Y ANTECEDENTES

---

Honduras es víctima de una historia de dependencia y de subdesarrollo. Es un país que arrastra todavía el peso de un pasado feudal, donde la mayoría campesina no sabe leer ni escribir, y la malnutrición crónica y las enfermedades hacen muy difícil la supervivencia. Los campesinos cultivan sobre pendientes rocosas y empinadas, no muy lejos de las enormes y fértiles plantaciones de frutos de las compañías multinacionales. El país tipifica el concepto de “república bananera”; durante muchas décadas estuvo bajo la ocupación de la multinacional *United Fruit Company*, y ha servido de base militar para tropas de Estados Unidos durante las décadas de actividad guerrillera en Nicaragua, El Salvador y Guatemala. Las estadísticas sobre expectativa de vida, desempleo e ingreso per cápita indican que el país está todavía detrás de sus vecinos, incluso aquellos afectados por la guerra. Todo esto a pesar de una década sin precedentes de ayuda militar y económica de los Estados Unidos, que incluyó millones de dólares canalizados a través de proyectos de USAID, y uno de los programas más grandes del Cuerpo de Paz en el mundo.

El país está en la búsqueda de su identidad histórica y cultural. En tiempos de los mayas, los asentamientos indígenas eran solamente periféricos a un imperio centrado en las alturas de Guatemala y en los llanos de Yucatán. Durante la Colonia, Honduras era una remota provincia del Virreinato de Guatemala. Cuando accedió a la independencia, los intereses británicos controlaron extensas zonas de la costa caribeña, muy alejadas de Tegucigalpa, la capital. En el presente siglo, las compañías fruterías multinacionales han ejercido una soberanía económica sobre ese mismo territorio.

## IMPACTO SOCIAL

---

A diferencia de otros grupos de teatro campesino en Honduras, el *Teatro La Fragua* constituye un intento profesional, vigente a lo largo del año, de utilizar el teatro como un medio de fortalecimiento comunitario. Lo que pretende *La Fragua*—abordar temas socio-políticos, explorar la historia de Honduras, alfabetizar, estimular la autonomía personal y grupal—es similar a lo que los grupos campesinos del país persiguen.

El grupo teatral ha cultivado una forma de representación que establece la relación entre los valores espirituales y teatrales, y los representa para una comunidad que no hace la diferencia entre ambos, como las audiencias del teatro romántico medieval.

A través de su trabajo *La Fragua* ha desafiado los valores del poderío económico y político, en una tierra donde al hacerlo se corre el riesgo de la persecución política. Aunque Jack Warner, el director, rechaza el teatro panfletario, considera que el desafío de *La Fragua* es

político: “Es político en el sentido del punto de vista desde donde uno mira el mundo. Estamos tratando de crear un teatro en el que el punto de vista es precisamente el de los desposeídos”. El *Teatro La Fragua* actúa políticamente al ofrecer a los hondureños la oportunidad de verse a sí mismos reflejados en escena y de escuchar su propio lenguaje.

Como una nueva vertiente para convertir al teatro en una parte vital de la sociedad hondureña, *La Fragua* ha puesto nuevo énfasis en el desarrollo del teatro para niños. El grupo montó la obra “Historias exactamente así”, de Ruyard Kipling. Una de las historias adaptadas, “Cómo se escribió la primera letra”, transmite la importancia de aprender a leer y a escribir, un tema de particular resonancia en un país donde la mitad de la población es analfabeta.

Edward Burke, Ruth Shapiro y Pamela Yates, cineastas de Estados Unidos, dirigieron en 1989, el documental “*Teatro!*”, sobre el trabajo de *La Fragua*. El film fue visto en la televisión pública, llamando la atención del público de habla inglesa sobre la labor social del grupo hondureño.

## MEDIOS Y MÉTODOS

---

Según Harley Erdman, el contenido religioso del trabajo de *La Fragua* ha llevado al grupo a forjar un estilo que podría llamarse “neomedieval”, apropiado para un país con un pasado feudal, donde la mayoría de los campesinos son analfabetos. En esta sociedad neomedieval, la Iglesia—que adorna las plazas de los más apartados pueblos y caseríos—continúa siendo para muchos un aspecto central de la vida cotidiana. Una buena parte del trabajo del *Teatro La Fragua* se concentra en el desarrollo de una tradición comunitaria de expresión teatral. El modelo se inspira de las piezas cíclicas de la Europa medieval. Los miembros del grupo están continuamente implicados en talleres de capacitación, que benefician a los grupos de jóvenes en las parroquias rurales.

De una manera ecléctica, *La Fragua* combina el didactismo del “teatro épico” de Brecht, con el “teatro pobre”, centrado en el actor, de Grotowski, para crear obras que resaltan la importancia de los gestos, de la pantomima, de la danza y la música. “Las imágenes importan mucho más a las audiencias analfabetas que las palabras”, dice Jack Warner. Este énfasis en las imágenes atraviesa todo el trabajo de *La Fragua*.

A pesar de ese énfasis en el movimiento, el grupo mantiene un respeto saludable por el texto; prefiere las obras escritas en verso, más accesibles para las audiencias rurales. “Es más fácil para nuestra audiencia entender el verso”, explica Barahona, uno de los actores. “Es el ritmo, yo creo. La prosa es lo más difícil para un público sin educación”.

## OBSTÁCULOS

Para comprender las dificultades que *La Fragua* tuvo que enfrentar es importante conocer el contexto de Honduras, uno de los países más pobres del hemisferio. Los primeros años fueron difíciles por varias razones, entre ellas, porque no había apoyo de la comunidad. “Mucha gente pensaba que estábamos locos, especialmente por los ejercicios físicos que hacíamos para prepararnos”, recuerda Barahona. ¿Cómo encontrar una audiencia en un país donde la ausencia de educación y los años de dominación extranjera crearon un gran vacío cultural? ¿Cómo “forjar” una identidad cultural hondureña?

Mientras Honduras sufría la represión, las desapariciones y los casos de tortura a principios de los años ochenta, el compromiso social de *La Fragua* molestó a algunas autoridades del Gobierno. En una ocasión, durante una representación en el interior de una iglesia, los actores fueron avisados de que el edificio estaba totalmente rodeado por tropas del ejército. Más tarde se retiraron, ya que habían logrado su objetivo de amedrentar. En otra ocasión, uno de los actores fue detenido durante cuatro días, sin razón aparente.

## REFERENCIAS

Este capítulo ha sido preparado sobre la base de los artículos disponibles en el sitio Web del *Teatro La Fragua*: <http://homepages.infoseek.com/~fragua/fragua.html> e intercambios por correo electrónico con Jack Warner.

Harley Erdman: *Taking it to the streets—a people's theatre thrives in Honduras*.

Carlos M. Castro: *El Progreso, Yoro en Honduras: Clay and Hope*.

Jack Warner S.J.: *Plank a passion*.

John Fleming: *Forging a Honduran Identity: The People's Theatre of Teatro La Fragua*

*Teatro!*, película documental sobre el *Teatro La Fragua* dirigida en 1989 por Edward Burke, Ruth Shapiro y Pamela Yates.

# VIDEO SEWA

1984

India

## DATOS

NOMBRE:	Video SEWA
PAÍS:	India
ÉNFASIS:	Organización comunitaria, participación de mujeres
LUGAR:	Ahmedabad
BENEFICIARIOS:	Mujeres de comunidades de base
ALIADOS:	Self-Employed Women's Association (SEWA)
FINANCIAMIENTO:	USAID, John D. and Katherine T. MacArthur Foundation
MEDIOS:	Video

## ANECDOTARIO

*La experiencia previa de Leelabehn Datania le sirvió por lo menos para un aspecto en la producción de video: para cargar los equipos. Nunca antes en su vida, antes de aprender este nuevo oficio, había encendido una luz o mirado televisión. Sin embargo, ni siquiera el hecho de no saber leer y escribir, pudo impedir que esta formidable vendedora de legumbres de las barriadas pobres de Ahmedabad se convirtiera en la pieza fundamental de un importante grupo de producción de video.*

*Video SEWA es un conjunto de mujeres de diversa procedencia, productoras de un centenar de videos, treinta y nueve de los cuales son obras terminadas y disponibles para el público. Debido al carácter extraordinario de las mujeres involucradas, esos videos pueden enseñar cosas que no sería posible aprender de otro modo. ¿Dónde, sino en los videos de capacitación de Video SEWA, puede uno enterarse que las mujeres que cocinan con kerosén aspiran cada día tanto humo como si fumaran un paquete de cigarrillos?*

*“Conozco todos los símbolos” — dice Leelabehn, que tiene unos 50 años de edad. Toca los botones de la videograbadora mientras recita — “fast-forward, rewind, pause...” Como no podía tomar notas durante los talleres de capacitación, aprendió todo de memoria antes de realizar su primer video, Manek Chowk. Se trata de un apasionado documental sobre mujeres*

como ella, que venden legumbres y frutas en la calle, y la manera como son hostilizadas por la policía. SEWA utilizó este documental como parte de su campaña por el reconocimiento legal de los vendedores ambulantes, y ahora todos los vendedores de Manek Chowk tienen licencias.

Leelabehn aprieta el botón de “play” y la pantalla se llena del verde de las arvejas, del rojo de los tomates y del morado de las berenjenas. Una mujer alza la voz, “Vatana Lo!” (¡compre arvejas!). Una escena conocida que en el video adquiere una nueva dimensión a medida que el espectador es sumergido en los problemas y los triunfos de los vendedores de legumbres.

—Sohaila Abdulali, escritora independiente con especial interés en la problemática de las mujeres y el desarrollo.

#### DESCRIPCIÓN



En 1984, la desaparecida Martha Stuart llegó de New York a Gujarat para dirigir durante tres semanas un taller de capacitación en producción de video en la *Asociación de Trabajadoras por Cuenta Propia (Self-Employed Women's Association—SEWA)*. Veinte mujeres, en su mayor parte analfabetas, participaron en

el taller y comenzaron a realizar videos. El grupo incluía mujeres de toda edad, algunas musulmanas y otras hindúes; había vendedoras del mercado así como experimentadas dirigentes de SEWA.

Durante los tres años siguientes no tuvieron ni equipo de edición ni asesoramiento técnico, de modo que filmaban sus videos en el orden de las secuencias. En 1987 recibieron equipo de edición y capacitación para utilizarlo. Un nuevo taller de capacitación se realizó en 1994, para un grupo de mujeres de comunidades de base que aprendieron a manejar el equipo de video en la perspectiva de iniciar una experiencia de centros de comunicación en las comunidades rurales. Hacia 1999 *Video SEWA* contaba con cuatro mujeres con dedicación exclusiva, pero muchas otras participaban en las actividades, según se requería.

*Video SEWA* ha logrado poner a disposición de los miembros y dirigentes de SEWA, así como de planificadores y responsables políticos en el ámbito regional, nacional e internacional, y del público en general, una tecnología de video moderna y apropiada a las necesidades. Los videos sobre temas que interesan a las mujeres auto-empleadas, son filmados, editados y exhibidos por los mismos trabajadores. Las mujeres que producen esos videos tienen la capacidad de concebir un guión, filmar, grabar el sonido, y editar, a pesar de que muchas de ellas tendrían dificultad para identificar un video en la estantería, pues no saben leer ni escribir.

La exhibición de videos se ha convertido en una parte importante de la educación de los trabajadores en SEWA. Los videos ofrecen a los nuevos miembros la oportunidad de ver y entender los problemas que los conciernen personalmente, así como a otros grupos de comerciantes. Al mirar los videos se sienten parte de un movimiento más amplio. El video permite levantar las barreras de distancia, clase y cultura, de manera que gente de muy diversa procedencia pueda sentir empatía con las preocupaciones de unos y otros. Con frecuencia los mensajes en video facilitan la comprensión en situaciones en las que no se podría hacerlo a través del diálogo.

Las mujeres del equipo de video no son profesionales, pero utilizan eficazmente una tecnología sofisticada. Según las necesidades, tienen capacidad de realizar cortos documentales editados “en cámara”, así como documentales de mayor calidad destinados a la televisión.

A veces, la audiencia de esos videos es una sola persona, por ejemplo una autoridad local, y otras veces el objetivo es llegar a cientos de miles de personas. Para el censo poblacional de 1991, *Video SEWA* produjo *Mi trabajo y yo*, un documental de quince minutos dirigido a las mujeres de Gujarat. El documental llegó a medio millón de mujeres a través de exhibiciones comunitarias, y fue además difundido por la televisión estatal.

Los videos de SEWA se utilizan de muchas maneras diferentes. Por ejemplo, *Manek Chowk* fue un instrumento de movilización social que contribuyó a elevar el nivel de conciencia de las mujeres. Otros videos, los de capacitación, han abordado temas cotidianos como la terapia de rehidratación oral y la construcción de cocinas caseras que no producen humo. Las mujeres registran en video los acontecimientos sobresalientes que conciernen a SEWA y a otros temas, y esas breves notas de actualidad han servido nacional e internacionalmente. Los talleres de capacitación se realizan con regularidad y las mujeres han diseñado un ambicioso plan de centros de comunicación para todo el país. El video ha sido un importante instrumento en el proceso de fortalecer a SEWA.

#### CONTEXTO Y ANTECEDENTES

SEWA es un sindicato formado en 1972 en la ciudad de Ahmedabad en Gujarat, India. Bajo los auspicios de la Asociación de Trabajo Textil (TLA), SEWA se ha destacado en la lucha por los derechos de las mujeres trabajadoras por cuenta propia, un sector importante de la economía informal de la ciudad.

SEWA es al mismo tiempo una organización y un movimiento, y ambos se apoyan para seguir avanzando. El hecho de ser un “*Sangam*”, es decir la confluencia de tres movimientos—de trabajadores, de

cooperativas y de mujeres—ha fortalecido mucho a SEWA. La doctrina de Gandhi ha sido su inspiración. Sus miembros, pobres trabajadoras por cuenta propia, se han organizado para lograr cambios sociales a través de la no violencia y la verdad. SEWA organiza a las mujeres para incorporarlas en la economía formal a través de una doble estrategia de lucha y desarrollo. La lucha se lleva en contra de las limitaciones y obstáculos impuestos sobre ellas por la sociedad y la economía; mientras que las actividades de desarrollo fortalecen su capacidad de negociación y les ofrece nuevas alternativas.

El sindicato lleva adelante las luchas a favor de sus miembros. Estas luchas se desarrollan en varios frentes, en el de la explotación que sufren directamente los miembros, en lo que respecta a la implementación de leyes y a la negociación con autoridades, y en el nivel de la formulación de políticas y leyes. Las actividades de desarrollo consisten primero en ayudar a los miembros a constituirse en grupos y cooperativas. Estas cooperativas se hacen independientes muy pronto, de manera que ofrecen a las productoras una alternativa de empleo sin explotación. La obtención de seguridad social para que los miembros accedan a los beneficios de salud, cuidado de los niños y ahorro, son otras actividades de desarrollo.

Cualquier mujer que trabaja por cuenta propia en la India puede hacerse miembro de SEWA mediante el pago de 5 rupias anuales. Cada tres años, los miembros eligen a sus representantes ante el Consejo de Comercio (*Trade Council*), que a su vez elige a los miembros de su más alta instancia de toma de decisiones, el Comité Ejecutivo, compuesto por 25 miembros. Cuatro experimentadas y comprometidas dirigentes de SEWA son parte del Comité Ejecutivo, que representa las principales áreas de actividad de los miembros de SEWA.

### IMPACTO SOCIAL

Durante más de quince años de existencia, *Video SEWA* ha demostrado que incluso una tecnología aparentemente sofisticada como la del video, puede ser dominada y utilizada eficientemente por los trabajadores. El poder del medio y su potencial para organizar a los pobres mediante la toma de conciencia y el debate, están fuera de duda.

Además de haber tenido éxito en hacer visibles los problemas de las mujeres autoempleadas, de haber logrado influir en las autoridades y de haber contribuido al fortalecimiento de líderes comunitarios, *Video SEWA* ha realizado otras contribuciones importantes como una herramienta interna de capacitación y orientación. Las actividades de video han sido indispensables para apoyar las acciones legales de SEWA, para enseñar a construir cocinas eficientes y seguras, o curar una diarrea o utilizar los servicios de ahorro y crédito. En los procesos

de organización de comunidades rurales o comunidades urbanas marginales, las exhibiciones de video tienen el poder de un imán que junta a la gente y facilita las discusiones sobre temas de su interés.

Gracias a *Video SEWA*, un dirigente de los vendedores de legumbres puede hacer un video que apela directamente a los demás y que constituye una herramienta para promover la participación y el fortalecimiento organizativo a través de la toma de conciencia.

### MEDIOS Y MÉTODOS

Luego de una capacitación inicial, el grupo de mujeres pudo practicar y experimentar las destrezas aprendidas. SEWA no hizo presión sobre ellas para que produjeran resultados inmediatos. Las nuevas realizadoras de video fueron alfabetizadas de manera funcional con veinte palabras relacionadas con la producción de video, lo cual les permitió operar todas las piezas del equipo. Durante tres años hicieron la edición “en cámara”, filmando las escenas en orden, ya que no disponían de equipo de edición.

SEWA usa el video para motivar, movilizar y capacitar a sus miembros, para organizar a nuevos grupos de comerciantes y a los miembros de los grupos ya existentes. Los videos se usan para enseñar, para informar y para orientar. Los miembros de *Video SEWA* facilitan las discusiones en torno a sus programas.

La ventaja principal del video y una de sus cualidades más dinámicas está en la posibilidad de mostrar inmediatamente lo que se ha filmado y obtener así participación y respuesta inmediata. La tecnología permite colaborar en igualdad de condiciones a quienes la utilizan y a quienes son filmados.

### OBSTÁCULOS

El impacto de esta nueva actividad en la vida de las mujeres de *Video SEWA* ha sido profundo. Tuvieron que enfrentar a maridos sorprendidos y vecinos que desaprobaban verlas llegar tarde en la noche. “Para que mi marido no protestara, me levantaba cada día a las tres de la madrugada para hacer las tareas de la casa antes de ir al trabajo”, afirma Darshana P. “De todas maneras, él se enojaba conmigo, pero ahora que algunos de nuestros videos han pasado por televisión, se muestra muy orgulloso delante de los demás: ¡mi mujer usa una cámara!”

El grupo enfrenta suficientes desafíos como para evitar ser muy complacientes. El conocimiento técnico es primordial, y difícil es encontrar gente que pueda colaborar con ellas. Cierta vez en una comunidad remota se encontraban filmando una escena cuando la

grabadora portátil dejó de funcionar. Temerosa de perder tiempo, dinero y la oportunidad, Darshana P. desarmó la grabadora con un destornillador, y la armó de nuevo para dejarla funcionando perfectamente.

El grupo tuvo que enfrentar los prejuicios de algunos expertos de video locales, que se negaban a enseñar a mujeres analfabetas. Por otra parte, tuvieron que lidiar con los caprichos de la televisión nacional, que a veces utiliza extractos de las producciones de *Video SEWA*, y otras veces las censura con argumentos extraños.

#### REFERENCIAS

*The power of video in the hands of grassroots women*, por Sara Stuart y Renuka Bery.

“These women call the shots”, por Sohaila Abdulali, en *People & the Planet Magazine* Volume 4 N° 3, 1995. [http://www.oneworld.org/patp/pap\\_profile.html](http://www.oneworld.org/patp/pap_profile.html)

El sitio Web de SEWA: <http://www.soc.titech.ac.jp/icm/sewa.html>

Un perfil de SEWA en: <http://www.soc.titech.ac.jp/icm/makiko/sewaE6.html>

El sitio Web de *Communication for Change*: [www.c4c.org](http://www.c4c.org)

# VIDEO KAYAPO

1985

Brasil

#### DATOS

NOMBRE:	Mekaron Opoi D'joi
PAÍS:	Brasil
ÉNFASIS:	Identidad cultural, lucha social, política y económica por la tierra y por derechos políticos
LUGAR:	Estado amazónico de Pará
BENEFICIARIOS:	Comunidad indígena kayapo
MEDIOS:	Video

#### ANECDOTARIO

*En 1985 empezamos el primer proyecto de medios de comunicación indígenas en el Brasil, propiciando que miembros de la comunidad kayapo pudieran familiarizarse con la tecnología de video. A medida que la experiencia se desarrollaba, los kayapo entendieron y exploraron las posibilidades de la cámara de video. Al principio la utilizaban como una herramienta para preservar su cultura tradicional, sus rituales, bailes y canciones, para las futuras generaciones:*

*En el pasado, muchos fotógrafos llegaron aquí y tomaron imágenes nuestras, pero nunca nos dieron nada a cambio. Nunca trataron de enseñarnos algo. Ahora los kayapo estamos filmando nuestros rituales para nuestros hijos.—Kremoro, Jefe Metuktire-kayapo*

*Estamos aprendiendo la cultura brasileña, las cosas de los brasileños, para poder retener nuestra tierra y proteger nuestra propia cultura.—Megaron, Líder Metuktire-kayapo*

*Mi nombre es Noyremu. Hablo en nombre de todos los jefes. Tuve una visión de nuestra tierra como un país unido. Tenemos que proteger nuestros bosques para nuestras mujeres, que cuidan a nuestros hijos en sus brazos. Mis palabras son directas y honestas. Estaré en espera de su respuesta.—Noyremu, Jefe Metuktire-kayapo del pueblo Kubenkokre*

*Nuestros hijos y nuestros nietos podrán mirar estas imágenes. También la gente blanca podrá mirar las imágenes de nuestra cultura, y de esa manera siempre seguiremos siendo kayapo.*

—Megaron, Líder Metuktire-kayapo

*Este proyecto de comunicación indígena nos ha permitido entender cómo los kayapo reconstruyen su identidad cultural combinando elementos de sus prácticas tradicionales con las apropiaciones de la cultura moderna. La cámara de video se suma a la pintura corporal. Mientras la televisión y los medios impresos ilustran la modernidad de los kayapo, ellos—dueños de su propia historia y creadores de su propia representación—nos llevan hacia una estrategia de representación audiovisual multicultural, caracterizada por la diversidad de voces.—*Extractos de un texto de Mónica Frota y entrevistas con los kayapo

#### DESCRIPCIÓN



En 1985, una joven fotógrafa y cineasta brasileña, Mónica Frota, y dos amigos antropólogos dieron marcha a la iniciativa de video indígena *Mekaron Opoi D'joi*, que en la lengua gê hablada por los kayapo, significa “*el que crea imágenes*”. Durante dos años trabajaron con dos grupos de kayapo:

el Metuktire y el Mekrangnoty. Cuando los kayapo tuvieron en sus manos las cámaras de video, las usaron inicialmente para la preservación de la memoria cultural de la comunidad, motivando el registro de sus rituales.

Más adelante el video se utilizó en la comunicación entre las aldeas y sus jefes, permitiendo a algunas familias verse luego de muchos años. “Nuestra observación sobre el uso que los kayapo habían hecho de la radio, nos llevó a sugerir que el proyecto de video—originalmente limitado al grupo Metuktire-kayapo—, debía extenderse hacia otros grupos que habitaban las tierras del sur del Estado de Pará, para estimular de ese modo los intercambios de mensajes en video entre las aldeas”, recuerda Mónica Frota.

Los kayapo estuvieron intercambiando mensajes entre las aldeas y documentando sus rituales y bailes. Sin embargo, muy pronto comenzaron a enviarse discursos políticos y a documentar sus protestas en contra del Estado brasileño.

La dimensión política del proyecto fue una consecuencia lógica de su desarrollo. Los kayapo mostraron un alto nivel de comprensión de la manera como los medios interactuaban con la opinión pública. Por ejemplo, usaron el video para documentar los acuerdos firmados con representantes del Gobierno y las manifestaciones frente al Palacio Presidencial. Su imagen de “indios de alta tecnología” ganó rápidamente las primeras planas de importantes periódicos, incluyendo una

tapa en la revista *Time* cuando denunciaron la construcción de la represa hidroeléctrica de Altamira, que iba a inundar sus tierras.

Los kayapo se volvieron mucho más conscientes de su propia cultura como un importante componente de su identidad comunitaria y como un recurso político valioso, aunque en algunos casos reinventaron el contenido de esa cultura para conquistar aliados no indígenas.

La representación ha jugado un rol fundamental en la ofensiva política e ideológica de los kayapo. Para comprender la manera como los kayapo han usado la representación es importante entender su noción cultural de la representación, y sobre todo la idea de que la representación es una creación de la realidad que representa. De acuerdo a Terence Turner, para los kayapo la fuerza moral de la solidaridad social o el poder que tienen los líderes para lograr el consentimiento y la obediencia, se crea y se transmite a través de actuaciones simbólicas como las ceremonias comunales o la oratoria de los jefes, y mezcladas a los actos simbólicos, las imágenes y expresiones verbales. La representación, en suma, no es meramente mimética, sino creativa y convincente; y el acto de producir representaciones está en sí mismo imbuido del poder para crear y convencer, según Turner. Era entonces muy importante para los kayapo adquirir y aprender a usar una poderosa tecnología de representación, como el video, y más aún, asegurarse de que el camarógrafo estuviera muy visible en ocasión de las manifestaciones políticas y de las ceremonias que se escenificaban para las audiencias brasileñas o internacionales, documentadas por equipos de video no indígenas.

Una fuente importante de apoyo fue la evaluación positiva de las culturas no occidentales, asociada a la enseñanza de la antropología y a los movimientos multiculturales. Otra fuente de apoyo fue el creciente movimiento a favor de los derechos humanos. Y el más importante de todos fue el movimiento ambientalista (Turner).

#### CONTEXTO Y ANTECEDENTES

Los indios kayapo son un grupo indígena que habla la lengua gê y habita en la cuenca amazónica del Brasil. Su territorio en el Estado de Pará, cubierto de bosques húmedos tropicales, está comprendido en seis reservas que en su conjunto cubren un área de 100.000 kilómetros cuadrados, aproximadamente el tamaño de Portugal. Sus aldeas están distribuidas a lo largo de los cauces tributarios del Río Xingu. Hacia 1993 había aún 14 aldeas kayapo, con una población total cercana a los 5.000 habitantes. El nombre kayapo—que significa “parecidos a monos”—no fue escogido por ellos, sino por otras tribus de los alrededores; posiblemente debido a que en uno de los rituales los hombres bailan con máscaras de simios.

Desde que se encontró oro en su territorio, los kayapo han tenido un mayor contacto con el mundo exterior, haciéndose más dependientes de los bienes de consumo. Esto ha llevado a algunos a abandonar sus cultivos, que eran una parte central en sus tradiciones. En un esfuerzo por preservar su cultura tribal los kayapo comenzaron hacia 1985 a utilizar las cámaras de video para filmar sus rituales.

### IMPACTO SOCIAL

---

Los kayapo ya habían integrado en sus actividades cotidianas algunas herramientas y prácticas de la sociedad moderna, como por ejemplo instrumentos médicos usados para primeros auxilios. Algunos jóvenes fueron capacitados como promotores de salud. Los kayapo usaban también radios para comunicarse con otros grupos en el perímetro del Parque Indígena de Xingu.

En lugar de ser solamente el sujeto de películas documentales, los kayapo entendieron muy pronto las ventajas de la tecnología de video como herramienta de comunicación para transformar su realidad política y social. Así, la apropiación de las herramientas de video por los kayapo fortalece la noción de que los pueblos pueden controlar su propia historia en la medida en que controlen su propia representación en los medios. El control de los kayapo sobre la manera en que son representados—como indios de alta tecnología—es también una declaración culturalmente válida sobre su identidad, en la medida en que conciben su cultura tanto desde el punto de vista de la permanencia, como de la transformación, según afirma Mónica Frota.

A principios de los años noventa los kayapo usaban video para un sinnúmero de luchas sociales. Tuvieron éxito al obtener apoyo político y económico de la opinión pública no indígena, de las organizaciones no gubernamentales (ONG) y de los gobiernos, dentro y fuera del Brasil, para obligar al estado brasileño a reconocer legalmente su territorio y su derecho a controlar sus recursos. Los medios que utilizaron para conseguir sus objetivos han sido diversos, incluyendo las negociaciones directas con las autoridades brasileñas, desde el presidente para abajo, manifestaciones en las principales ciudades, alianzas con movimientos ambientalistas y de derechos humanos, y una extensa cobertura de las acciones de los kayapo en los medios impresos y en la radio.

Al explotar el potencial de la comunicación audiovisual lograron controlar la representación de sí mismos, así como las solicitudes de apoyo político y financiero, en parte a través de videos filmados y editados por ellos, que atrajeron la atención de audiencias del mundo industrializado. En la opinión de Terence Turner, la asimilación de

ideas occidentales sobre la cultura a través de su interacción con antropólogos y el uso de tecnología moderna, como el video, proporcionó a los kayapo los medios para preservar su propia cultura y enfrentar la oposición de los brasileños.

Hacia 1990 los kayapo ya habían obtenido videos, radios, farmacias, vehículos, chóferes, mecánicos, una avioneta para vigilar su territorio, y hasta sus propios misioneros.

### MEDIOS Y MÉTODOS

---

En países del Tercer Mundo el video ha sido adoptado de la manera en que las generaciones anteriores adoptaron la radio, como una tecnología para la capacitación, para el acopio de información, para la agitación política y para la preservación de la cultura. Comunidades marginadas económicamente han visto en la apropiación del video una manera de recuperar el control democrático sobre las fuentes de información y comunicación controladas por el Estado o por las empresas multinacionales. El término “comunicación indígena” se emplea generalmente para abarcar los aspectos de representación visual que están controlados directamente por indígenas.

La comunicación audiovisual permitió que el pueblo kayapo enviara su mensaje al resto del mundo. Los kayapo convirtieron al video en una herramienta para que el público viera su perspectiva de la situación. “Como antropólogo me convertí en un instrumento cultural de la gente cuya cultura estaba tratando de documentar. ¿Cómo pudo lograr esto esa gente que muchos de nosotros vemos como subdesarrollada e inferior? ¿No será que hemos subestimado su inteligencia?”, se pregunta Terence Turner.

La decisión de los kayapo de usar el video para documentar su propia cultura los llevó a representar antiguas danzas y rituales que muchos de ellos no conocían. De ese modo, el video se convirtió en una herramienta para perpetuar y reafirmar sus valores culturales. El potencial técnico del video les permitía mirar inmediatamente el material que habían filmado, y fortalecer en el interior de la comunidad la identidad y los lazos culturales.

Durante su lucha política, los kayapo registraban todo lo que se decía, se hacía y se acordaba. El Gobierno no pudo negar las promesas que había hecho, porque los kayapo tenían una prueba de ello en video. “Desde el momento en que adquirieron sus propias cámaras de video, los kayapo se empeñaron en registrar en video los episodios de sus principales confrontaciones políticas con la sociedad nacional”, agrega Turner.

## OBSTÁCULOS

Al introducir tecnologías occidentales en sus aldeas, los kayapo permitieron que algo de la cultura occidental que ellos resistían, se infiltrara en su propia cultura. El peligro de perder su cultura será mayor para las futuras generaciones, mejor aclimatadas a la cultura occidental. Sin embargo, la introducción del video no fue lo que inició ese proceso; los kayapo ya estaban expuestos a otros aspectos de la vida moderna. En realidad, el proyecto de video contribuyó a reafirmar su identidad cultural que estaba en riesgo.

Algunos líderes trataron de disfrazar el involucramiento de los kayapo en actividades de minería y deforestación nocivas para el medio ambiente, con el fin de evitar una disminución del apoyo internacional, particularmente de las organizaciones ambientalistas. Surge inevitablemente la cuestión de la “autenticidad” de la representación que los kayapo hacen de sí mismos, lo cual sugiere un potencial problema político.

## REFERENCIAS

*Taking Aim e a Aldeia Global: A Apropriação Cultural e Política da Tecnologia de Vídeo pelos Índios Kayapós*, por Mónica Frota, en <http://www.mnemocine.com.br/osbrasisindigenas/frota.html>

*Self-representation, media and the construction of a local-global continuum by the kayapo of Brazil* por Terence Turner, en <http://www.uiowa.edu/~anthro/fulbright/abstracts/turner.html>

*Indigenous Media: Is it hurting more than it is helping their cause?* por Nafeesa T. Nichols en <http://wcw.emory.edu/ECIT/vis99/nafeesa/indigenous2.html>

# TV MAXAMBOMBA

1986

Brasil

## DATOS

NOMBRE:	Projeto Vídeo Popular—TV Maxambomba
PAÍS:	Brasil
ÉNFASIS:	Organización comunitaria
LUGAR:	Nova Iguaçu (Río de Janeiro)
BENEFICIARIOS:	Comunidades urbanas de base
ALIADOS:	Centro de Criação de Imagem Popular (CECIP)
FINANCIAMIENTO:	NOVIB, OMS, OIT, UNESCO, UNICEF, CAFOD, Trocaire, Christian Aid, War or Want, CCFD y otras
MEDIOS:	Video

## ANECDOTARIO

*“La tierra es generosa: devuelve, multiplicado muchas veces, lo que uno le da”. Cristiano Guedes es un campesino fuerte, alto, padre de diez hijos, abuelo de treinta y bisabuelo de once. “Ahora vienen todos aquí para llevarse lo que yo saco de la tierra, trabajando solo. Cuando vine la primera vez, no había nadie en los alrededores. Me gustó el lugar y decidí cultivar. Hice mi carpa por allá—señala con un dedo un lugar entre los bananos— “y allí estuve seis meses, limpiando la tierra de espinas y mala hierba. Planté frijoles, maíz, yuca, bananos y algo de legumbres. Cuando la tierra me empezó a devolver lo que le di, compré una carretilla y empecé a vender mis productos. Tengo clientes fieles porque soy un buen granjero. Mis productos son mejores y más baratos que lo que se puede encontrar en el supermercado del pueblo”.*

*“Un día apareció un tipo con una gran pistola y me dijo: “Negro, ¿qué estás haciendo? No quiero que nadie esté plantando aquí, ¿me entiendes?” Tenía una gran pistola; yo le respondí “Sí señor, ya no voy a plantar más, solamente éstas que son para mí”. Eso le dije, pero en cuanto se fue seguí plantando lo demás. Y así me quedé. Ésta es mi vida, ¿ve?”*

Ahora, cuando la imagen de Guedes aparece en la pantalla del televisor durante las sesiones que organizamos en las comunidades eclesiales de base, en las asociaciones de locatarios o en las escuelas, la gente escucha con mucha atención.

“Otro hombre vino hace poco, diciendo que quería llegar a un acuerdo conmigo. Me dijo que mis derechos serían respetados, “pero no los derechos de los que vinieron después, esos no tienen derechos”. Cree que porque soy analfabeto soy estúpido. Quiere deshacerse de los demás y luego ocuparse de mí. Entonces todos hicimos frente común, hombro con hombro, unidos como los dedos de la mano.” La audiencia ríe mientras Guedes desliza sus dedos sobre su cabello canoso. “El hombre es analfabeto, pero sus palabras tienen más sentido que las del presidente”, dice alguien.

Este testimonio en video es parte del Proyecto de Video Popular establecido en 1986 en Nova Iguaçu.—Claudius Ceccon, Secretario Ejecutivo del Centro de Criação de Imagem Popular — CECIP.

#### DESCRIPCIÓN



*TV Maxambomba* es un proyecto del Centro de Criação de Imagem Popular (CECIP). Fue creado en 1986 como el “Proyecto de Video Popular”, pero cambió su nombre a *TV Maxambomba* en 1990. “*Maxambomba*”

era el nombre que se daba a los esclavos que en el pasado cargaban productos agrícolas a los barcos que se dirigían a la capital. No sólo ha cambiado el nombre del proyecto, sino que ahora tiene una mayor presencia en la región, más comprensión de los acontecimientos populares y una apertura a la participación comunitaria en el proceso de comunicación.

Al igual que *TV Viva* en Recife durante los años ochenta, la actividad de *TV Maxambomba* transcurre sobre todo en las calles, en las plazas, en las escuelas y en los mercados al aire libre; en cualquier lugar donde se puedan reunir 200 ó 300 personas para presenciar las exhibiciones públicas de video. Con la ayuda de un proyector de video y un viejo minibus Volkswagen—comprado con ayuda de Novib, la principal agencia financiadora—*TV Maxambomba* se ha convertido en un proyecto dirigido por la gente.

*TV Maxambomba* usa el video para filmar las experiencias de la gente de los barrios, para examinar lo que están haciendo las comunidades de base o las organizaciones comunitarias, y provee la información necesaria para que la gente entienda cuáles son sus derechos. También produce videos sobre la cultura local y programas para niños.

Algunos de los proyectos son documentales en video sobre temas específicos. Entre los más famosos de CECIP está *El juego de la deuda*. Una escena clave muestra dos parejas muy bien vestidas cenando en un restaurante de lujo; se ríen mientras consumen comidas sofisticadas y vino francés. Uno de los hombres se apercebe de la presencia de un mendigo y le pide al mozo que le ofrezca los restos de la comida. El mendigo está encantado y se come todo con las manos. Las parejas se van y el mozo trae la cuenta al mendigo, diciéndole con sarcasmo: “¿Cómo, acaso no participaste en el banquete?”

A través del humor y de breves animaciones que ayudan a reforzar los contenidos que a veces se esconden detrás de las cifras, el complejo tema de la deuda externa de América Latina pudo transmitirse a la población en general. Para facilitar la discusión durante las exhibiciones del video, y no solamente una vez que la proyección había terminado, se decidió dividir en cinco partes de veinte minutos, de modo que después de cada segmento pudiera abrirse un espacio de debate.

Desde 1986 se han producido cerca de 100 documentales en video. Muchos e importantes temas sociales han sido abordados, como la democracia, los derechos ciudadanos, la educación, los problemas de género, el medio ambiente, la cultura negra, la salud y la sexualidad, y por supuesto programas para niños. Además, *TV Maxambomba* distrae a su audiencia con breves telenovelas y parodias de las personalidades políticas brasileñas.

Los temas abordados por los videos y debatidos en el ámbito comunitario suman una lista interminable. Por ejemplo: la creación de una pequeña fábrica para dar trabajo a los jóvenes desempleados; un centro de salud construido por la comunidad; una conferencia nacional de mujeres, y tantos otros temas ignorados por el sistema de televisión privada.

El trabajo en Nova Iguaçu constituye un desafío cotidiano. En septiembre de 1992 el minibus, el proyector de video, la pantalla gigante y el equipo de sonido fueron robados a punta de pistola en pleno centro de la ciudad. Un espectáculo de solidaridad organizado por artistas y celebridades permitió recaudar fondos para comprar nuevos equipos, pero además para medir el grado de solidaridad que fue posible convocar.

Desde el punto de vista del financiamiento, el CECIP y su proyecto mascota *TV Maxambomba* recibieron apoyo de muchas agencias de cooperación internacional, tanto de la esfera de las Naciones Unidas como de países europeos.

## CONTEXTO Y ANTECEDENTES

---

El ingreso per cápita del Brasil es aproximadamente de 2.000 US\$ por año. Sin embargo, la distribución real del ingreso es extremadamente dispar. Sólo el 36% de la población tiene trabajo; 70% de los trabajadores perciben menos de 100 US\$ al mes. El 10% de los brasileños más ricos perciben el 51% de los ingresos nacionales.

La televisión llega al 80% de la población del Brasil. Más de 90 millones de personas ven televisión, pero el tiraje conjunto de todos los diarios solamente alcanza cinco millones de ejemplares por día. La televisión comercial—por ejemplo, *Rede Globo* y *Rede Bandeirantes*—está controlada por poderosos intereses económicos y políticos que no ofrecen a la inmensa mayoría de la población espacios de información y participación capaces de producir cambios sociales en una dirección democrática.

Años atrás, personas preocupadas por el hecho de que no se iban a producir cambios en el Brasil sin la participación activa de la mayoría de la población marginada, decidieron hacer algo al respecto. Crearon el CECIP, una asociación independiente, sin fines lucrativos, dedicada a producir materiales educativos utilizando la comunicación gráfica, destinados principalmente a una audiencia de los sectores pobres de la sociedad brasileña.

El CECIP tiene su sede en Nova Iguaçu, un área en las afueras de Río de Janeiro. Allí viven cerca de dos millones de personas. Cincuenta años atrás era todavía un área rural con una población diez veces más reducida. En las barriadas más alejadas del centro del municipio no hay infraestructura de servicios: solamente el 35% de las casas reciben agua. Nova Iguaçu tiene uno de los índices más altos de mortalidad infantil en el país.

Nova Iguaçu es un microcosmo del Brasil: centros urbanos superpoblados, sin equipamiento, y en cambio áreas rurales vastas, vacías e improductivas. Es una de las regiones más violentas, debido a la combinación de pobreza, enfermedad, desempleo, corrupción y abandono por parte del Gobierno.

## IMPACTO SOCIAL

---

En los videos de *TV Maxambomba* la gente se expresa de manera articulada, defendiendo sus puntos de vista, diciendo las cosas con todo el sabor, la ironía y el humor que los caracteriza. Tan sólo este hecho justifica al proyecto, por su contribución política y humana a la autoestima de la gente.

Las discusiones frente a las cámaras de video y fuera de cámara, ambas motivadas por el proceso de producción y difusión de los videos, han contribuido sin duda a encontrar soluciones a muchos de los problemas que enfrentan los habitantes de Nova Iguaçu.

Las herramientas visuales han permitido que una gran mayoría de aquellos que tienen dificultades para leer, participen en la vida social y política de su comunidad como nunca antes lo habían hecho.

Muchos proyectos concretos han sido alentados. Se establecieron en Nova Iguaçu guarderías infantiles para ocuparse de los niños de corta edad mientras sus madres están trabajando. La gente tiene ahora más confianza en las decisiones que toma cuando se trata de participar en elecciones o en otras actividades democráticas.

En general, ha mejorado notablemente la capacidad de la gente para desarrollar una mirada crítica sobre la sociedad brasileña y para organizarse mejor en función de sus objetivos de grupo. El video ha significado una contribución esencial en el fortalecimiento de las organizaciones locales.

## MEDIOS Y MÉTODOS

---

Los videos de *TV Maxambomba* facilitan cada vez más la participación de la gente. Se muestran en las comunidades como una fuente alternativa de información y comunicación. Las exhibiciones de video son experiencias colectivas, algo considerablemente distinto que mirar la televisión en el hogar. Los videos hacen que la gente discuta los problemas locales. Los ejemplos de aquello que se ha logrado en otros lugares ofrecen nuevas ideas y muestran que es posible tomar en sus propias manos su realidad.

*TV Maxambomba* no utiliza comentario para explicar las imágenes o lo que la gente quiere decir cuando se expresa, pues esa gente tiene la elocuencia de quienes han sido silenciados durante mucho tiempo y ahora pueden decir su verdad.

La manera como se lleva a cabo el proceso de difusión es muy importante. El medio es el mensaje. Las exhibiciones de *TV Maxambomba* en las calles convocan a los vecinos y construyen comunidades donde antes no existían. En un país donde menos del 40% lee periódicos y revistas, el video es un medio de comunicación muy eficaz.

*TV Maxambomba* evita comunicarse con una audiencia popular mediante formas simplificadas. La gente está acostumbrada a mirar producciones sofisticadas en las grandes cadenas de televisión, y exige esfuerzos de creatividad. *TV Maxambomba* organiza la información de tal modo que corresponda al lenguaje, a la experiencia y a los problemas reales que la población enfrenta cotidianamente. Las discusiones grupales producen nuevos conocimientos, que son el resultado de la participación colectiva.

## OBSTÁCULOS

En términos materiales, *TV Maxambomba* es una inversión sin retorno. La gente no tiene posibilidades de pagar, por ello el proyecto se apoya en numerosas agencias nacionales e internacionales de cooperación. Sin embargo, el tema de la sustentabilidad es una preocupación permanente.

A partir de un experimento de proyecciones comunitarias de video en las plazas públicas y en las escuelas, *TV Maxambomba* ha crecido convirtiéndose en una empresa de producción respetada por sus técnicas innovadoras y la alta calidad de sus producciones. ¿Será éste un obstáculo para mantener el estrecho contacto con la gente en el ámbito comunitario? ¿Afectará el enfoque participativo cuando se produzcan nuevos videos sobre la realidad social?

## REFERENCIAS

La información para este capítulo se basó en intercambios por correo electrónico con Claudius Ceccon y los documentos:

Claudius S.P. Ceccon. "A seed in fertile ground". *One World*, noviembre de 1987.

Claudius S.P. Ceccon. "Brazilian centre shows that video is an agent of change". *Media Development*, abril de 1989.

Claudius S.P. Ceccon. "Learning to reach the grassroots". *One World*, mayo de 1993.

Percq, Pascal. *Les Caméras des Favelas* Editions de l'Atelier, 1998. 157 págs.

Mayer, Vicki. "For the People and By the People: *TV Maxambomba's* Regeneration of Popular Cinema". *Latin American Popular Culture*. Primavera (1998)

El sitio web del CECIP: <http://metalab.unc.edu/cecip/max.htm>

# RADIO MARGARITAS

1987 México

## DATOS

NOMBRE:	Radio Margaritas (La Voz de la Frontera Sur, XEVFS)
PAÍS:	México
ÉNFASIS:	Desarrollo comunitario
LUGAR:	Las Margaritas, Chiapas
BENEFICIARIOS:	Comunidades tojolabal, tzeltal, tzotzil y mam
FINANCIAMIENTO:	Instituto Nacional Indigenista (INI)
MEDIOS:	Radio

## ANECDOTARIO

*Queridos locutores de nuestra apreciada XEPUR (Cherán, Michoacán): les mandamos esta carta desde la ciudad de los rascacielos que es Nueva York. Si pudieran tener la gentileza con nosotros los ausentes, trabajamos en un restaurante japonés y no nos olvidamos del programa "Cultivando Amigos" [programa de pedidos de XEPUR]. Somos de aquí, de Cherán, y bueno, queremos ver si nos pueden complacer con una linda piréuca [canción purépecha] de la banda San Francisco. Nosotros, Jorge y Héctor, somos vecinos de la emisora. Bueno, esperamos que puedan dedicar esta canción a las siguientes personas.*

La carta continúa con una lista de 22 nombres, empezando por las esposas e hijos de los remitentes. Dedicar una canción en la radio, una práctica comunicativa que puede resultar banal en otro contexto, adquiere en este caso un significado nuevo.

*La Voz de los Purépechas* (XEPUR en Cherán, Michoacán) es parte de la red de emisoras de radio del Instituto Nacional Indigenista (INI), al servicio de no menos de veinte grupos étnicos, junto a *La Voz de la Montaña* (XEVZ en Tlapa, Guerrero), *La Voz de la Mixteca* (XETLA en Tlaxiaco, Oaxaca), *La Voz de la Sierra Tarahumara* (XETAR en Guachochi, Chihuahua), *La Voz de los Mayas* (XEPET en Peto, Yucatán), *La Voz de la Sierra Juárez* (XEGLO en Guelatao, Oaxaca), *La Voz de los Cuatro Pueblos* (XEJMN en Jesús María, Nayarit), *La Voz de los Tres Ríos* (XEETCH en Etchojoa, Sonora),

*La Voz del Corazón de la Selva* (XEXPUJ en Xoujil, Campeche), *La Voz de los Vientos* (XECOPA en Copainala, Chiapas), *La Voz de la Frontera Sur* (XEVFS en Las Margaritas, Chiapas) y un puñado más.

Este capítulo trata de *Radio Margaritas* (*La Voz de la Frontera Sur*; XEVFS), pero también se refiere al conjunto de la red de emisoras rurales del INI, por tratarse de una interesante experiencia de comunicación descentralizada, adaptada localmente a las necesidades de la población indígena. Éste es uno de los pocos proyectos donde una institución del Gobierno promueve y financia estructuras permanentes de comunicación participativa.

La red de emisoras del Instituto Nacional Indigenista (INI), sin embargo, no es la única que llega a la población indígena. La audiencia de *Radio Margaritas*, por ejemplo, recibe también las señales de otras emisoras independientes que transmiten desde San Antonio. Hay otras emisoras FM en San Antonio Soctzil, Chemax, Yaxcopoil y Samahil, en el área de Yucatán, administradas por la organización maya *La Voz de los Mayas*. No trataremos de ellas en este capítulo.

#### DESCRIPCIÓN

---

*Radio Margaritas* (XEVFS) está ubicada en Las Margaritas, Chiapas (en el sur de México), un poblado que fue ocupado por el ejército rebelde zapatista en enero de 1994. La radio es una de las veinte emisoras AM creadas por el INI para servir a diferentes comunidades indígenas en el país. *Radio Margaritas* posee un transmisor de 4.000 vatios y transmite en la frecuencia 1030, cubriendo una superficie de 20.000 kilómetros cuadrados. Aunque sus transmisiones llegan a nueve grupos étnicos diferentes, las lenguas de programación son Tojolabal, Tzeltal, Tzotzil y Mam. La emisora está equipada con una sala de postproducción, un estudio de grabación, y un estudio de transmisión desde el cual se emiten los programas.

La programación incluye nueve categorías: [1] música, [2] mensajes de la audiencia, [3] programas sobre tradiciones, [4] noticias, [5] programas para el desarrollo, [6] programas para segmentos especiales de la audiencia, [7] programas sobre las instituciones de Gobierno y las leyes mexicanas, [8] clases y talleres de lenguas autóctonas, y [9] programas producidos por los propios miembros de la audiencia.

En *Radio Margaritas* los espacios sobre salud, agricultura, leyes, mujeres, etc., se transmiten al amanecer durante 30 minutos, y luego durante la tarde (por un total de 60 minutos). El resto es en su mayor parte música tradicional, mexicana, latinoamericana y de marimba; cerca de 95 canciones por día. Los avisos comunitarios se intercalan entre las canciones, lo cual hace que los programas musicales sean los más apreciados. El programa de *Radio Margaritas* “Aquí les mando mi saludo”, recibe cerca de 30 cartas cada día. Los segmentos de noticias son precarios y poco significativos para las comunidades indígenas.

Entre los programas más interesantes de la red de emisoras del INI están los elaborados por los miembros de la audiencia, con apoyo de la radio, por ejemplo por los Alcohólicos Anónimos. La participación de la audiencia en la programación ha contribuido a fortalecer los lazos entre las aldeas tojolabales. La difusión de saludos radiales, independientemente de su valor informativo, extiende indirectamente los flujos de información al mantener abiertos los canales de las redes sociales.

Radio Margaritas recibe aproximadamente 200 visitantes cada semana, 130 de los cuales hablan idiomas locales y el resto castellano. Las mujeres visitan poco la emisora, solo el 10% de los visitantes de habla indígena son mujeres. Otras emisoras de la red del INI funcionan como cabinas telefónicas y oficinas de correos, pero *Radio Margaritas* no se utiliza para esos fines.

La principal audiencia de la emisora son los *tojol winik’otik* (la gente correcta) como se llaman a sí mismos los tojolabales; se cuentan entre los pueblos más desposeídos de México. Además de disponer de muy pocos recursos materiales, viven con un conocimiento precario de su historia, de su cultura y de su condición económica actual. Los radios transistores han sido uno de los bienes de consumo más apreciados por los tojolabales durante las dos últimas décadas. La emisora de radio comercial más antigua de la zona es Radio Comitán, que transmite solamente en castellano desde el año 1963, y es considerada la emisora de los “ricos”, de los ladinos, contrariamente a *Radio Margaritas*, que se conoce como la emisora de los “pobres” tojolabales. A estas dos emisoras locales se suman las radios evangélicas que han estado transmitiendo desde América Central desde los años cincuenta.

El impacto de *Radio Margaritas* tiene que ver con el formato de la emisora, su énfasis en la cultura tradicional y su potencial para nuevos usos sociales, más que con la introducción de una nueva tecnología. Influenciados por las sectas protestantes, muchos tojolabales dejaron de hablar su idioma, abandonaron sus trajes indígenas, y decidieron no participar en las festividades tradicionales. El propósito de *Radio Margaritas* es contrarrestar la influencia de esas fuerzas modernizadoras.

#### CONTEXTO Y ANTECEDENTES

---

El INI fue creado en 1948 por el Gobierno federal para tratar la problemática de los pueblos indígenas. La red de emisoras de radio es uno de los numerosos proyectos para el desarrollo que la agencia ha patrocinado. A principios de los años noventa tenían ocho emisoras AM con una audiencia aproximada de tres millones de personas, incluyendo a más de veinte pueblos indígenas. La superficie cubierta por esas emisoras, equipadas con transmisores de 500 a 10.000 vatios,

es superior a 30.000 kilómetros cuadrados. En 1989, el presupuesto anual promedio de las emisoras de radio del INI era inferior a 38.000 US\$ dólares, para cada una.

La primera emisora que se estableció fue la de Tlapa, Guerrero. Hacia el año 2000, cerca de veinte más operan normalmente. Estas emisoras combinan en su programación el castellano con las lenguas indígenas, e incluyen música tradicional, programas de noticias, dos o tres horas diarias de mensajes personales e institucionales, series de programas sobre salud, agricultura, etc.

El movimiento zapatista trajo cambios profundos en la relación entre el Estado y los pueblos indígenas, recordando que México es una nación pluriétnica y multicultural, donde las desigualdades que afectan a la población indígena tienen causas históricas y estructurales. Como resultado de los cambios políticos, el INI promovió en años recientes un proceso de transferencia de la red de emisoras a las propias comunidades indígenas.

### IMPACTO SOCIAL

---

*Radio Margaritas* ha impactado profundamente los flujos locales de información. Lucila Vargas sugiere que “a través de sus transmisiones en idioma tojolabal, ha tenido un efecto democratizador en las prácticas de comunicación comunitarias, especialmente entre las mujeres”.

La transmisión, sin costo, de avisos en lenguas autóctonas constituye probablemente la contribución inmediata más importante de las emisoras del INI a las comunidades indígenas. Ese servicio ha permitido que las aldeas amplíen y promuevan los flujos de información en sus redes sociales. Además, el servicio de avisos está relacionado con el hecho de que la infraestructura de comunicación de las emisoras puede y ha sido utilizada para coordinar la ayuda en ocasión de desastres naturales.

Los esfuerzos de *Radio Margaritas* para mejorar las condiciones de vida de los tojolabales varían desde el esfuerzo general para fortalecer la autoestima hasta los programas específicos dirigidos a remediar los problemas de la salud y de los cultivos.

La emisora del INI ha contribuido a mejorar y a hacer más rápida la comunicación interpersonal entre los indígenas. Por otra parte, ha favorecido la diseminación de información de las agencias gubernamentales y de las organizaciones indígenas.

Ante la pregunta: “¿para qué le sirve la radio?”, muchos indígenas respondieron sencillamente: “Usamos la radio para no caminar”. “Antes, no podíamos saber lo que pasaba en otras aldeas, por ejemplo si había problemas o si estaban celebrando alguna festividad; no podíamos enterarnos porque no había radio...” dice un poblador de Madero.

Un estudio de audiencia realizado por Inés Cornejo y Silvia Luna en 1991, que incluía una pregunta similar, obtuvo los siguientes resul-

tados: de los 56 entrevistados 22 respondieron que la emisora les servía de compañía y les ofrecía distracción; 15 señalaron que XEVFS era un medio para satisfacer las necesidades comunicacionales, al permitir a la audiencia enviar mensajes; 13 declararon que la radio permite conocer lo que sucede en otros poblados, y 2 indicaron que les permitía saber la hora.

### MEDIOS Y MÉTODOS

---

La mayor parte de la programación de *Radio Margaritas* se produce localmente, al igual que en otras emisoras de la red del INI. Los únicos programas que se distribuyen regularmente a las emisoras desde el nivel central, son radionovelas producidas por Radio Educación y noticias preparadas por Notimex, la agencia del Gobierno mexicano.

Cada emisora de la red del INI tiene su propia política con relación a las transmisiones en lenguas autóctonas. Por lo menos la mitad de la programación se hace en idiomas indígenas, aunque este porcentaje a veces incluye canciones en castellano. Además, los locutores usan indistintamente castellano y lenguas indígenas cuando están frente al micrófono.

Las emisoras del INI producen normalmente un programa de noticias dividido en tres segmentos: internacional, nacional y local. El contenido de las noticias varía enormemente de una emisora a otra. Los mejores programas de noticias de las emisoras del INI son los que combinan tres elementos: disponen de informes generados localmente, están bajo la responsabilidad de un solo periodista, y no se difunden todos los días, permitiendo de ese modo que el periodista disponga de tiempo libre para hacer reportajes detallados y recoger información en el ámbito comunitario.

### OBSTÁCULOS

---

Uno de los principales problemas es la baja compensación económica que recibe el personal mestizo e indígena. Los mejores cargos los ocupan los ladinos, incluyendo el de director de la emisora, que invariablemente es un ladino. Lucila Vargas demostró en su investigación que existe una “ideología racista en el trabajo” y discriminación de los ladinos con respecto a los mayas.

El problema del “estatus” entre el personal de *Radio Margaritas* es otro problema digno de mencionarse. Solamente el director de la radio tiene visibilidad y es prominente, sólo su nombre es mencionado durante las transmisiones de XEVFS.

Las visitas del personal de *Radio Margaritas* a las comunidades no son frecuentes; incluso las entrevistas con los pobladores indígenas se hacen mayormente en la emisora, con aquellos que pueden costearse el viaje desde su comunidad hasta el pueblo.

Los programas de noticias de *Radio Margaritas* son los más precarios; desdichadamente la emisora se basa exclusivamente en los diarios para preparar sus noticias.

La programación multilingüe requiere una planificación cuidadosa que depende de la disponibilidad de recursos humanos. Una de las razones por las que los radioescuchas apagan la radio o buscan otra emisora es porque la transmisión se hace en una lengua que la audiencia no puede entender.

La selección musical de XEVFS se basa, generalmente, en los juicios estéticos del personal ladino. Esto puede considerarse como una forma de censura.

Una de las mayores críticas a *Radio Margaritas* por la audiencia tojolabal, se refiere a la incapacidad de la emisora de debatir la situación actual de opresión de los tojolabales y colocar esa opresión en el contexto histórico.

#### REFERENCIAS

Este capítulo está basado íntegramente en el libro *Social Uses and Radio Practices: The Use of Participatory Radio by Ethnic Minorities in Mexico*, de Lucila Vargas. Westview Press, 1995, e intercambios por correo electrónico con la autora.

Información adicional proporcionada por Inés Cornejo Portugal.

# AAROHAH: TEATRO DE LA CALLE

1988 Nepal

#### DATOS

NOMBRE:	Teatro de la Calle Aarohan
PAÍS:	Nepal
ÉNFASIS:	Medio ambiente, salud
LUGAR:	Katmandú
BENEFICIARIOS:	Comunidades pobres urbanas y rurales
ALIADOS:	Red de 30 grupos locales de teatro
FINANCIAMIENTO:	Ashoka, UNICEF, PLAN International, Save the Children, FNUAP, CECI, IUCN, Nepal Leprosy Trust, etc.
MEDIOS:	Teatro

#### ANECDOTARIO

*En una aldea en el remoto tarai —la planicie de Nepal— un área muy afectada por la lepra, dos mil hombres, mujeres y niños se reúnen para mirar el espectáculo de un mago callejero. A todos les gustan los magos, pero ninguno sabe todavía que esta vez el mago es un actor, y que una pieza teatral sobre el tema de la lepra está a punto de comenzar.*

*La gente detesta la lepra y la esconde. Si les avisáramos que lo que van a ver es una pieza sobre la lepra, no habría nadie aquí. No quieren hablar ni ver nada sobre la lepra. Por ello, a través del personaje de un mago les informamos sobre los primeros síntomas de la lepra y aconsejamos a la gente que no los esconda, que se dirija a los puestos de salud para recibir tratamiento. La lepra puede curarse si el enfermo acude a un puesto de salud y toma el tratamiento completo. Es una enfermedad como cualquier otra.*

*El mago recorre las calles de la aldea y anuncia sus actos de magia. La audiencia se reúne inmediatamente, a todos les gusta la magia. Incluso las mujeres, que generalmente no están autorizadas para salir a lugares públicos, se ubican entre los espectadores. El mago empieza con trucos sencillos, interactuando con la audiencia. Poco a poco otro personaje se introduce en el espectáculo y así comienza un conflicto dramático. La anécdota está construida alrededor del mago de la calle, pero el mensaje se transmite*

gradualmente a lo largo de la obra. Hacia el final, el asistente del mago encuentra en sí mismo síntomas de lepra; le avisa al mago y ambos se van al puesto de salud. El mago se dirige a los espectadores: no oculten la enfermedad, vayan al puesto de salud, no hay magia que pueda curar la lepra, pero la medicina puede.

Termina la obra pero los espectadores no se mueven; se suman a una larga discusión sobre su situación con relación a la lepra. Ya comprendieron que se trataba de una pieza teatral, y ahora los actores exploran sus reacciones. Créame, entre veinte y treinta personas, luego de cada representación, mostraban las manchas blancas o marrones en su cuerpo—entre otros síntomas—y querían saber si era o no era lepra. La mayor parte de la audiencia quería saber más sobre los síntomas y el tratamiento.

Nos ofrecían té y bocados para agradecerlos. Se acercaban a nosotros para preguntarnos si podíamos repetir la obra en una aldea cercana. Se ofrecían para preparar todo, incluso nos darían la comida. Y no estaban dispuestos a recibir una respuesta negativa.—Relato de Sunil Pokharel, Director del *TEATRO AAROHAH*.

#### DESCRIPCIÓN



En el idioma de Nepal, *aarohan* significa trepar, lo cual no es sorprendente en un país que concentra las montañas más altas del mundo. También significa subir al escenario de un teatro. El *Teatro de la Calle Aarohan* es un grupo establecido en 1982, aunque sus actividades como teatro de la calle recién comenzaron en 1988. Antes de eso, el grupo realizaba representaciones en teatros.

Su primera obra como teatro de la calle fue *Aawaj* (La Voz), sobre los problemas de los sordomudos. Durante dos meses se llevó a cabo un taller con sordomudos, los actores aprendieron el lenguaje de signos y algunos de los sordomudos fueron incorporados como actores. La primera representación se hizo en Dhulikhel, a 30 kilómetros en las afueras de Katmandú.

Durante los años siguientes se presentaron otras muchas obras, entre las cuales:

- *Parcha* (Panfleto): una pieza sobre los derechos electorales y la democracia, un llamado a la audiencia para participar en las primeras elecciones parlamentarias.
- *Sabadhan* (Tomar conciencia): sobre la relación entre la población y el medio ambiente. Fue representada más de 350 veces.
- *Kalchakra* (El círculo de la muerte): una pieza sobre saneamiento, basada en una famosa leyenda de Nepal.
- *Bishwas* (La fe): sobre la lepra, con más de 450 representaciones.

Otras obras incluyen temas como planificación familiar, medio ambiente, desarrollo comunitario, salud y saneamiento, lepra, pobreza, conservación de los bosques, agua potable, SIDA, educación y derechos humanos. Las obras sobre la corrupción y los temas políticos tienen más éxito en las ciudades, mientras que en las aldeas son más apreciadas las obras sobre el medio ambiente y la lepra. Por lo general, las representaciones se hacen frente a grupos muy grandes, de 2.500 a 3.000 personas en las ciudades, de 600 a 1.200 en aldeas de las montañas, y de 1.000 a 2.000 en el *tarai* (la planicie).

*Aarohan* se ha presentado en más de 55 de los 75 distritos de Nepal. El grupo teatral ha tenido una mayor actividad en ciertos distritos como Dhanusha (en la zona meridional del *tarai*), Katmandú (ciudad capital), Sunsari (en el este de Nepal), Jumla (distrito en el extremo oeste del país) y Kaski (distrito en el oeste).

Durante algún tiempo, el grupo condujo un programa semanal llamado *Aarohan Shanibar* (*shanibar* significa sábado), dirigido a la audiencia intelectual de Katmandú. Las representaciones tenían lugar todos los sábados, seguidas de debates con la audiencia. Además de las representaciones en las comunidades, el *Teatro de la Calle Aarohan* ha realizado a veces presentaciones en la televisión.

Entre 1988 y 1991, Sunil Pokharel, el director de *Aarohan*, obtuvo de la organización *Ashoka* un fondo de apoyo para desarrollar el proyecto “Usos sociales del teatro”. Durante tres años, además de las representaciones teatrales en Katmandú, dirigió talleres de teatro fuera de la capital, y desarrolló su experiencia en el uso social del teatro. *Aarohan* también capacitó a ONG de modo que estas instituciones usaran el teatro para crear conciencia y facilitar la participación comunitaria. Durante las sesiones de capacitación se involucraba a los pobladores. Hacia 1990 *Aarohan* comenzó su trabajo con niños, familiarizándolos con el medio teatral.

Los talleres se han desarrollado en más de 40 distritos, capacitando a pobladores, a grupos de jóvenes, niños y miembros de las comunidades, quienes seleccionan los temas y participan en la preparación de obras, incluso como actores durante las representaciones. Luego de cada taller, un nuevo grupo de teatro queda establecido.

#### CONTEXTO Y ANTECEDENTES

No es fácil llegar a la población de Nepal, especialmente fuera del Valle de Katmandú. En todo el país, sólo 70 mil personas reciben la señal de televisión, y la circulación de periódicos es insignificante. Solamente la radio ha crecido de manera constante al paso de los años, en particular desde que las emisoras comunitarias iniciaron sus actividades.

El *Teatro de la Calle Aarohan* comenzó en 1988, en tiempos del antiguo régimen político, el sistema *Panchayat*. Las libertades de expresión estaban restringidas y los derechos humanos eran ignorados. Sólo existía un partido político, el partido en el gobierno. El régimen era muy suspicaz con obras de teatro que pudieran tocar temas políticos y sociales. En vez de palabras, *Aarohan* utilizaba símbolos y gestos para referirse a cuestiones contemporáneas.

Sunil Pokharel estudió psicología en la Universidad Tribhuvan de Nepal, y más adelante se graduó en estudios de teatro en la Escuela Nacional de Drama, en Nueva Delhi, India (1984–87), especializándose en dirección. Fue fundador y aún es el director del *Teatro de la Calle Aarohan*. Aunque ya era un concepto importante en la India, en Nepal el teatro de la calle era todavía una novedad. Aún hoy, no existe una academia de teatro en Nepal.

### IMPACTO SOCIAL

---

El *Teatro de la Calle Aarohan* ha contribuido en la conscientización de la población sobre una serie de problemas relacionados con el contexto social, cultural y político. Algunas de sus intervenciones persiguen cambios de largo plazo (educación, salud) y otras pretenden cambios inmediatos en el comportamiento.

Estos son algunos ejemplos:

A fines de los años noventa, el Gobierno se disponía a aprobar una ley que autorizaba a la policía a realizar detenciones de 90 días sin orden de arresto. Líderes políticos, escritores y artistas encabezaron un movimiento en contra de esa ley. *Aarohan* y Sarwanam—otro grupo de teatro—hicieron representaciones en las calles de Katmandú, con mensajes tan contundentes que pudieron influenciar a la opinión pública y al final el Gobierno se abstuvo de aprobar la nueva ley.

La capacitación de once grupos locales en tres distritos del *tarai*, los más afectados por la lepra, tuvo un enorme impacto social. A lo largo de 1999, se hicieron más de mil representaciones de la obra sobre la lepra. Mucha gente se encaminó a los hospitales para ser evaluados y recibir tratamiento. La mayoría de los pacientes aseveraron que la obra teatral los había inducido.

Diez años antes, *Aarohan* había organizado un taller de capacitación de dos meses dirigido a los niños de la calle y había preparado con ellos una obra basada en su situación; ellos participaron como actores. La obra indujo a cambiar las percepciones dominantes acerca de los niños de la calle. En 1998 esos mismos niños crearon una organización llamada "*Jagaran*" (conscientizando), con el propósito de prestar ayuda a otros niños de la calle. Fijaron sus objetivos, sus programas y establecieron una oficina.

Con el apoyo del UNICEF, *Aarohan* organizó en la parte central del *tarai* de Nepal, un proyecto de comunicación sobre sanidad, promoviendo el uso de letrinas. Cuatro grupos comunitarios fueron capacitados para interpretar una obra en la lengua local. Luego de un año, la demanda de materiales para la construcción de letrinas se había multiplicado por cinco en los lugares donde se hicieron representaciones de la obra.

Cerca de 30 grupos de teatro capacitados a través de los años por *Aarohan* continúan activos y constituyen una red informal con enorme potencial para promover cambios sociales.

### MEDIOS Y MÉTODOS

---

Tres rasgos importantes caracterizan la metodología de *Aarohan*: la capacitación de nuevos grupos, la investigación para nuevas obras y la interacción con el público durante y después de las representaciones.

Destaca sobre todo la capacitación, que permite que la actividad de comunicación se extienda sobre cientos de aldeas que de otro modo estarían fuera de alcance. Al formar nuevos grupos y compartir con ellos la experiencia de un teatro comunitario orientado hacia fines sociales, *Aarohan* multiplica el impacto de esta innovadora herramienta de comunicación comunitaria. Grupos de diez a treinta participantes son capacitados durante diez días; todos los elementos de la técnica dramática y de la historia del teatro están incorporados en la formación, incluyendo ejercicios físicos, juegos, yoga y ciertamente todos los aspectos relacionados con la investigación y desarrollo de obras. La capacitación se dirige generalmente a grupos de jóvenes que pueden dedicarle tiempo completo.

En Nepal existe una tradición de representaciones al aire libre. Las danzas tradicionales y las piezas dramáticas se interpretan con participación de la comunidad; el teatro de la calle es fácilmente aceptado por la gente. La investigación que realiza *Aarohan* para preparar nuevas obras se asienta en esa tradición; es a la vez directa e innovadora. Sunil Pokharel y su grupo viajan al área seleccionada para compenetrarse de la problemática local y las tradiciones musicales o dramáticas existentes. Luego, escribe una obra que incorpora las tradiciones dramáticas en el contexto social contemporáneo.

No menos importantes son los debates que tienen lugar luego de cada representación, que son fundamentales para establecer si el proceso de comunicación ha sido exitoso, y garantizar que los mensajes hayan sido correctamente trasladados a la población.

## OBSTÁCULOS

Al principio, cuando *Aarohan* realizaba representaciones en lugares remotos del país, las diferencias de lengua, cultura y costumbres constituían un verdadero problema. Pero la estrategia de formar grupos locales permitió resolver esa dificultad. Aun así, el desafío está en lograr el contenido y el estilo correspondiente a cada comunidad; y siempre existe el riesgo de hacer obras que sean muy superficiales y demasiado cargadas de propaganda.

Sunil Pokharel considera que un obstáculo importante para su grupo de teatro, es que las agencias de desarrollo que auspician las representaciones querían que una misma obra esté repleta de mensajes. Pokharel piensa que tiene que existir un equilibrio entre la distracción y la educación en cada pieza dramática. El riesgo opuesto es que algunos actores tienen tendencia a incluir demasiados elementos de diversión durante sus interpretaciones, haciendo de este modo que los mensajes sean menos apercibidos.

El seguimiento después de las representaciones es un desafío importante; con frecuencia no se hace debido a los limitados recursos disponibles. Las agencias competentes encargadas de hacer ese seguimiento con regularidad, no lo hacen.

Los problemas logísticos también afectan la calidad del trabajo. Nepal es un país montañoso y el transporte es precario para llegar a algunos lugares remotos, lo cual exige un esfuerzo suplementario de parte de los actores, que a veces tienen que caminar varios días. La restricción de fondos para pagar a los actores ha hecho que muchos abandonen la actividad en busca de otras oportunidades de trabajo.

## REFERENCIAS

La información de este capítulo fue obtenida mediante entrevistas por correo electrónico con Sunil Pokharel, Director del *Teatro de la Calle Aarohan*.

# ALTAVOCES COMUNITARIOS

1989 Filipinas

## DATOS

NOMBRE:	Community Audio Towers (Altavoces Comunitarios)
PAÍS:	Filipinas
ÉNFASIS:	Desarrollo comunitario
LUGAR:	Tacunan, Maragusan, Floryda (CATs), y Nagbukel, Pinagdanglayan Dolores, Concordia, Tulungatong (proyectos DSC)
BENEFICIARIOS:	Cerca de 4.000 personas por comunidad
FINANCIAMIENTO:	FAO/PNUD, UNICEF, Departamento de Agricultura
MEDIOS:	Altavoces

## ANECDOTARIO

Muy temprano cada mañana, cuando el sol acaba de salir, el eco de la música de los *Altavoces Comunitarios de Tacunan* se filtra entre los árboles y las plantaciones, acompañando a los campesinos mientras trabajan en sus cultivos.

Entre las canciones se intercalan algunos anuncios de interés general: hoy no llegó el maestro a la escuela, el *carabao* (buey) que había perdido el Sr. Ostong fue encontrado cerca de la carretera, el próximo jueves será el día de la vacunación en el centro de salud, el director de la emisora, Jacinto “Jake” Sarco convoca a una reunión de todos los miembros del Consejo Comunitario de Comunicación (CMC, en inglés) para mañana al final de la tarde...

Seis altavoces exteriores, montados en lo más alto de un mástil, envían sus sonidos por el aire hasta una distancia de 5 kilómetros. Personas que representan diferentes sectores sociales preparan programas y los transmiten, convirtiéndose de esa manera en periodistas y locutores voluntarios, cuyo trabajo merece el respeto del *barangay* (la comunidad). Todos ellos son miembros del CMC, que se reúne el

segundo jueves de cada mes para discutir asuntos de importancia para la comunidad, y para preparar la programación.

Hoy tiene lugar la reunión del CMC, aunque la emisora no ha podido funcionar durante los últimos dos meses, desde que se descompuso el amplificador chino. El CMC discute las dificultades enfrentadas para encontrar piezas de repuesto de fabricación china. No ha sido posible encontrar los repuestos en Davao City, ni siquiera en Manila, la capital de Filipinas. Sin embargo, la comunidad no se cruzó de brazos durante ese periodo.

Durante los meses que la emisora estuvo fuera del aire, se instaló un mástil más alto y en un mejor lugar. Antes, la emisora estaba alojada en una pequeña caseta de bambú, ahora en cambio dispone de un nuevo local construido con bloques de concreto, justo al lado del salón de reuniones del *barangay*. Los planes para instalar un transmisor y convertirse en una emisora de radio no significan que el sistema de altavoces será descartado: “Una vez que los altavoces empiezan a hablar, la gente se convierte en una audiencia cautiva”, asegura Jake Sarco, el director.

#### DESCRIPCIÓN

A finales de los años ochenta la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) promovió la instalación de los *Altavoces Comunitarios* (*Community Audio Towers*, en inglés, o CAT), y a fines de los noventa, el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF) introdujo un proyecto similar con el nombre de *ComPAS* (*Community Public Address System*). Ambas estrategias de comunicación, que utilizan altavoces comunitarios, se parecen. Dos micrófonos conectados a un sistema de *karaoke*, a su vez conectado a un amplificador de 20 vatios (FAO) o de 80 vatios (UNICEF), y finalmente cuatro o seis altavoces montados en lo alto de un poste... esa es la fórmula de CAT y de *ComPAS*. La diferencia entre ambos no está tanto en la tecnología utilizada como en el proceso de comunicación. El proyecto iniciado por la FAO hace énfasis en la preparación de la comunidad a través del diagnóstico de la situación económica y social, y el establecimiento del CMC, que representa democráticamente a todos los sectores del *barangay* (la comunidad).

En el corazón de ambos proyectos está la voluntad de apoyar a las comunidades rurales en la utilización de una tecnología de alcance limitado, para mejorar la comunicación comunitaria y avanzar en el desarrollo social. El sistema de comunicación pretende promover la discusión de los problemas locales y movilizar a las comunidades en torno a los derechos del niño, la salud y la nutrición, la protección de la infancia, la educación, la ganadería, la agricultura, el medio

ambiente, la religión, la política, y todo acontecimiento social importante para la comunidad. Los representantes de esos sectores reciben capacitación en técnicas de radiodifusión comunitaria, para realizar entrevistas, anuncios, guiones, cuñas y programas dramáticos, entre otros formatos. Los sectores representados en el CMC varían de un lugar a otro, pero generalmente incluyen una representación equilibrada de campesinos, mujeres, ancianos, jóvenes, trabajadores de salud, educadores, autoridades locales, líderes religiosos, etc. Aproximadamente la mitad de los miembros del CMC son mujeres, y son muy activas.

Los *Altavoces de Tacunan* comenzaron el 16 de agosto de 1992. Tacunan es un pequeño *barangay* de Tugbok City, aproximadamente a una hora de ruta desde Davao City. Otras comunidades siguieron el ejemplo: Maragusan (8 de abril de 1995) en Davao del Norte, y Floryda (18 de febrero 1998) en Kapalong. Maragusan se convirtió en una estación de radio en noviembre de 1998, cuando se instaló un transmisor de 20 vatios con apoyo del proyecto *Tambuli*. En otros sitios se desarrollan actividades de apoyo al desarrollo de la comunicación, promovidas por el proyecto PCARRD de FAO/PNUD, pero no están centradas necesariamente en los *Altavoces Comunitarios*: Nagbukel en Isabela, Pinagdanglayan Dolores en Quezon, Concordia en Guimaras y Tulungatong en Zamboanga City.

Los *Altavoces de Tacunan* constituyen la experiencia más exitosa y de acuerdo a la comunidad, han sido un instrumento decisivo en el desarrollo del *barangay* en los años noventa. La población adquirió paulatinamente una mayor conciencia sobre las necesidades colectivas y las potenciales soluciones. A través de un programa bien establecido, los problemas más importantes fueron discutidos semana tras semana.

Todas las tardes, de seis a siete, cuando las familias vuelven a reunirse en los hogares luego de una larga jornada de trabajo, los *Altavoces Comunitarios de Tacunan* abordan temas de reflexión de interés común: salud (lunes), agricultura (martes), derechos de la mujer (miércoles), consejo *barangay* (jueves), cooperativas (viernes), comunidad (sábado) y religión (domingo).

Los principales programas son: *Ayaw'g ingna Tigulang na Ko* (No les digas que soy viejo), *Bahandi sa Kinabuhi* (La riqueza de la vida), *Agrikulturang Pangmasa* (Agricultura del pueblo), *Ikaw, Ako usa ka batan-on* (Tú y yo, los jóvenes), *Ang Kababayen-an Karon* (La mujer actual). En 1999, con el apoyo del UNICEF, se introdujo un nuevo programa sobre derechos del niño.

## CONTEXTO Y ANTECEDENTES

Durante los últimos veinte años se produjo en Filipinas un crecimiento rápido de los medios de comunicación, debido a la revolución tecnológica, a las políticas de liberalización, al retorno de la democracia y a la descentralización y desregulación de las telecomunicaciones. Como resultado, se multiplicaron los medios de información provinciales, especialmente la radio y la televisión. Estadísticas recientes muestran que hay 328 emisoras en AM y 317 en FM, que cubren el 90% de la población a través de 25 millones de receptores de radio. También la televisión está creciendo debido a la expansión de la electrificación rural; cerca de 128 canales funcionaban a fines de 1999. Sin embargo, todo esto no modificó en su esencia el panorama de la comunicación y de la información en cuanto al acceso real de las comunidades a los medios.

La aguda caracterización de los medios de información que hizo veinte atrás Louie N. Tabing, coordinador del proyecto *Tambuli*, sigue siendo válida hoy: “Provecho, Propaganda, Poder y Privilegio” (*Profit, Propaganda, Power and Privilege*, en inglés), constituyen la motivación principal de los medios masivos en Filipinas. La sigla “PPPP” todavía domina sobre la mayor parte de la población, con excepción de esas comunidades donde han sido implementados pequeños pero importantes proyectos, como los CAT o la red *Tambuli*. Esas experiencias han marcado la diferencia.

La idea de los *Altavoces Comunitarios* fue implementada anteriormente, para apoyar el desarrollo social y económico en comunidades rurales marginadas y empobrecidas de países del Tercer Mundo. En Etiopía, Tailandia y Mozambique—para mencionar solamente unos ejemplos de los años ochenta—los *Altavoces Comunitarios* han servido para estimular la organización comunitaria en torno a los problemas del desarrollo social y para fortalecer la identidad cultural.

## IMPACTO SOCIAL

“Nuestra situación ha mejorado en estos siete años, desde que los Altavoces Comunitarios fueron instalados en Tacunan. Ahora tenemos un camino que no teníamos antes, y también electricidad, agua...” Puede o no ser un resultado directo de los Altavoces Comunitarios, pero en cualquier caso la percepción generalizada es que la instalación de los CAT en Tacunan fue determinante en su desarrollo económico y social. La gente no duda en atribuir los beneficios obtenidos al sistema de comunicación. Puede parecer poco en comparación con una emisora de radio, pero sin duda las tres o cuatro comunidades aledañas a Tacunan o Maragusan han aprendido a valorar el impacto de esta herramienta de comunicación rural que fue puesta a su alcance.

No es sorprendente que Maragusan haya avanzado un paso más para convertir en una emisora de radio sus *Altavoces Comunitarios*, que habían sido instalados luego de una capacitación ofrecida por la gente de Tacunan. El transmisor de radio establece una diferencia tecnológica, pero los contenidos y el enfoque operativo son similares.

En 1993, un año después de que los *Altavoces Comunitarios de Tacunan* iniciaron su actividad, el primer desafío del *árbol de problemas* fue resuelto: el agua. En 1994 se dio otro salto importante con la obtención de la electricidad. Pero no terminó allí. Según algunos aldeanos consultados, los CAT permitieron resolver problemas agrícolas como el control de la peste del banano y la campaña de erradicación del escarabajo rinoceronte, que afecta a los cocoteros. Los *Altavoces Comunitarios de Maragusan* también permitieron empezar varios proyectos que generan ingresos adicionales para los locutores de DXML.

En 1994, la comunidad de Tacunan elaboró un plan quinquenal de desarrollo, con ayuda del proyecto de Apoyo al Desarrollo de la Comunicación (FAO/PNUD). El plan fue el resultado de un taller de capacitación sobre Planificación de Proyectos.

## MEDIOS Y MÉTODOS

La instalación de *Altavoces Comunitarios* se inicia con un proceso riguroso de capacitación y de análisis de los problemas comunitarios y de sus soluciones. Esta metodología permite a la comunidad iniciar las actividades de comunicación con una clara conciencia sobre las causas del subdesarrollo y sobre el potencial para resolver los problemas.

Mucho antes de que los altavoces empiecen a emitir sonidos, un grupo de la comunidad participa en una capacitación que incluye la concepción de un *árbol de problemas* desarrollado colectivamente sobre una pizarra y traducido más adelante en un esquema que captura en detalle la naturaleza de los obstáculos que impiden a la comunidad desarrollarse. En Tacunan, por ejemplo, la falta de agua se identificó como uno de los problemas más urgentes.

Junto al *árbol de problemas* se dibuja el *árbol de la vida*, que será actualizado cada año al incorporar aquellos objetivos de desarrollo que ya fueron alcanzados. El *árbol de la vida* debe crecer y hacerse más frondoso a medida que la comunidad logra desarrollarse social, cultural y económicamente. Estas técnicas son sin duda la base de la participación y la fuerza de la experiencia de los *Altavoces Comunitarios* en Filipinas.

## OBSTÁCULOS

Los principales obstáculos son de carácter técnico, por ejemplo el limitado alcance del sonido. En 1999, Tacunan construyó una torre más alta y en un lugar más adecuado para poder así llegar mejor a las comunidades vecinas. El amplificador chino de 20 vatios se estropeó y no pudo ser reparado durante varios meses.

## REFERENCIAS

La información de este capítulo se basa en visitas de campo a Tacunan y Maragusan (Davao del Norte in Mindanao), y reuniones con Jacinto Sarco, Director de Tacunan, el Alcalde Gerome Lamparas Jr. y Loreta González, Presidenta del CMC de Maragusan, así como entrevistas con Frank E. Endaya, encargado de comunicación para el desarrollo en el Departamento de Agricultura, *Regional Field Unit XI*, y Louie N. Tabing, Director del proyecto Tambuli.

Ver también: *A Farmer First Approach to Agricultural Communication: a Case Study from the Philippines* por Lydda Gaviria, y otros interesantes textos en el sitio Web de FAO: <http://www.fao.org/sd/CDdirect/CDan0004.htm>

*The DSC Newslink*, una publicación trimestral del proyecto de Apoyo al Desarrollo de la Comunicación (FAO/UNDP) en Los Baños, Laguna, ha publicado varios artículos sobre la experiencia de Tacunan.

*UHAY*, una publicación trimestral del Departamento de Agricultura de la Región XI; y el Monitor, que edita el Consorcio de Investigación y Desarrollo de Recursos Agrícolas del Sur de Mindanao (SMARRDEC), también han publicado varios artículos cortos sobre los *Altavoces Comunitarios* de Tacunan y de Maragusan.

La información sobre *ComPASS* fue proporcionada por Teresa Stuart, Oficial de Comunicación del UNICEF en Manila.

# CESPA

1989

Malí

## DATOS

<b>NOMBRE:</b>	Centre de services de production audiovisuelle (CESPA)
<b>PAÍS:</b>	Malí
<b>ÉNFASIS:</b>	Desarrollo rural
<b>LUGAR:</b>	Bamako
<b>BENEFICIARIOS:</b>	Población rural
<b>ALIADOS:</b>	Ministerio de Cultura
<b>FINANCIAMIENTO:</b>	FAO, PNUD (generación de ingresos desde 1994)
<b>MEDIOS:</b>	Video

## ANECDOTARIO

En un país tan seco y austero, el jardín en medio del edificio del *Centre de services de production audiovisuelle (CESPA)* en Bamako parece un oasis. De alguna manera simboliza los objetivos del proyecto, que aspira a crear un oasis de comunicación participativa en remotas comunidades rurales de Malí.

El jardín está protegido por el inmueble cuadrado que lo rodea, inspirado en los antiguos modelos arquitectónicos, que son muy apropiados considerando los vientos que soplan bajo la influencia del Harmattan, que hace sentir su imperio cada invierno. Me ha tocado ver cómo los cielos se tornan oscuros y rojizos, nubes de polvo y arena suspendidas sobre el norte de Burkina Faso, Malí, Níger, Chad y otros países al sur del Sahara.

El desierto se expande lenta pero implacablemente hacia el sur. Cada año se pierden unos cuantos metros de tierra fértil debajo de las dunas de arena, que son muy lindas para mirar, pero sólo significan muerte y pobreza. El ganado perece, los pocos árboles que quedan desaparecen bajo la arena y las comunidades desmantelan sus aldeas para emigrar. Ni siquiera el imponente Río Níger, que dibuja un arco gigantesco de 4.180 kilómetros de largo a través de cuatro países, parece revertir ese proceso, aunque en realidad sus aguas son la única

barrera que impide un proceso más acelerado de destrucción. Malí dispone todavía de una región bastante húmeda al sur de Tombuctú, donde el Río Níger alimenta generosamente los lagos de Faguibine, Do, Niangay, Débo y Korarou; pero incluso aquí la tierra ya no produce lo necesario.

Malí se ubica sistemáticamente al final de la lista de países más pobres en el Informe sobre Desarrollo Humano de las Naciones Unidas. Proyectos como el *CESPA* contribuyen a mejorar la situación económica de las comunidades rurales, ayudando a la población a organizarse para el desarrollo y para llevar adelante innovaciones en la agricultura que permitan aprovechar mejor la tierra disponible, mientras se combate la erosión y la desertificación y se protegen los recursos naturales.

Las herramientas de video que utiliza *CESPA* buscan promover el diálogo y desarrollar nuevos canales de comunicación. Si el objetivo fuera solamente producir módulos audiovisuales de capacitación sobre aspectos técnicos, el objetivo de largo plazo quedaría sin cumplirse. Sólo un proceso de comunicación que promueva la participación comunitaria puede restaurar la confianza en el futuro rural de Malí.

#### DESCRIPCIÓN



A fines de 1988 el Gobierno de Malí firmó un acuerdo con la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) y el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD)

para establecer *CESPA*, un programa inspirado en una serie de experiencias, metodologías y logros técnicos que la FAO había liderado en América Latina, particularmente el *CESPAC* (Perú) y *PRODERITH* (México). Estas experiencias tuvieron éxito en la capacitación, la movilización social y la organización de la población rural mediante el uso de herramientas audiovisuales, particularmente del video.

El objetivo general del *CESPA* es extender la capacitación de los agricultores para facilitar la implementación de las nuevas políticas gubernamentales de desarrollo social, basadas en la participación de las comunidades rurales. El proyecto utiliza varias herramientas de comunicación y enfoques innovadores de participación para favorecer el empleo de nuevas técnicas en la agricultura, fortaleciendo la capacidad de gestión y una mayor participación comunitaria.

Además de introducir nuevos conocimientos sobre las alternativas tecnológicas para mejorar la producción, *CESPA* se propuso investigar, reunir y diseminar el conocimiento tradicional, las iniciativas locales de desarrollo y los valores culturales de las comunidades rurales. El video se constituyó en el medio idóneo para facilitar los intercambios y establecer un diálogo fructífero entre las formas tradicionales y los aportes modernos.

Durante los primeros tres años del proyecto, considerados como una fase piloto, *CESPA* se concentró en el desarrollo de su propia capacidad institucional para utilizar el video en la capacitación y en la producción de módulos audiovisuales. El principal desafío fue adaptar al contexto de Malí los principios de la “pedagogía audiovisual” desarrollados por Manuel Calvelo y sus seguidores en varios proyectos de desarrollo rural en América Latina. Al finalizar ese periodo, treinta “pedagogos audiovisuales” fueron capacitados e integrados en el proyecto. Durante la formación se enfatizó la comunicación participativa.

Hacia 1993 comenzó la segunda fase, en la que *CESPA* se convirtió en una entidad autónoma, independiente del Gobierno y de las fuentes de financiamiento oficiales. Su nuevo estatuto condiciona la vida de *CESPA* a su capacidad de generar sus propios recursos económicos, convirtiéndose de ese modo en un proveedor de servicios de comunicación generador de ingresos. Para adaptarse a sus nuevas funciones, *CESPA* renovó su equipo de video. Los cambios debían permitir capturar parte del mercado regional de producciones documentales destinadas a los canales de televisión. *CESPA* expandió sus capacidad técnica hacia otras áreas de la comunicación, incluyendo audiocasetes, carteles y fotografía. El financiamiento del PNUD fue en disminución a medida que *CESPA* generaba fondos propios mediante la producción de videos para organizaciones no gubernamentales (ONG) y agencias de cooperación internacional.

La producción de “módulos pedagógicos” para la capacitación técnica continuó siendo la actividad central de *CESPA* en los años siguientes. Lo sustantivo en las producciones de video fue la investigación en el ámbito comunitario, el diálogo con los campesinos, la recuperación de prácticas culturales y tradicionales, así como los insumos del personal técnico. La postproducción, sin embargo, se hacía en la sede de *CESPA* en Bamako, con muy poca participación de las comunidades rurales. Por lo general, una edición en borrador de los videos se ponía a prueba en áreas rurales antes de distribuir el video.

Para 1999, ya se habían producido 22 módulos pedagógicos en varias lenguas de Malí. Los temas principales eran salud, agricultura, medio ambiente, ganadería y gestión. Además, *CESPA* produjo 116 cuñas y videos de motivación, 23 programas culturales sobre las tradiciones locales, 20 videos institucionales, así como piezas dramáticas y programas de noticias para la televisión.

#### CONTEXTO Y ANTECEDENTES

El 80% de la población de Malí vive en áreas rurales. La mitad del país se extiende sobre el Sahara y la otra mitad es parte del Sahel. Las lluvias solamente benefician al 6% del territorio en la parte que está más al sur del país. Los seis millones que habitan en áreas rurales de Malí viven de la agricultura y la ganadería. Esta población rural está compuesta por diez etnias principales, en su mayoría musulmanes.

El país entero depende del periodo de lluvias, por lo que ha sido muy vulnerable a los cambios climáticos. Los desastres naturales han azotado el país durante las últimas décadas del siglo pasado; una larga sequía en los años setenta derivó en una mayor dependencia del financiamiento externo.

Aunque varios gobiernos desde los años sesenta proclamaron que su prioridad era el desarrollo rural, ninguno logró progresar en ese ámbito. Ni los más rígidos regímenes militares ni los gobiernos democráticos consiguieron organizar a la población rural en la perspectiva de desarrollar la agricultura. Al igual que en otros países, los gobiernos en Malí fueron incapaces de impulsar la participación comunitaria.

Solamente algunos esfuerzos significativos realizados en los años sesenta por el gobierno socialista, sobrevivieron a los cambios políticos: un puñado de emisoras de radio y centros de capacitación rurales. Cuando *CESPA* inició sus actividades, aprovechó la experiencia de varias instituciones para trabajar en el marco de la participación comunitaria.

#### IMPACTO SOCIAL

*CESPA* ha capacitado a una nueva generación de comunicadores para el desarrollo rural. De acuerdo a informes de la FAO, el núcleo central de 16 empleados polivalentes está familiarizado con todas las etapas del proceso: investigación, desarrollo de conceptos y guiones, producción, postproducción y utilización de los módulos pedagógicos en el ámbito comunitario. A fines de 1998 se contaba con otro grupo de 248 personas de varias instituciones que trabajan en desarrollo rural, familiarizadas con la metodología para capacitar a campesinos.

En el informe del estudio de caso realizado por la FAO se ofrecen varios ejemplos de los cambios motivados por *CESPA*. Antes, por ejemplo, la relación entre los campesinos y los bancos rurales era tensa y se caracterizaba por la falta de entendimiento y de conocimiento mutuos. Un módulo pedagógico sobre crédito habría contribuido a disminuir la brecha al explicar los mecanismos y procedimientos de los bancos.

*CESPA* se ha convertido en una referencia sobre políticas de comunicación para el desarrollo rural. Ninguna otra institución en Malí conoce tanto la problemática del desarrollo rural y el potencial de la participación local. Más aún, por su filosofía sobre el desarrollo y su metodología de intervención en áreas rurales, se considera a *CESPA* como la única institución especializada, no solamente en Malí, sino en toda África occidental.

El lenguaje sobre desarrollo en Malí cambió gracias a la influencia de las actividades de *CESPA*. Frases como “comunicación para el desarrollo” ya no son raras en los discursos oficiales, en los informes

institucionales y en los seminarios; las instituciones de gobierno han creado puestos de “asesores de comunicación” y los conceptos de desarrollo participativo han extendido sus raíces entre las organizaciones de desarrollo del país.

Aunque no se refleje en cambios sociales, para la FAO es un logro importante el éxito de *CESPA* como empresa que genera sus propios recursos. Desde 1994, los ingresos crecieron de manera constante y el apoyo del PNUD disminuyó proporcionalmente. Tanto ONG como agencias de cooperación internacional han contratado los servicios de *CESPA* para producir materiales de información e institucionales.

#### MEDIOS Y MÉTODOS

La metodología para producir los materiales de capacitación y los “módulos pedagógicos” en *CESPA* es parecida a la que utilizan programas similares en América Latina. La primera etapa es de investigación en el ámbito comunitario, para definir los temas generales y específicos que serán desarrollados en la capacitación, y para reconocer la percepción de la comunidad sobre cada tema. Luego, el conocimiento local es comparado con el de los especialistas, con el fin de enriquecer ambas perspectivas. El equipo de investigación presta especial atención a los patrones y valores culturales, como a los problemas que prevalecen en las áreas rurales donde se realizará la capacitación.

En una siguiente etapa se desarrolla el concepto pedagógico, contrastando la información obtenida sobre conocimiento y prácticas locales con la experiencia y los datos de los técnicos y con los códigos culturales predominantes. Recién entonces se escribe el guión y comienza la grabación del video en áreas rurales, con la participación de los propios campesinos como “actores”. El proceso de postproducción incluye la elaboración de materiales de apoyo, como son los audiocasetes y los manuales para instructores y participantes. Estos complementos se incorporaron a partir de 1998.

Preferentemente, durante la etapa final de la producción, una edición en borrador del video se pone a consideración del personal técnico y se muestra también en las comunidades para recoger reacciones de los campesinos. Luego se hace la edición definitiva y el video, como parte del módulo pedagógico, queda disponible para las actividades de capacitación.

El proceso de capacitación es participativo, sus componentes centrales son las discusiones y los ejercicios prácticos. Para empezar, los representantes de la comunidad deben estar de acuerdo con los contenidos y los aspectos de logística. La capacitación se desarrolla en las aldeas donde los capacitadores permanecen varios días, interactuando con los campesinos fuera de las sesiones formales. *CESPA*

también capacita a promotores de agencias de cooperación y ONG interesadas en utilizar los “módulos pedagógicos”.

#### OBSTÁCULOS

A partir de 1993, cuando *CESPA* se convirtió en una iniciativa generadora de recursos propios, su orientación original cambió a pesar de la intención de continuar apoyando a las comunidades rurales. Solamente la continuidad de la asistencia técnica de la FAO, mientras duró, mantuvo al *CESPA* próximo a sus objetivos originales.

La adquisición de sofisticados equipos de video alejó esta herramienta de las manos de quienes podían utilizarla en las comunidades con fines de capacitación. De manera muy clara, el proceso se hizo menos importante que los productos, y creció la dependencia respecto de los contratos externos, marginando el trabajo comunitario. *CESPA* tuvo sin duda éxito en convertirse en una institución autosustentable (aunque el apoyo del PNUD siempre fue necesario), pero se distanció cada vez más del desarrollo participativo.

Aunque la producción de los “módulos pedagógicos” mantuvo su importancia, el proceso involucró la participación comunitaria solamente en las primeras etapas de investigación y de recolección de información. La producción y la postproducción quedaron en manos de profesionales que no mantenían suficiente contacto con las comunidades rurales.

#### REFERENCIAS

El autor visitó Bamako en 1993, durante los primeros años de *CESPA*.

*Le Centre de services de production audiovisuelle (CESPA)*, un estudio de caso escrito por N'golo Coulibaly. FAO, Roma 1999.

# RADIO COMUNITARIA KOTHMALE

1989

Sri Lanka

#### DATOS

NOMBRE:	Kothmale FM Community Radio
PAÍS:	Sri Lanka
ÉNFASIS:	Desarrollo comunitario
LUGAR:	Kothmale
BENEFICIARIOS:	Población de 350.000 habitantes
ALIADOS:	University of Colombo, Ministry of Posts, Telecommunications and the Media, Sri Lanka Telecommunication Regulatory Commission, University of Colombo
FINANCIAMIENTO:	UNESCO, Sri Lanka Broadcasting Corporation (SLBC)
MEDIOS:	Radio, Internet

#### ANECDOTARIO

*Mientras Sriyapali se prepara para entrevistar a uno de los más activos colaboradores de la radio, yo doy una vuelta por la emisora para ver cómo opera Kothmale FM.*

*En la sala del personal están dos profesores de música, Nilmany y Wijisinghe, ensayando las canciones que grabarán más tarde. Ambos son músicos ciegos, que enseñan en la escuela del pueblo. Otras seis niñas de una aldea cercana entonan canciones del folclore local. En la sala de informática, Kosala se encuentra diseñando una pieza de animación para una empresa de cine de Sri Lanka, mientras que en otra computadora Buddhika —un entusiasta colaborador que antes de venir al centro no había usado nunca una computadora— está conversando con alguien de la India mientras simultáneamente diseña su página Web personal. Su casillero de correo electrónico está lleno de mensajes de amigos que ha hecho recientemente alrededor del mundo.*

*Algunos equipos de la emisora son trasladados al minibús: esta noche habrá una transmisión en directo desde el Colegio Wickramasinge, donde los estudiantes han preparado una velada musical.*

La emisora ya ha cumplido once años de actividad y se ha convertido en una parte integral de la comunidad. Todos en la región conocen Kothmale FM. Puedo viajar a 15 kilómetros de distancia, y cuando pregunto a la gente sobre Kothmale FM siempre recibo una respuesta positiva. Muchos me cuentan que una hermana o un tío cantaron en la radio o hablaron en un programa; mencionan sus programas y sus locutores preferidos.

La entrevista comienza en el estudio de grabación. ... “Mi nombre es S.B.K Wijarathna. Mi aldea es Dekekanawa Nawalapitiya. Vendo billetes de lotería. Tengo 52 años de edad, casado y con tres hijas... Envié mi primera carta a la emisora hace tres años, al día siguiente la leyeron. Lo que sentí ese día fue mucha alegría. Desde entonces escribo a la emisora y colaboro con poemas y relatos históricos, envío datos e información... Creo que esta emisora es un servicio muy cercano a nosotros; ofrece la oportunidad a nuevos cantantes y artistas. Los oyentes disfrutan mucho las canciones”.

S.B.K continúa hablando sobre su programa mientras hace escuchar y comenta canciones de películas antiguas. “Athithayan gee mal dothak” se ha convertido en uno de los programas más escuchados.— Escrito por Tanya Notley, voluntaria australiana en la RADIO COMUNITARIA KOTHMALE FM.

#### DESCRIPCIÓN



Gran parte de la pobreza en Asia se concentra en áreas rurales donde el acceso a la información es muy limitado. Las nuevas tecnologías pueden contribuir a aliviar la pobreza facilitando información relacionada con temas de desarrollo; una combinación entre la radio comunitaria tradicional y la

Internet contribuye a mejorar los servicios de información en las áreas rurales.

La Internet se utiliza cada vez más para difundir programas de radio. El Proyecto Kothmale de Internet y Radio Comunitaria (KCRIP, por sus siglas en inglés), que aspira a evaluar los beneficios potenciales de las nuevas tecnologías de comunicación en áreas remotas, ha sido implementado por la UNESCO en colaboración con la Corporación de Difusión Sri Lanka; el Ministerio de Correos, Telecomunicaciones y Medios de Comunicación; la Comisión Reguladora de las Telecomunicaciones, y la Universidad de Colombo.

Kothmale se encuentra en la parte central del territorio de Sri Lanka, aproximadamente a tres horas de trayecto desde Colombo. La *Radio Comunitaria Kothmale FM* cubre un radio de 25 kilómetros, que incluye poblaciones rurales como Gampola, Nawalapitiya y Thispane, con una población aproximada de 350.000 habitantes.

El proyecto utiliza la radio comunitaria como interfaz entre la Internet y las comunidades rurales. La UNESCO proporcionó los equipos de informática y la capacitación, y el Gobierno, a través de su

Comisión Reguladora de las Telecomunicaciones, facilitó la conectividad con la Internet para la radio comunitaria, a través de una conexión especial de 64 KB.

Se establecieron tres puntos de acceso a las computadoras en diferentes centros comunitarios. Debido a la carencia de líneas telefónicas, se estableció una conexión de radio por microondas entre Nawalapitiya y Kothmale, y un servidor remoto fue instalado para permitir las conexiones desde el centro de Gampola y otros puntos de acceso en el futuro.

Los costos de la línea de acceso a la Internet en la radio comunitaria y en otros dos puntos de acceso, serán cubiertos por el Gobierno durante un periodo de dos años, durante los cuales la *Radio Comunitaria Kothmale FM* deberá desarrollar una estrategia de generación de ingresos que le permita autosustentarse. Esto significa que la emisora tendrá que generar un ingreso adicional equivalente a 1.000 US\$ dólares por mes.

El proyecto ha incorporado clases de computación y de diseño de páginas Web con la asistencia del *Institute of Computer Technology* (ICT), de un trabajador de la organización *Australian Volunteers International* (AVI), y personal de *Kothmale FM*. El equipo de diseño elaboró el sitio Web de la *Radio Comunitaria Kothmale FM* en tres idiomas; el sitio incluye transmisiones en vivo de la radio.

Tres aspectos sobresalen en este proyecto que combina las nuevas tecnologías de información con un medio más convencional como es la radio:

- **Programa de radio para “navegar” en la Internet:** Una hora diaria durante la cual los locutores interpretan la información de sitios Web previamente seleccionados. La audiencia envía sus preguntas a la emisora para buscar alguna información específica, que luego es difundida en el idioma local para aquellos que no entienden el inglés.
- **La radio comunitaria como proveedora de servicios de Internet:** *Kothmale FM* ha puesto a disposición de los usuarios dos puntos de acceso a la Internet en las bibliotecas comunitarias de Gampola y Nawalapitiya. Estos puntos de acceso se utilizan también para una conexión directa con la emisora, en ocasión de la producción de programas en vivo.
- **Desarrollo de una base de datos comunitaria:** *Kothmale FM* implementa su propia base de datos con la información de la Internet solicitada por la audiencia.

## CONTEXTO Y ANTECEDENTES

---

La Radio Comunitaria *Kothmale FM* comenzó a transmitir en febrero de 1989. Por entonces la *Mahaweli Authority* (una agencia gubernamental de desarrollo que opera en la región central de Sri Lanka), había reubicado a más de 2.900 familias a raíz de la construcción de la segunda represa más grande del país. La Autoridad Mahaweli instaló la emisora de radio para informar a la gente que había sido reubicada, muchos de los cuales perdieron sus tierras de cultivo y sus productos. La emisora se utilizó también para ofrecer informaciones sobre autoempleo y salud.

En febrero de 1991 la emisora transmitía solamente tres días por semana, durante tres horas. En 1999 fue trasladada a una instalación más grande, en Mawathura, donde se encuentra actualmente, y las transmisiones se ampliaron a 8 horas diarias. Las transmisiones matinales fueron comercializadas de manera que la emisora pudiera cubrir un 75% de sus costos de funcionamiento. El manejo financiero se mantuvo bajo la responsabilidad de la *Sri Lanka Broadcasting Corporation* (SLBC).

En 1998 la UNESCO aprobó 50.000 US\$ dólares para iniciar la implementación de un componente de la Internet, lo que permitió el nacimiento del Proyecto Internet de Radio Comunitaria *Kothmale FM* (KCRIP), destinado a promover el acceso a la Internet en áreas rurales remotas de Sri Lanka, a través de unas pocas computadoras y una señal de radio de alcance regional.

La emisora está asentada en la cima de una montaña en la región central de Sri Lanka, en una zona rural de pequeñas granjas, plantaciones de té y arrozales dispersos entre una selva densa y pequeñas aldeas.

## IMPACTO SOCIAL

---

En los centros de acceso los estudiantes diseñan sus propios sitios Web, utilizan la Internet para investigar los proyectos de estudio, y obtienen información sobre instituciones educativas y becas.

Otros miembros de la comunidad han tenido acceso directo a información sobre salud, derechos humanos, agricultura y otros temas que afectan su vida cotidiana. Tanya Notley ofrece algunos ejemplos:

Un hombre vino hace poco muy alterado y confundido porque un médico local había diagnosticado a su hijo la enfermedad de Hirschsprung; a través de la Internet, pudo obtener información y consejos de especialistas de otros países. Un maestro local pudo intercambiar informaciones con otros maestros del mundo sobre el uso de la radio de onda corta en la enseñanza, y aplicar esos conocimientos a una escuela muy remota que carecía de electricidad. Un granjero que tenía la esperanza de expandir su mercado

mediante la cría de gansos, estaba muy complacido cuando obtuvo a través de la Internet los diagramas del corral y datos sobre la alimentación”.

Una campaña para la donación de sangre, una presentación para personas interesadas en el autoempleo, consignas para prevenir una epidemia que afecta a las vacas, colecta de fondos para los hospitales locales, donación de libros para una biblioteca comunitaria... Ésas son algunas de las empresas que ha apoyado *Kothmale FM*.

La información sobre derechos humanos se ha ampliado gracias a la facilidad de acceso a la Internet. Madhushini Nilmabandara y Nilma Samrakool realizan un programa semanal sobre derechos humanos con el apoyo financiero del Centro de Derechos Humanos de la Universidad de Colombo: “La gente no tenía conciencia sobre sus derechos. Por ello les damos información... cómo hacer para protegerlos. Ahora tenemos clubes de derechos humanos en las escuelas y preparamos programas de radio con ellas”, dice Nilma Samrakool. Los estudiantes de las escuelas locales acuden a la emisora para producir programas. Interpretan piezas dramáticas sobre los derechos del niño y de la mujer, y debaten temas relacionados con la guerra en Sri Lanka.

## MEDIOS Y MÉTODOS

---

El proyecto tiene dos vertientes. Por una parte permite acceso directo a la Internet, particularmente a los jóvenes, y acceso indirecto a los oyentes de *Radio Kothmale FM*, que envían sus preguntas o sugieren temas a la emisora, para que ésta los difunda. Un grupo de voluntarios que ha sido capacitado para ello, investiga en la Internet y en CD ROM y reúne la información solicitada, que luego es traducida a los idiomas sinhala y tamil. Semanalmente, todos los programas se difunden en sinhala excepto tres; el 70% de la población de la región es sinhala. Para atender a las comunidades tamil y musulmana, la emisora incluyó programación semanal en tamil a partir de enero de 1999.

Las respuestas a las preguntas de la audiencia se difunden a través de los diferentes programas sobre derechos humanos, mujeres, niños, salud e informaciones internacionales. En el futuro, la información estará disponible para otras emisoras comunitarias a través del sitio Web. Más aun, la emisora ha proyectado hacer transmisiones en línea, para que su programación pueda ser utilizada por otras radios comunitarias de Sri Lanka.

Un programa que se difunde los viernes en la noche es particularmente apreciado por la audiencia, realizado por un abogado que presta voluntariamente sus servicios como animador, y durante la semana prepara sus emisiones. Sus temas incluyen información sobre otras culturas, tradiciones y prácticas, líderes mundiales y movimientos políticos, la ley y los cambios, los grandes científicos de la historia, entre otros.

El personal de la emisora y los voluntarios visitan con frecuencia las comunidades para realizar grabaciones de campo y transmisiones en vivo. Esta comunicación directa es importante, ya que muchos oyentes se encuentran en lugares remotos. La emisora ha logrado tender un puente sobre la brecha comunicacional, mediante la interacción con las comunidades a través de transmisiones grabadas o en vivo. La música es un aspecto esencial en la cultura de Sri Lanka; cada día se difunden canciones tradicionales. En las noches y durante la festividad de Poya también se transmiten rezos budistas.

Cerca de 50 cartas llegan a la emisora cada día, incluso más durante los fines de semana. Estas cartas incluyen colaboraciones espontáneas, poesía, drama, historia, canciones e informaciones sobre acontecimientos locales. Los miembros del club de oyentes de *Kothmale FM* difunden cada día resúmenes de noticias.

### OBSTÁCULOS

El proyecto original de la radio comunitaria, que comenzó en 1989, parece ser el que continúa abordando los problemas de la población rural, mientras que el componente de Internet añadido en 1998 beneficia sobre todo a aquellos que disponen de una línea de teléfono para llamar a la emisora, o aquellos que poseen conocimientos suficientes de inglés y pueden navegar por sí mismos en la Internet.

La dominación del inglés en la Web constituye una barrera para el acceso, aunque en Radio *Kothmale FM* se han contratado personas bilingües de la comunidad para ayudar a los productores de programas. Doctores, abogados y maestros están involucrados en el proyecto; ellos extraen la información de la Internet para los oyentes.

### REFERENCIAS

Este capítulo fue redactado con la información proporcionada por Tanya Notley, voluntaria australiana que trabaja en el proyecto Kothmale FM.

“Villages get wired on air” por Kalinga Seneviratne (Inter Press Service).

“Radio Brings a Revolution in Communication”, por Anthony David, en *UNESCO Sources*, Julio–Agosto 1999.

El sitio Web de Kothmale FM: [www.kirana.lk](http://www.kirana.lk)

# TEATRO TRONO

1989

Bolivia

### DATOS

<b>NOMBRE:</b>	Teatro Trono y Comunidad de Productores de Arte (COMPA)
<b>PAÍS:</b>	Bolivia
<b>ÉNFASIS:</b>	Niños de la calle, drogas, medio ambiente, género
<b>LUGAR:</b>	Ciudad de El Alto
<b>BENEFICIARIOS:</b>	Niños de la calle, población suburbana
<b>ALIADOS:</b>	Cinemateca Boliviana
<b>FINANCIAMIENTO:</b>	Caritas Holanda, SKN, Terre des hommes, Ashoka
<b>MEDIOS:</b>	Teatro

### ANECDOTARIO

*A principios de 1991, durante una de las reuniones del Teatro Trono, un grupo de niños de la calle habla de un nuevo proyecto:*

*“¡Nadie lo va a financiar!”*

*“¿Pero, cuánto podría costar?”*

*“Bueno... necesitaríamos una casa para ocho personas, para que todos vivamos juntos, y ¡necesitamos también algo que comer!”*

*“¡Podríamos robar! — dice el Ch’ila, un pequeño aymara, que a sus 13 años de edad parece que tuviera 10 en realidad— ¡y luego depositamos el dinero en un banco!”*

*Sus ojos brillan mientras sus manos describen en detalle un improbable robo, en algún lugar de la ciudad de La Paz. Sigue una larga lista de ideas locas y creativas, que poco a poco se transforman en lo que más tarde será COMPA, la Comunidad de Productores de Arte, formada por jóvenes y niños de la calle que son parte del Teatro Trono.*

*¿Por qué el nombre de “trono”? Para otorgarle un nuevo sentido a la palabra “tronar”, que es como los jóvenes han apodado al Centro de Diagnóstico y Terapia para Varones (CDTV), una institución del Gobierno para la rehabilitación de niños de la calle. “Trono” tendrá ahora un nuevo*

significado: poner a los niños en el trono, como reyes de la imaginación y de la fantasía. En ese centro de rehabilitación nació el Teatro Trono en la Navidad de 1989.

Con la cantidad de esfuerzo personal que invirtieron, no fue necesario robar como había sugerido el Ch'ila años antes. El trabajo persistente del Teatro Trono durante los años noventa hizo posible la consolidación de COMPA, una organización cultural de los niños y jóvenes de la calle, que incluye además del elenco dramático un cineclub, una biblioteca, una venta de revistas, un grupo de titiriteros, y coordina regularmente exposiciones itinerantes de fotografía y arte.— Adaptado del libro: “El mañana es hoy”, de Iván Nogales Bazán, Claudio Urey Miranda, Ángel Urey Miranda y Juan Santos Cornejo.

#### DESCRIPCIÓN



El *Teatro Trono* es la “punta de lanza” de COMPA, la Comunidad de Productores de Arte. Todo comenzó en 1989 como resultado de una experiencia de trabajo con niños de la calle; al principio el grupo trabajaba en el marco de una institución del Gobierno,

pero muy pronto ganó independencia y autonomía para continuar desarrollando actividades culturales para niños y jóvenes de la ciudad de El Alto.

Casi todos los miembros fundadores de *Teatro Trono* fueron antes niños de la calle. En relativamente pocos años tuvieron éxito en consolidar COMPA y el *Teatro Trono*, proyectos en los que los niños y jóvenes han asumido las responsabilidades de gestión.

A través del tiempo el grupo ha consolidado una organización capaz de ofrecer a la población de El Alto una gama de actividades culturales: teatro, biblioteca, películas, muestras de arte. Cuatro grupos dramáticos están en actividad, uno de los cuales es un grupo de niños que se organizó en un centro de adopciones.

El *Teatro Trono* tiene un repertorio de 14 obras, todas ellas desarrolladas como creaciones colectivas. Piezas como *Vida de perro*, *El meón*, *Así es la vida*, *La leyenda de la hoja de coca*, *De burros y flores*, *Hecho bolsa*, han sido representadas no solamente para la audiencia de los barrios populares de El Alto, sino también en festivales y eventos culturales nacionales. En el ámbito nacional se hicieron más de 300 representaciones para aproximadamente 90.000 personas. Además, durante las giras internacionales por Europa y América del Norte *Teatro Trono* realizó 170 presentaciones para aproximadamente 25.000 personas.

Los temas desarrollados durante los primeros años tenían mucho que ver con la vida cotidiana de los niños de la calle y su relación con

la comunidad y con las instituciones locales. *Vida de perro* mostraba descarnadamente la vida miserable de los niños de la calle; otra obra, *El meón*, ridiculizaba a la burocracia de las instituciones del Gobierno que se ocupan de niños de la calle.

Paulatinamente, el interés del grupo se amplió hacia otros temas importantes que no habían sido suficientemente debatidos en las zonas urbanas marginales de El Alto, como por ejemplo: derechos del niño, identidad nacional, narcotráfico, conciencia sobre el medio ambiente, igualdad de género, liderazgo, etc. No solamente el teatro, sino también otros medios— danza, video, títeres— permiten abordar esos temas. Aunque es cierto que esa evolución ha sido impulsada por las prioridades de las instituciones donantes, también es cierto que el *Teatro Trono* vio la necesidad de evolucionar hacia una perspectiva más amplia de su país y del mundo.

Actualmente casi todo el trabajo que realiza el *Teatro Trono* es sobre prevención. La experiencia de vida de los fundadores del grupo lo ha llevado a trabajar con niños y jóvenes antes de que se lancen a las calles, apoyando de ese modo la iniciativa de otras organizaciones sociales que aspiran a fortalecer los lazos familiares y promover los derechos del niño.

No ha sido fácil obtener financiamiento para las actividades del *Teatro Trono*; durante los primeros años el grupo hacía las representaciones en las calles y pasaba el sombrero para cubrir las necesidades básicas. *Ashoka* y otras organizaciones apoyaron con fondos semilla, y recientemente un apoyo de *Caritas* Holanda durante tres años permitió cierta estabilidad hacia el futuro.

El desafío que tiene delante el *Teatro Trono* es permanecer como un grupo independiente, evitar la burocratización de sus miembros, y continuar operando en la lógica de la autogestión y de la toma colectiva de decisiones.

#### CONTEXTO Y ANTECEDENTES

El Alto es la ciudad más pobre de Bolivia. Apenas hace 20 años, era una extensión de la sede de Gobierno, La Paz, hasta que se convirtió en una enorme barriada para gente de muy bajos ingresos y obtuvo el estatuto de ciudad. Ha continuado creciendo hasta convertirse en la tercera ciudad del país, y su población podría alcanzar la de La Paz en pocos años. La mayoría de los 700.000 habitantes de El Alto vive en la marginalidad, con muy pocos recursos; los servicios de salud y educación son precarios y el desarrollo cultural está lejos de constituir una prioridad.

Sobre todo, los niños de El Alto viven en una situación muy difícil. Debido al desempleo y a la migración, hay más de siete mil niños de la calle en las cuatro principales ciudades de Bolivia, entre ellas El Alto. Los centros de rehabilitación y los asilos del Gobierno son

insuficientes. De los niños que ingresan en esas instituciones, aproximadamente el 25% es mantenido en custodia por robo, un 11 % por vagabundeo, y 18% por mala conducta. Los niños y jóvenes de El Alto no tienen alternativas para distraerse, lo cual los hace presa fácil del alcoholismo, de las drogas y de la promiscuidad sexual.

Más que en ninguna otra ciudad de Bolivia, los niños y jóvenes de El Alto padecen de la falta de alternativas educativas y culturales. Un puñado de grupos y organizaciones no gubernamentales (ONG) luchan para crear esas alternativas y ofrecer a los adolescentes la posibilidad de involucrarse en actividades artísticas como la poesía, la escultura, la pintura, la música, la danza, la fotografía y la producción en video. COMPA y el *Teatro Trono* son un ejemplo importante de esas alternativas.

### IMPACTO SOCIAL

Son muy evidentes los cambios en la vida de aquellos que desde un principio participaron en la experiencia del *Teatro Trono*: ya no viven más en las calles. “Se trasladaron del escenario de la calle al escenario del teatro, y éste se convirtió en el medio para convertirse en protagonistas en la vida real”, dice Iván Nogales. Y añade: “Promovemos el protagonismo de los niños y jóvenes en la perspectiva de buscar nuevos líderes para el futuro. Hay un vacío de liderazgo entre los niños y jóvenes de este país, nosotros queremos cambiar esa situación a través del teatro”.

La influencia de COMPA y del *Teatro Trono* se ha extendido sobre otras zonas de la ciudad de El Alto, y sobre otras ciudades de Bolivia. Los adolescentes de ambos sexos tienen ahora acceso a actividades alternativas y de educación no formal que contribuyen a fortalecer su autoestima, su identidad cultural y su perspectiva de género, permitiéndoles de esa manera organizarse en nuevos grupos de teatro que generan sus propios recursos y participan eficientemente en la dinámica local de la vecindad.

El *Teatro Trono* ha proporcionado una forma decente de vivir a muchos niños y jóvenes que, de otra manera, no habrían tenido oportunidades en El Alto. El *Teatro Trono* ha sentado los cimientos de COMPA, que en el curso de los años ha desarrollado un proceso innovador que involucra comunicación, educación y cultura, profundamente enraizado en las zonas socialmente marginadas de El Alto.

Las presentaciones del *Teatro Trono* han llegado a más de 80.000 niños en El Alto y La Paz, con mensajes sobre temas ambientales; y 15.000 con mensajes sobre la Reforma Educativa. Las obras sobre autoestima, género, identidad cultural, y liderazgo de jóvenes, han tenido un impacto sobre los niños y han estimulado a algunos grupos

a organizarse en torno a actividades culturales. Muchos niños y adolescentes han sido rescatados de las drogas y de la marginalidad, y ahora desarrollan actividades culturales beneficiosas para su formación.

### MEDIOS Y MÉTODOS

Toda la metodología del *Teatro Trono* se basa en el trabajo colectivo y en la participación activa de sus miembros. Aunque se considera importante el crecimiento individual de cada participante, el objetivo principal es fortalecerse colectivamente. El grupo se involucra en todas las etapas de desarrollo de las iniciativas, ya sea en el proceso de creación de una nueva obra, o en la gestión de los recursos. En cada instancia, se requiere una decisión colectiva para proceder.

La capacitación se realiza en cinco etapas que buscan despertar el talento creativo y el sentido crítico de niños y adolescentes, a través de varias técnicas dramáticas.

El proceso de creación de una nueva obra, incluye una etapa de investigación en el ámbito comunitario, y la definición de los personajes basados en personas reales, los “héroes” comunitarios con los que la audiencia se puede identificar fácilmente. Estos son caracterizados como personajes decididos y con mucha fuerza de voluntad, dispuestos a luchar por su comunidad y a enfrentar a las autoridades del Gobierno.

### OBSTÁCULOS

La ausencia de fuentes de financiamiento externas durante los primeros años hizo que el *Teatro Trono* viviera una situación muy frágil. El grupo tuvo que generar recursos propios a través de representaciones en la calle, lo cual tenía un límite.

Esa situación tuvo impacto sobre todo en los actores más jóvenes, recientemente incorporados, que en su mayor parte eran adolescentes de la calle sin contacto con sus familias originales, adaptados ya a vivir la “cultura de la calle” predominante en El Alto. Además, eran emocionalmente poco estables y los problemas personales afectaban seriamente su participación en las actividades del *Teatro Trono*.

Paradójicamente, el hecho de disponer ahora de mayores recursos externos, también ha tenido un impacto en la naturaleza misma del trabajo del *Teatro Trono* y de la Comunidad de Productores de Arte (COMPA). El financiamiento externo viene siempre con condiciones y amarres, por ejemplo la obligación para el *Teatro Trono* de convertirse en una organización legalmente establecida, una institución reconocida por ley, armada de una jerarquía administrativa y de procedimientos contables. De alguna manera esto llevó al *Teatro Trono* a abandonar paulatinamente el trabajo en la calle y a concentrar los

esfuerzos en otras audiencias, incluyendo la audiencia internacional. Muy pronto, el *Teatro Trono* puede convertirse en una respetable compañía teatral, pero el riesgo es que para entonces se haya separado de sus raíces. Algunos temas impuestos por los donantes, por ejemplo medio ambiente y género, se han convertido en lo esencial del repertorio del *Teatro Trono*.

#### REFERENCIAS

La información para este capítulo fue proporcionada por Iván Nogales a través de intercambio por correo electrónico.

En el libro *El mañana es hoy*, Iván Nogales Bazán, Claudio Urey Miranda, Ángel Urey Miranda, y Juan Santos Cornejo, narran su experiencia como fundadores del *Teatro Trono*. Editorial Plural, 1998. 358 páginas.

*Pata chueca* por Stefan Gurtner. Editorial Los Amigos del Libro, La Paz, 1998.

*La Hoja Sagrada*, dirigido por Iván Sanjinés, es un breve video documental que ilustra el trabajo del *Teatro Trono*. Bolivia, 1993, 17 minutos.

El sitio Web del *Teatro Trono*: [www.compatrono.tripod.com](http://www.compatrono.tripod.com)

# WAN SMOLBAG

1989

Vanuatu

#### DATOS

NOMBRE:	The Wan Smolbag Theatre for Development
PAÍS:	Vanuatu
ÉNFASIS:	Salud, SIDA, medio ambiente, gobernabilidad
LUGAR:	Vanuatu, Islas Salomón
BENEFICIARIOS:	Población general en Melanesia
FINANCIAMIENTO:	Department for International Development (DFID), FNUAP, UNOPS, NZODA, AusAID, FSP, UNICEF, Save the Children
MEDIOS:	Teatro, video, audiocasetes

#### ANECDOTARIO

*Otro día lluvioso en la casa de Wan Smolbag, en Vila. Ésta debería ser la temporada seca, ¡pero es como si el sol no hubiera brillado en varias semanas! La lluvia obliga a todos a quedarse dentro del edificio y hace que el espacio resulte más estrecho. Diez actores de medio tiempo de Tagabe y once actores del plantel permanente de Wan Smolbag están reunidos para trabajar en la radionovela "La Familia de Sarah", veinte episodios sobre temas de salud reproductiva, producidos con el apoyo económico de Oxfam Nueva Zelanda. Los actores más jóvenes, contratados a medio tiempo, están sentados alrededor, revisando sus guiones, y de vez en cuando desaparecen en el estudio de grabación que está atrás.*

*La casa está llena, dos grupos asociados a Wan Smolbag ensayan antes de partir en gira por las islas. Wan Smolbag Kids irá a la isla de Santo, para presentar en escuelas y comunidades piezas sobre derechos del niño y salud reproductiva. El Health Force Theatre (Teatro Fuerza de Salud), integrado por gente mayor del poblado de Blacksands, se alista también para salir en gira hacia Tongoa. Por última vez ensayan "Louisa's Choice" (La Opción de Luisa), una pieza sobre la violencia doméstica. La obra concluye cuando los actores dicen: "es malo pegar a las esposas" y muestran tres cartones donde se lee "estoy de acuerdo", "estoy en desacuerdo" y "no sé". La audiencia tendrá que escoger una respuesta y a partir de allí la discusión puede prolongarse varias horas. Uno de los actores que salió para confirmar*

*la hora del vuelo regresa disgustado: el avión no podrá aterrizar en Tongoa porque la hierba ha crecido demasiado en la pista. Tendrán que esperar varios días hasta que alguien la corte.*

*En la tarde, un autobús se aproxima con un grupo de mujeres, que para escapar de la lluvia se apresuran a través de la puerta del “Youth Drop-in Centre” (Centro de Recepción de Jóvenes), en la parte posterior del edificio. Las mujeres vienen desde poblaciones cercanas, para recibir orientación sobre planificación familiar y salud reproductiva. Como la grabación de la radio-novela concluyó temprano, un grupo de actores está libre para interpretar piezas cortas frente a las mujeres. Estas piezas son como diagramas biológicos que muestran cómo las enfermedades transmitidas sexualmente se propagan dentro del cuerpo humano. Al terminar la representación las mujeres preguntan de todo a las enfermeras, desde “cómo se hacen los mellizos” hasta “por qué los hombres con enfermedades venéreas orinan con dificultad”. ¡Las enfermeras se sienten aliviadas cuando llega la pausa del té y pueden distribuir frutas y sándwiches!— Escrito por Jo Dorras, de WAN SMOLBAG.*

#### DESCRIPCIÓN

En 1989, quince actores voluntarios organizaron en Vanuatu una ONG para trabajar en las comunidades con temas sociales y de medio ambiente. El grupo tomó el nombre de *Wan Smolbag* (en bislama, el idioma de Vanuatu), porque querían demostrar que el teatro puede ir a todas partes; con “una bolsa pequeña” (*one small bag*, en inglés) para llevar algunos disfraces, el grupo estaba listo para producir piezas dramáticas sobre salud y medio ambiente, y viajar a las aldeas más remotas en las islas del Pacífico.

El grupo ha escrito y dirigido una gran cantidad de obras, piezas dramáticas cortas, y talleres de teatro participativos sobre medio ambiente, salud, derechos humanos y sociales. El grupo ha montado obras con contenido científico y animado piezas dramáticas con mensajes e informaciones que involucran la participación de la audiencia. Su actividad se extiende sobre Vanuatu y otras islas del Pacífico, utilizando las obras y los talleres de capacitación como un medio para diseminar la información y para estimular el debate en el ámbito comunitario. Lo más importante en el trabajo de *Wan Smolbag* son las obras dramáticas de 20 a 50 minutos de duración sobre temas de medio ambiente, salud, gobernabilidad y población. Las presentaciones en aldeas remotas permiten al grupo quedarse en la noche y discutir en detalle cada tema después de cada representación.

El Departamento para el Desarrollo Internacional (DFID) de Gran Bretaña ha sido el principal sostén de *Wan Smolbag* durante seis años. El grupo es bien conocido en el sector de la educación no formal en la región del Pacífico. Durante los cuatro o cinco años recientes ha concentrado su trabajo en los sectores más desfavorecidos de la sociedad en Port Vila y en las islas de Vanuatu. Muchos de los

temas que interesan a la gente tienen que ver con la gobernabilidad: carencia de servicios básicos, ignorancia sobre sus derechos, maltratos en las escuelas y en las comisarías de policía, violencia doméstica y mujeres sin acceso a la toma de decisiones.

Desde 1989, *Wan Smolbag* ha trabajado en el área de educación para la salud. Son muchos los temas que han sido cubiertos desde entonces, pero el énfasis está en el área de la salud reproductiva, enfocando problemas como los embarazos juveniles, la mortalidad materna, las enfermedades transmisibles sexualmente y el VIH/SIDA. Con frecuencia, cada obra está adaptada para un grupo de edad específico, y hay obras para audiencias urbanas y rurales. Cerca de 50 obras han sido producidas hasta ahora.

El primer acercamiento de *Wan Smolbag* al tema de la gobernabilidad tuvo lugar en 1993, cuando el UNICEF contrató al grupo para producir y representar una obra sobre Derechos del Niño, frente a la Comisión del Pacífico Sur, para provocar una discusión sobre la Convención sobre los Derechos del Niño y lograr la ratificación por los países miembros.

Aunque el teatro en vivo es el medio más eficaz para transmitir los mensajes, a veces se requiere de otros medios. Además de las representaciones, *Wan Smolbag* produce libros, programas de radio y videos, utilizando actores y títeres para alcanzar un segmento más amplio de la población. Entre las producciones de video destacan:

*George y Sheila*, sobre el papel de hombres y mujeres en la sociedad de Melanesia. *La estrella del Pacífico*, una comedia musical que aborda problemas de desarrollo. *Cosas de las que no hablamos* (1996), un film sobre los incapacitados. *Política, corrupción y voto*, sobre la corrupción de los políticos. *Sobre el arrecife* (1995), un musical divertido y agudo que trata de las amenazas sobre el medio ambiente marino. *El camino Kasis* (1996) sobre planificación familiar. *No podría suceder aquí* (1998), sobre el virus del dengue y los mosquitos que lo transmiten. *Wan Presen Blong Niufala Bebe* (1998) narra una historia de la malaria a través de actores y títeres. *Vot Long Pati la!* (1999) es un video reciente de *Wan Smolbag* sobre temas de gobernabilidad.

#### CONTEXTO Y ANTECEDENTES

El teatro es un medio particularmente apreciado debido a la cantidad de lenguas que se hablan en los países de Melanesia. Vanuatu tiene más de 90 lenguas, las Islas Salomón, más de 100 y Papua Nueva Guinea, más de 800. Sin embargo, el bislama, que comenzó como una forma rápida de establecer comunicación entre los monolingües en inglés y los multilingües de Melanesia, sigue siendo un instrumento de comunicación importante en Vanuatu. El grueso de la programación en la radio, que es el medio de comunicación más democrático del país, se hace en bislama.

El teatro *Wan Smolbag* comenzó a raíz de una iniciativa de Jo Dorras y Peter Walker sobre educación para la salud, con el apoyo del Departamento de Salud de Vanuatu. La ayuda de *Community Aid Abroad* (Ayuda Comunitaria en el Extranjero) y de *British Aid* (Ayuda Británica), permitió comenzar con mensajes sobre salud, y más tarde expandirse más allá de Vanuatu en un programa regional.

### IMPACTO SOCIAL

---

*Wan Smolbag* se ha visto involucrado en algunas actividades muy estimulantes, que constituyen una prolongación de su trabajo teatral y un resultado de las relaciones profundas establecidas con algunas comunidades.

En 1995, una serie de talleres de capacitación para niños que no estaban escolarizados derivó en la creación de *Wan Smolbag Kids* (Niños de *Wan Smolbag*). Los miembros de este grupo tienen entre 11 y 16 años de edad. El grupo representa obras para los estudiantes de primaria, sobre higiene dental, la fiebre del dengue y la fisiología del cuerpo humano. Un grupo central de nueve niños se ha convertido en un añadido semipermanente al teatro *Wan Smolbag*, y aparece en los videos y en las obras dramáticas.

*Wan Smolbag* invirtió seis meses en 1997 trabajando en estrecha relación con las comunidades de Blacksands y de Tagabe. Una de las obras, dirigida a fortalecer los vínculos con la gente mayor, derivó en el Proyecto Comunitario Blacksands. Entre los participantes, el más viejo tenía unos sesenta años de edad, y el más joven, apenas diez.

Las obras sobre salud reproductiva que *Wan Smolbag* ha desarrollado a lo largo de diez años apuntan a audiencias diversas, cuya respuesta ha sido siempre entusiasta. Sin embargo, una pregunta sigue pendiente: ¿Qué sucede si la gente ya tiene todo el conocimiento necesario y supera la vergüenza, pero las clínicas locales tienen órdenes de no proveer de anticonceptivos a quienes no están casados? ¿Qué pasa si los servicios quedan demasiado lejos de la gente? Por ello que se creó en febrero de 1999, con financiamiento de DFID, NZODA, AusAID, SPC y FNUAP, el *Kam Pussem Hed* (Centro de Recepción de Jóvenes), un consultorio de salud sexual y reproductiva.

Otra iniciativa que derivó del trabajo teatral es el *Turtle Monitor* (Vigilancia de Tortugas), un grupo de gente de la comunidad interesada en contribuir a la campaña en favor de las tortugas marinas. Ese grupo vigila las playas donde las tortugas vienen a depositar sus huevos y orienta a la gente sobre la conservación de la tortuga. La actividad ha logrado que las comunidades prohíban comer la carne y los huevos de tortuga. Esta iniciativa, que empezó como una red de vigilantes en la isla de Efate, se ha extendido a cinco islas más.

La Comisión Electoral de Vanuatu quería informar a la población sobre los derechos electorales en ocasión de las elecciones de 1998. *Wan Smolbag* montó una obra y capacitó a actores de varias islas; siete grupos de cinco actores fueron enviados en gira y representaron la obra en aproximadamente un 90% de las aldeas de Vanuatu. Se trataba de una pieza corta, que dejaba tiempo para la discusión. Mucha gente afirmó que había decidido no votar, pero después de ver la obra comprendió la importancia de hacerlo.

### MEDIOS Y MÉTODOS

---

*“Somos uno que actúa como muchos. Somos muchos actuando como uno solo”.*

En Vanuatu son muchos los que no saben leer y escribir, muchos los que solamente acudieron a la escuela uno o dos años. Es gente que necesita información pero no puede obtenerla de los libros; la radio no cubre a toda la población, no todos tienen radios portátiles y si las tienen, carecen de recursos para comprar pilas. En las aldeas, el teatro permite ver las cosas con claridad y entender los mensajes.

El modelo de teatro popular desarrollado por *Wan Smolbag* permite a la población de las comunidades abordar temas del medio ambiente, la gobernabilidad y los problemas de salud reproductiva. Las piezas dramáticas muestran la transmisión a través de las relaciones sexuales de enfermedades como la gonorrea. *Wan Smolbag* ha diseñado “diagramas biológicos móviles”, donde los actores se disfrazan, por ejemplo, de óvulos y espermatozoides. Las piezas se componen de segmentos muy breves, a veces de 30 segundos solamente. Después de la representación se invita a la audiencia a resumir lo que acaba de ver y a responder algunas preguntas. Las actuaciones pueden detenerse en cualquier momento para que los actores provoquen una discusión entre el público. En una de las obras, los actores hacen alto para preguntar a la audiencia lo que va a suceder después. Dependiendo de las preguntas, este proceso puede tomar hasta una hora.

En Port Vila, *Wan Smolbag* mantiene dos enfermeras a tiempo completo para apoyar las actividades. El consultorio de salud reproductiva está incorporado a las instalaciones del grupo teatral, ofrece videos y otros materiales de educación para la salud.

En los talleres de capacitación, participantes de entre 11 y 70 años intervienen en juegos dramáticos, se expresan a través de sociodramas y cuentan sus historias, que son la base para las obras que representan.

### OBSTÁCULOS

---

El mayor obstáculo enfrentado por *Wan Smolbag* se relaciona con los temas de salud reproductiva: el grupo proporciona información sobre las infecciones transmitidas sexualmente, pero el impacto del teatro

puede ser nulo si los profesionales de salud se niegan a facilitar condones a los jóvenes. Las tradiciones pueden también constituir un obstáculo, al igual que la influencia de algunos grupos religiosos.

Uno de los mayores desafíos consiste en mantener la frescura y novedad del trabajo, y evitar que las obras se repitan durante mucho tiempo. *Wan Smolbag* ha desarrollado maneras novedosas de transmitir mensajes similares a través de obras diferentes. Los estilos dramáticos cambian para que los mensajes parezcan nuevos. El grupo evalúa constantemente el impacto de sus actividades, tratando de mejorar tanto las actuaciones como los contenidos.

Finalmente, otro desafío es encontrar el financiamiento necesario para mantener las actividades de *Wan Smolbag*. Es una responsabilidad grande ser una institución que emplea muchos jóvenes en un país donde la tasa de desempleo es de 70%. “Nos ha ido bien hasta ahora, pero algunos donantes prefieren apoyar a grandes organizaciones en vez de grupos de acción comunitaria, lo cual puede hacer difícil nuestro futuro y hacer que la sangre le suba a uno a la cabeza” dice Jo Darras.

#### REFERENCIAS

Intercambios por correo electrónico con Jo Darras y Peter Walker, fundadores de *Wan Smolbag*.

El sitio Web de *Wan Smolbag*: <http://www.tellusconsultants.com/wansmolbag/>

# LA VOZ DE LA COMUNIDAD

1990 Guatemala

#### DATOS

<b>NOMBRE:</b>	La Voz de la Comunidad
<b>PAÍS:</b>	Guatemala
<b>ÉNFASIS:</b>	Organización comunitaria
<b>LUGAR:</b>	San José Buenavista, Ciudad de Guatemala
<b>BENEFICIARIOS:</b>	25.000 pobladores de San José Buenavista, Santa Luisa el Milagro y La Trinidad.
<b>ALIADOS:</b>	ASEP, FGER, ALER, AMARC, PRODESA, Cruz Roja
<b>FINANCIAMIENTO:</b>	ASEP, WACC, FGER, Cooperación Española
<b>MEDIOS:</b>	Radio

#### ANECDOTARIO

El barranco donde se asienta la colonia San José Buena Vista está a escasos mil metros al oeste de la plaza principal de Ciudad de Guatemala. Esa pequeña distancia separa dos mundos: sobre la plaza principal se yerguen como símbolos de poder la Catedral y el Palacio Presidencial, hoy Palacio de la Cultura, mientras en el barranco se sostienen, casi en el aire, los barrios más pobres de la capital. Entre ambos sectores está “El Gallito”, el temido barrio donde ni siquiera la policía se atreve a ingresar. El lugar está controlado por traficantes de drogas y bandas juveniles.

Desde arriba del barranco se distingue una cascada de techos de lámina; centenares de pequeñas casas construidas una encima de otra, como un frágil castillo de naipes. Los vehículos llegan solamente hasta la cresta del barranco, el resto del recorrido es a pie por un empinado sendero que se prolonga hasta el Río La Barranca. Mujeres y hombres suben penosamente cargados de cajas y enseres.

Una mujer golpea la pared de una casa de dos pisos; tres metros más arriba se abre una pequeña ventana: “¿Qué quiere?”, asoma la cabeza de Don Juan Guzmán, el dueño de la tienda “La Canasta”. “Una barra de jabón y un juego de baterías para la radio”, pide una

señora a tiempo de colocar en la canasta un billete de 20 quetzales. La canasta se eleva colgada de una cuerda y desciende poco después con el pedido.

A pocos pasos de allí está *La Voz de la Comunidad*. El color verde claro de sus muros hace brillar la construcción como una esmeralda entre el conjunto de casas de cemento. Reynaldo Gálvez, el director de la radio, presenta a dos jóvenes locutores y a Manuel “Meme” Álvarez Castro, uno de los miembros fundadores. Meme es la memoria viva de la radio, recuerda los momentos difíciles vividos por los pobladores de la barranca, y la manera como *La Voz de la Comunidad* prestó su apoyo.

“Hace una semana, cinco niños se ahogaron en el río; sus cuerpos aparecieron 14 kilómetros más abajo. La radio participó en la búsqueda toda la noche, dando consignas para movilizar a la comunidad, pero yo era demasiado tarde”, dice Meme. Reynaldo añade, “Cuando vino el huracán Mitch salvamos muchas vidas porque pudimos avisarle a la gente que saliera de sus casas a tiempo, hacia los refugios. Varias casas se desmoronaron, arrastrando a otras en su caída hacia el río”.

#### DESCRIPCIÓN



*La Voz de la Comunidad* nació el 19 de agosto de 1990 con un sistema de seis bocinas, un pequeño amplificador y dos tocadiscos. Algunos la conocieron como “La Voz del Barranco”, por estar incrustada en las laderas del Río La Barranca, que atraviesa una zona central de la capital de Guatemala. La

experiencia se inició con el apoyo técnico de la Asociación Salud para el Pueblo (ASEP) y financiamiento de la *World Association of Christian Communication* (WACC) y Proyecto de Desarrollo Santiago (PRODESA), una institución religiosa de Guatemala.

Durante nueve años, el proyecto se desarrolló en el seno de la comunidad San José Buena Vista, pero en noviembre de 1999 se transformó en una emisora de FM, ampliando su cobertura sobre otros dos asentamientos del barranco: Santa Luisa el Milagro y La Trinidad.

Las transmisiones de la emisora se hacen en la frecuencia de 108 FM. De acuerdo a las leyes de radiodifusión en Guatemala, *La Voz de la Comunidad* es una radio “ilegal” o “pirata”. Ha mantenido un perfil bajo para evitar sanciones y, paradójicamente, es la única emisora FM que decidió voluntariamente limitar el alcance de su cobertura, colocando la antena en el punto más bajo de su topografía, en lugar de buscar el lugar más alto. Aunque dispone de un transmisor de 20 vatios, solamente utiliza 8 vatios de potencia.

La programación de *La Voz de la Comunidad* se inicia todos los días a las 5.30 de la mañana y concluye en la noche a las 22.00 horas. La mayor parte de la programación está constituida por música, con excepción de un programa para niños (“*Patojitos*”) y uno para jóvenes (“*Entre cuates*”).

Antes de que se iniciaran las transmisiones en FM, la programación era más variada, incluía segmentos como *Noticias del barrio*, *Editorial*, *La familia: el mejor frente contra las drogas*, *Aprendiendo entre niños*, *Platicando con usted* (entrevistas). Todos estos programas eran producidos localmente. Además, se difundían programas pregrabados de la Cruz Roja Internacional sobre derechos humanos, y otros de la Asociación Latinoamericana de Escuelas Radiofónicas (ALER) y la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC).

En la etapa actual, a pocos meses de haber iniciado las emisiones en FM, la radio está concentrada en los aspectos organizativos y de capacitación técnica. “Es un proceso de acumulación de fuerzas”, dice Reynaldo Gálvez, quien rechaza el título de director. “Yo simplemente hago un acompañamiento de las actividades decididas por la comunidad”, añade. Se ha previsto en un futuro inmediato el establecimiento de nuevos programas con contenido educativo y cultural, realizados con mayor sentido profesional.

El nuevo perfil de *La Voz de la Comunidad* hace énfasis en los aspectos participativos: “Una radio que promueva la organización comunitaria como alternativa de desarrollo para la comunidad. Una radio donde los micrófonos estén siempre abiertos para todas las personas, especialmente para los más pobres. Una radio que procure y promueva la capacitación de nuevos comunicadores comunitarios”.

La emisora se propone atender a través de su programación las necesidades de la comunidad en áreas como la educación y la democracia: “Una radio que fortalezca la conciencia comunitaria y la identidad nacional”; “Una radio que transmita conocimientos nuevos a la gente y que le ayude a vivir mejor”; “Un instrumento para garantizar el uso del derecho humano a la libre expresión”; “Una radio que oriente y promueva una mayor participación política de la sociedad civil”.

#### CONTEXTO Y ANTECEDENTES

En la capital de Guatemala coexisten la extrema riqueza y la extrema pobreza, separadas apenas por unos metros. La topografía de la ciudad hace que en los terrenos planos de las alturas, se haya instalado la población con mayores recursos económicos, mientras en los barrancos y en los lechos de los ríos han crecido los asentamientos que no cuentan con los servicios elementales de electricidad, agua potable, teléfono.

Desde su inicio, *La Voz de la Comunidad* ha optado por la participación local para el desarrollo de sus actividades. Las decisiones sobre la programación se toman colectivamente en un grupo de 17 jóvenes “miembros del grupo de comunicadores” del barrio, en reuniones que se realizan todos los jueves.

Algunas instituciones, como la ASEP y la Federación Guatemalteca de Escuelas Radiofónicas (FGER), acompañan este proceso sin por ello intervenir directamente en las decisiones. La FGER ha incluido a *La Voz de la Comunidad* en su red de radios comunitarias, que agrupa a 12 emisoras de Guatemala y ofrece regularmente cursos de capacitación.

*La Voz de la Comunidad* es una de las emisoras integradas en el Proyecto de Reeducación de la FGER, que se extenderá cinco años. El plan, implementado gradualmente, contempla el fortalecimiento de pequeñas emisoras comunitarias en cinco áreas: capacitación, gestión, investigación, programación y reeducación tecnológica.

---

**OBSTÁCULOS**

*La Voz de la Comunidad* es una de las sesenta emisoras comunitarias consideradas “ilegales” por el Gobierno de Guatemala. La concentración de las frecuencias de radio y televisión en muy pocas manos, y la connivencia entre las autoridades y los empresarios privados para acaparar las frecuencias, derivó a fines de 1999 en una legislación que pone las frecuencias en remate al mejor postor. Las radios comunitarias quedan de ese modo despojadas de las frecuencias que utilizaban, al no tener acceso a sumas que superan decenas de miles de dólares.

De ese modo, *La Voz de la Comunidad* opera casi clandestinamente. Constituye un caso único de una emisora situada en las alturas, pero que ha optado por levantar su antena en el fondo de un barranco, para de ese modo prevenir una intervención del Gobierno con el argumento de que la emisora está interfiriendo con otras radios comerciales. *La Voz de la Comunidad* ha restringido voluntariamente su alcance, para cubrir solamente las cinco mil familias que viven en los tres asentamientos del barranco. Sólo con la obtención de una frecuencia propia podría cambiar esta situación.

La precariedad de su existencia legal ha sido uno de los factores que han impedido desarrollar una mayor participación comunitaria y que han mostrado los límites de operar con personal voluntario. En algunas etapas, solamente tres personas mantenían la continuidad de la experiencia. A esto se sumaron los problemas técnicos que en varias ocasiones obligaron a suspender las emisiones durante dos

Alrededor de cinco mil familias pobres viven en San José Buenavista, Santa Luisa el Milagro y La Trinidad, en las laderas de un barranco debajo del puente El Incienso, no muy lejos del centro histórico de la capital. En la parte alta del barranco está “El Gallito”, un barrio de estrechas calles conocido por hechos de violencia ligados al tráfico de drogas. Los habitantes de San José Buenavista y los otros asentamientos vecinos son esforzados albañiles, empleadas domésticas, mecánicos, cuyos salarios no les permiten sino improvisar pequeñas viviendas en los terrenos deleznable cercanos al Cementerio General.

En esa zona trabaja desde 1987 la Asociación Salud para el Pueblo (ASEP), una organización no gubernamental (ONG) local que trata de mejorar las condiciones de vida de los pobladores, a través de programas de salud, educación, organización comunitaria y comunicación.

En 1989 ASEP realizó un diagnóstico socioeconómico de la zona que determinó, entre otras, la necesidad de trabajar en el área de la comunicación. Una experiencia anterior en la que se habían utilizado bocinas instaladas en el Centro Social, determinó que se optara por establecer *La Voz de la Comunidad* como un medio permanente de comunicación comunitaria. Seis altavoces fueron instalados en lugares estratégicos de la comunidad.

---

**IMPACTO SOCIAL**

*La Voz de la Comunidad* ha transformado la vida comunitaria en los asentamientos del barranco. Quizás esto no sea fácil de apreciar a primera vista, ya que la programación de la radio consiste fundamentalmente en música; sin embargo este instrumento de comunicación ha contribuido a través de los años a crear un sentido de unidad y comunidad entre los pobladores.

Su función ha sido fundamental, por ejemplo, en el proceso que llevó a la introducción del agua potable en los asentamientos de la barranca. Toda la movilización de la población se hizo a través de las bocinas de *La Voz de la Comunidad*. Desde la emisora se coordinaban los grupos de trabajo voluntario, se establecían las listas con los nombres y se llamaba a los grupos a participar en las diversas tareas.

En momentos de crisis la emisora ha asumido responsabilidades de coordinación y organización enormes, a pesar de sus escasos recursos.

Cuando el huracán Mitch azotó, a fines de 1998, los países de América Central, las intensas lluvias afectaron en particular a los asentamientos ubicados en áreas de barranco, provocando derrumbes de casas que en su caída arrastraban a otras. La movilización a través de la emisora impidió que las pérdidas humanas fueran mayores. En otros asentamientos en los que no existe un medio de comunicación local, hubo más víctimas, en la medida en que los pobladores no tenían los medios necesarios para organizarse.

o tres semanas. El suministro de energía eléctrica en la zona es muy deficiente, lo cual incide en la fragilidad de los equipos.

La programación se empobreció a partir del momento en que se iniciaron las transmisiones en FM, a fines de 1999. Los programas con contenido social y cultural fueron suprimidos, pero se ha previsto reiniciarlos con una calidad técnica mejorada.

#### REFERENCIAS

---

La información para este capítulo fue obtenida durante una visita a *La Voz de la Comunidad* en agosto de 2000; y sobre la base de conversaciones con Manuel Álvarez Castro (fundador) y Reynaldo Gálvez (director).

Documentos de *La Voz de la Comunidad*: Perfil, Plan 2000 y Programación Piloto.

# LABOR NEWS PRODUCTION

1990

República de Corea

---

#### DATOS

---

NOMBRE:	Labor News Production (LNP)
PAÍS:	República de Corea
ÉNFASIS:	Movimiento obrero, medios democráticos
LUGAR:	Seúl
BENEFICIARIOS:	Obreros
ALIADOS:	Korean Confederation of Trade Unions (KCTU), JinboNet, Korean LaborNet, Nodong Net
FINANCIAMIENTO:	Labor News Production, Crocevia (Italia)
MEDIOS:	Video

#### ANECDOTARIO

---

*Una vez conocí en un restaurante a un activista obrero. Durante la conversación, la gente que estaba sentada con nosotros le preguntó de dónde sacaba la fuerza para continuar luchando a pesar de los riesgos que representaba ser un activista obrero en Corea. Brevemente, respondió que si no hubiera visto dos años antes un video de Labor News, nunca habría podido persistir a pesar de las dificultades que en esos tiempos debía enfrentar. “Eso me dio una comprensión más amplia del activismo, no solamente como propaganda sino como fuerza visual emocional”. Ese hombre me hizo pensar que a veces subestimamos la importancia de nuestras actividades y que debemos ser muy cuidadosos con nuestro trabajo, ya que verdaderamente afecta a los demás.*

*En otra ocasión, luego de presentar en Seúl “Trabajadores despedidos”, vi a una audiencia de cuatrocientas personas que lloraban mientras salían de la sala en absoluto silencio. Entonces entendí más que nunca que el video puede realmente ayudar a los demás a comprender la situación de otros. Sin el video, esa gente nunca habría pensado en las vidas de los trabajadores que fueron despedidos en los años 80 y 90, porque los medios masivos dominantes ignoraron totalmente su situación y su lucha.*

*También hemos visto lecciones lamentables. Nunca esperé que tantos activistas de los años ochenta fueran cooptados tan rápidamente en el sistema y que algunos incluso se convirtieran en la vanguardia de políticos de derecha y promotores del neoliberalismo.*

*Por otra parte, mucha gente nueva que había sido capacitada por Labor News se incorporó en el movimiento progresista de video. No había pensado que nuestros pequeños programas de capacitación podrían hacer que la gente reflexionara seriamente sobre sus vidas.*

*El mundo tiene que ser analizado desde el punto de vista de la gente, y aunque siempre hay cosas que no son predecibles, lo importante es reflexionar con profundidad y actuar con rigor sin perder la confianza en un mundo mejor y sin dejarse atrapar por la imaginación irreal. Cambiando nuestras vidas podemos cambiar el mundo.*

*Éstas son algunas lecciones luego de mis veinte años de activismo desde el movimiento de estudiantes hasta el movimiento obrero, y es así como ahora entiendo la comunicación para el cambio social.*— Escrito por Myoung Joon Kim, jefe de producción de LABOR NEWS.

#### DESCRIPCIÓN



El principal objetivo de *Labor News Production (LNP)* es fortalecer el movimiento obrero democrático y progresista en Corea y en el mundo, y representar un papel importante en el proceso de democratización de los medios de comunicación.

Para alcanzar esas metas, esta pequeña organización—que cuenta solamente con siete empleados a tiempo completo—cubre varias áreas:

- **Producción:** Más de 50 videos producidos, incluyendo noticiarios, programas educativos, documentales históricos, etc. El contenido y el estilo dependen de las organizaciones asociadas. Los videos de LNP no han sido vistos en la televisión coreana, pero se han difundido ampliamente a través de sindicatos, ONG y organizaciones de estudiantes; se han exhibido también en festivales internacionales.
- **Archivo:** Además de grabar imágenes para producciones específicas, *Labor News* documenta todos los eventos importantes del movimiento obrero coreano. Como resultado, posee más de 3.000 horas en archivos.
- **Capacitación:** Desde 1991, LNP ha capacitado a trabajadores y a ciudadanos, tanto en técnicas de producción en video como en análisis crítico de los medios. El resultado de esta actividad son seis videos realizados colectivamente por obreros organizados en grupos de video.

- **Organización y redes:** LNP apoya a varios grupos productores de video para que puedan consolidar sus propias redes de solidaridad.
- **Solidaridad:** LNP participa en varias redes progresistas de comunicación: la Asociación de Cineastas y Videastas Independientes de Corea, el Foro contra la Censura, el Proyecto de Televisión Popular, la Coalición Popular para Reformar los Medios, el Festival de Cine sobre Derechos Humanos, la Red Progresista de Corea, *Korean LaborNet*, y *Videazimut*. LNP ha impulsado las conferencias internacionales *Labor Media 97* y *Labor Media 99*, consideradas por activistas como los más importantes eventos sobre el movimiento obrero y la comunicación.
- **Investigación:** LNP ha representado un papel pionero en la introducción en Corea de conceptos como acceso público, radio comunitaria y comunicación participativa, entre otros. Desde 1997 estableció una sección de investigación que publica dos veces por semana en la Internet la revista *Prism*, sobre el movimiento progresista de comunicación.
- **Distribución y Festival:** Tomando en cuenta que el sistema alternativo de distribución es muy débil en Corea, LNP emplea varias estrategias para lograr que sus videos lleguen a mucha gente. El principal método de distribución es a través de la red de sindicatos afiliados a la KCTU. Desde 1997, otro canal de difusión ha sido el Festival Internacional de Cine y Video de los Trabajadores, que se ha convertido en la mejor vitrina para las producciones y un excelente foro para los activistas. La mayoría de los programas que se exhiben en el festival se distribuyen luego por todo el país mediante acuerdos con los productores.

LNP ha podido sobrevivir a los avatares de la política coreana en los años noventa. Su actividad ha contribuido al reciente proceso de democratización de los medios.

El 80% del presupuesto anual de LNP se obtiene de sus propias actividades, la venta de videos, proyectos de coproducción con sindicatos y ONG, y los ingresos de los cursos de capacitación. Cerca de un 5% proviene de apoyos individuales, y un 15% de fuentes internacionales como *Crocevia* (Italia)

#### CONTEXTO Y ANTECEDENTES

Como en casi todo el mundo, la población de la República de Corea enfrenta graves problemas como resultado de las estrategias de globalización y de una realidad económica de desigualdad y explotación de los trabajadores. El movimiento obrero coreano pretende cambiar esa situación, a pesar de que muchos de los sindicatos existentes no están desempeñando ese papel.

*LNP* considera que es esencial fortalecer el movimiento democrático de los trabajadores, para lograr una sociedad más democrática y para garantizar condiciones de vida dignas para los trabajadores, que no solamente son la mayoría sino también los que verdaderamente contribuyen en el desarrollo y el progreso. Por ello *LNP* aspira a ser fuerza motriz en el uso de la comunicación para el fortalecimiento del movimiento obrero progresista, y también aspira a hacer que ese movimiento sea internamente participativo y democrático.

### IMPACTO SOCIAL

---

De acuerdo a Myoung Joon Kim, durante los doce años de actividad de *LNP*, se han producido importantes cambios en la capacitación, la solidaridad, la movilización social, y la producción y distribución de video.

El video se ha convertido en un componente esencial en la educación de los trabajadores y ha jugado una función importante al hacer accesible la información sobre el movimiento obrero, al registrar la historia visual de la vida y de la lucha de los trabajadores. En ocasiones representa la voz de cientos de trabajadores sindicalizados, o se dirige a una audiencia más amplia para articular la perspectiva de los trabajadores. Una nueva audiencia para el video se ha desarrollado de ese modo. *LNP* ha logrado introducir con éxito en el movimiento obrero la importancia de la comunicación democrática.

Los diez años de capacitación han dado sus frutos; ahora hay varios grupos de trabajadores que hacen video en varias regiones de Corea, y muchos videastas independientes. En total, más de mil personas han sido capacitadas por *LNP*.

El movimiento de solidaridad liderado por organizaciones como *Jinbo Net*, *Labor Net*, la Asociación Coreana de Cineastas y Videastas Independientes y *LNP* resultó en la creación del Festival de Cine de Derechos Humanos y de la Conferencia Internacional de *Labor Media*. *LNP* es miembro de la directiva de todas las organizaciones mencionadas anteriormente.

La distribución internacional de videos de *LNP* se ha expandido al Japón, los Estados Unidos, Australia y otros países, en circuitos alternativos de difusión. Los videos han desempeñado un papel importante para explicar en otras naciones la situación de los trabajadores coreanos. El video "*De la crisis del capital...*" de la organización *Indymedia* fue transmitido por satélite durante las manifestaciones contra las políticas internacionales de comercio, en Seattle.

Las actividades de *LNP* fueron parcialmente responsables de lograr el acceso a la televisión pública, al cable y a la TV por satélite. Como resultado de la lucha de *LNP*, los activistas en el movimiento social comenzaron a apreciar el potencial de la comunicación alternativa.

Más aún, algunas instituciones del sector del cine y de la televisión que reciben financiamiento del Gobierno, apoyan ahora proyectos de investigación sobre el movimiento de comunicación alternativa.

Finalmente, como resultado de las actividades del Foro contra la Censura que encabeza Myoung Joon Kim, coordinador de *LNP*, se eliminaron de la ley de cine y video varios artículos relativos a la censura.

### MEDIOS Y MÉTODOS

---

El video es el eje de las actividades de *LNP*, aunque también se utilizan otras herramientas de comunicación. *LNP* publica cada tres meses una revista sobre sus actividades y el área de investigación distribuye por correo electrónico un boletín de noticias. El sitio Web de *LNP* es accesible desde 1998; en mayo de 2000 la organización comenzó a difundir sus programas mensualmente a través de la Internet. De acuerdo a Myoung Joon Kim, en vista de los cambios que recientemente se produjeron en el acceso público a la televisión nacional, *LNP* tiene el proyecto de producir videos para el Sistema Coreano de Televisión Pública (KBS), sin sacrificar el contenido de las producciones.

*LNP* es un proyecto de comunicación participativa. Internamente, todas las actividades se deciden colectivamente. Los métodos de producción de video también se orientan hacia un proceso participativo, que es una de las razones por las que casi todos los programas son coproducciones. Los trabajadores y los videastas de *LNP* aprenden los unos de los otros, y gran parte del proceso de producción está dedicado a la discusión. A menudo, las imágenes de los videos provienen de cámaras que los propios trabajadores han aprendido a utilizar, como es el caso de *Paso a paso (One Step at a Time)*, video que describe la lucha de los trabajadores de los hospitales.

La metodología adoptada por *LNP* pretende trabajar con la gente y no acerca de la gente. Una de las metas principales de *LNP* es lograr que los trabajadores de base produzcan sus propios videos, como parte esencial del proceso participativo que se promueve en el movimiento de trabajadores.

### OBSTÁCULOS

---

La naturaleza misma del trabajo que realiza *LNP* se presta para encontrar obstáculos en el camino. Algunas limitaciones son internas, como la falta de criterio y a veces el miedo a la democracia que existe en la dirigencia sindical y en varias ONG.

Los problemas de financiamiento también han amenazado la continuidad de las actividades de *LNP*, a pesar de que la organización

por sí misma estableció como principio que la mayor parte de su presupuesto debía generarse a través de actividades propias. Muy pocos recursos provienen de otras fuentes, puesto que los temas tratados y las actividades de capacitación no atraen a financiadores públicos o privados. Los cambios recientes en las instituciones y en las políticas públicas permitirán quizá el acceso a nuevas fuentes de financiamiento, aunque *LNP* no espera estar entre los más beneficiados, a pesar del papel prominente que cumplió en ese proceso de cambio.

La situación política ha mejorado sensiblemente desde principios de los años noventa, cuando *LNP* tuvo que enfrentar con demasiada frecuencia la represión. Pero a pesar de los cambios en el ambiente político, el festival de cine *Labor Media* es todavía una manifestación ilegal, ya que la Comisión de Clasificación de Películas rechaza calificar las producciones exhibidas durante el festival. Si bien en años recientes *LNP* no ha sido víctima de persecución policial, la organización considera que aún es investigada por la policía gubernamental. Si acaso la balanza política se inclinara hacia un régimen más conservador, podría darse una nueva ola de represión.

#### REFERENCIAS

Este capítulo está basado en los intercambios por correo electrónico con Myoung Joon Kim y sus respuestas a un cuestionario sobre *Labor News Production*.

El sitio Web de *Labor News Production* es: <http://www.lnp89.org/english.html> y las transmisiones por la Internet se hacen en: <http://mayday.nodong.net>

# TAMBULI

1990 Filipinas

#### DATOS

<b>NOMBRE:</b>	Tambuli Radio Network
<b>PAÍS:</b>	Filipinas
<b>ÉNFASIS:</b>	Desarrollo comunitario
<b>LUGAR:</b>	20 comunidades remotas
<b>BENEFICIARIOS:</b>	Cerca de 10.000 por cada emisora
<b>ALIADOS:</b>	Veinte emisoras comunitarias
<b>FINANCIAMIENTO:</b>	Tambuli, UNESCO, DANIDA
<b>MEDIOS:</b>	Radio

#### ANECDOTARIO

Hay un solo vehículo en la isla: la ambulancia. Montado detrás de una motocicleta, recorro la distancia entre Loreto y Tubajon sobre un camino polvoriento y oscuro. Al caer la noche llego al pueblo, justo a tiempo para escuchar la parte final de la transmisión de *Radio Tubajon*. Tanto Loreto como Tubajon están en la parte más remota de la pequeña isla de Dinagat, a trasmano al norte de Mindanao, que es la segunda, por superficie, entre las siete mil islas de Filipinas. Ésta fue apenas la última parte de un viaje que comencé antes del amanecer, en un taxi que me llevó desde Cagayan de Oro hasta Surigao City durante la mayor parte del día, y luego continuó hasta Loreto en ferry, durante aproximadamente tres horas.

Seis líderes locales de diferentes confesiones religiosas están reunidos alrededor de una mesa en la sala de grabación de *Radio Tubajon*, DST-FM 95.8. Entre ellos está el Padre Kiko Magnaye, un cura católico, director de la emisora. El grupo discute los contenidos y programación para seis meses del programa religioso *Langit Sa Yuta* ("El Cielo en la Tierra"), que se transmite los domingos de 19.30 a 20.30 horas. Es sorprendente asistir a este ejemplo de ejercicio de la democracia.

Mientras me reúno con ellos, continua la transmisión en vivo desde la cabina de control adyacente, separada solamente por un gran

ventanal de vidrio. El técnico que controla los equipos de radio está simultáneamente... cantando para la audiencia, con ayuda de un equipo de karaoke. Hace su trabajo con seriedad, complaciendo a su audiencia con nuevas canciones. No en vano es la hora de *Harana* (“Fiesta”), el segmento musical que transmite la emisora cada domingo, inmediatamente después del programa religioso.

Las luces del pueblo se extinguirán a las diez de la noche, y lo mismo sucederá con *Radio Tubajon*, hasta el día siguiente. Aunque solamente está en el aire tres o cuatro horas cada día, la población depende mucho de la emisora. Mientras el silencio y la oscuridad se apropian de las calles, muchos, como yo, se van a dormir con el eco de las últimas palabras y de la música de esta emisora comunitaria.

Como en Tubajon, lo mismo sucede en otras veinte emisoras de la Red de Radios *Tambuli*. La vida de otras tantas comunidades cambió drásticamente desde que las pequeñas emisoras de radio iniciaron su actividad en Filipinas. Fueron las primeras en este país asiático, y de hecho las primeras en toda la región, donde los medios de información y comunicación están mayoritariamente controlados por los gobiernos.

#### DESCRIPCIÓN



Basco, Aborlan, Goa, Banga, Ibajay, Santa Teresita, Barangay Imelda, Cabagan, Maragusan, Loreto, Tubajon, Inogbong, Mabuhay... y luego Lobo, Cabayugan, Cuyo Island, Gonzaga, Sultan Sa Barongis, Ipil y Joló. Veinte emisoras de radio esparcidas en un país que a su vez se esparce sobre siete

mil islas. Desde Joló y Zamboanga en el extremo sur, pasando por la frontera ecológica de Palawan en el sureste, hasta Batan en el extremo norte del país, estas pequeñas radios comunitarias han podido cambiar las cosas. Quizás no para setenta millones de filipinos, pero ciertamente para la población de las veinte comunidades que nunca antes habían tenido la oportunidad de acceder a una emisora de radio que habla sobre sus problemas cotidianos y trabaja codo a codo con la comunidad en la búsqueda de soluciones.

*Tambuli* es una palabra en tagalo que quiere decir cuerno de carabao (buey), utilizado tradicionalmente para convocar las reuniones comunitarias, pero además es la sigla de “la voz de las pequeñas comunidades para el desarrollo de los desamparados”. Cinco objetivos sirven de guía al proyecto: [1] Facilitar acceso local a la información, [2] Permitir a los habitantes expresarse por sí mismos, [3] Crear vínculos comunitarios, [4] Fortalecer el sentido de identidad, y [5] Transformar a la audiencia de meros receptores en participantes y gestores de un sistema de comunicación. En suma, el fortalecimiento

del pueblo a través de la comunicación, de manera que las organizaciones comunitarias se fortalezcan y busquen mejores oportunidades de desarrollo.

Desde un principio se definieron criterios muy claros para seleccionar las comunidades que podían ser integradas al proyecto. Se decidió, por ejemplo, que las radios *Tambuli* se instalarían únicamente en lugares que carecían completamente de acceso a la comunicación, pero que tuvieran un potencial de organización social y voluntad para juntar recursos para el proyecto y para interactuar con otras comunidades.

El motor que mueve el trabajo de las emisoras de *Tambuli* es un Consejo Comunitario de Comunicación (CMC, en inglés), organismo multisectorial que toma decisiones sobre asuntos de administración y de programación. La mayor parte de sus miembros tienen además responsabilidades como periodistas y locutores; cada uno contribuye con un segmento de la programación relacionado con su sector: salud, educación, juventud, agricultura, tercera edad, medio ambiente, pesca, género y legislación, entre otros. El Consejo Comunitario de Comunicación asumiría, en el largo plazo, la propiedad de la emisora.

La estructura de la programación varía de una emisora a otra, al igual que el contenido y los nombres de los programas. Por ejemplo, el segmento sobre medio ambiente se llama *La naturaleza es un tesoro* (“*Ang Kinaiyahan Bahandi*”) en *Radio Tubajon*, *Nosotros y el Medio ambiente* (“*Kita Ug Ang Kinaiyahan*”) en *Radio Loreto* y *Cuidando el medio ambiente* (“*Ang Pag-Amping Sa Kinaiyahan*”) en *Radio Maragusan*. Las emisoras de la red *Tambuli*, al igual que otras radios comunitarias, tienen en común la dinámica de servir a la comunidad con mensajes sobre reuniones locales, matrimonios, fallecimientos, llegada de correspondencia, ganado extraviado, niños extraviados, información sobre medidas legislativas locales, servicios sobre agricultura o productos de cultivo.

Varias emisoras de la red *Tambuli* han expandido sus servicios para ofrecer créditos sin intereses, un sistema inspirado en la experiencia del *Grameen Bank*: pequeños préstamos a individuos o a grupos comunitarios para proyectos de generación de ingresos. Incluso los trabajadores de las radios *Tambuli*, en su mayoría voluntarios, pueden beneficiarse.

Desde su diseño, la fecha final del proyecto era el año 1999. Sin embargo, la demanda de nuevas radios y el número creciente de solicitudes de otras comunidades llevó a Louie Tabinog a crear una institución permanente para apoyar los futuros proyectos, así como la red existente. La Fundación *Tambuli* se creó para asumir el proyecto desde el año 2000.

## CONTEXTO Y ANTECEDENTES

---

Un largo camino se ha recorrido en Filipinas para hacer realidad la red de radios democráticas de *Tambuli*. Sin duda, *Tambuli* es el resultado de un proceso de lucha por la democratización que comenzó durante la dictadura de Marcos. El hombre que ha sido el motor del proyecto, Louie Tabing, adquirió parte de su experiencia y desarrolló muchas de sus ideas mientras trabajaba en *Radio Veritas*, una emisora católica que desempeñó un papel importante en la caída de Marcos en 1986.

Louie Tabing mantiene una actitud crítica sobre los medios de información de su país. Suele argumentar que los medios están motivados solamente por “Provecho, Propaganda, Poder y Privilegios” (*profit, propaganda, power and privilege*). Su enfoque “PPPP” se convirtió en una plataforma en la lucha por la democratización de los medios. Tabing recibió el apoyo de organismos internacionales para lanzar el proyecto *Tambuli*, que se inició en 1990 con asistencia técnica de la UNESCO y 25.000 US\$ dólares de DANIDA.

La primera emisora se instaló en Batanes, un lugar tan remoto y aislado que ni siquiera recibía la señal del sistema nacional de radio y televisión. Muy pronto, las mismas organizaciones internacionales apoyaron con 900.000 US\$ dólares—para cuatro años—un proyecto más ambicioso. A fines de 1994 se habían instalado cinco radios, y en 1996 había ocho en funcionamiento. El proyecto se extendió hasta 1999 incorporando un total de 20 emisoras en la red *Tambuli*. Cada una tuvo un costo aproximado de 90.000 US\$ dólares, el 60% de esa suma se destinó a la compra de equipos y desarrollo de infraestructura.

Algunas de las emisoras de la red *Tambuli* son en realidad Altavoces Comunitarios (*CATs o Community Audio Towers*) dotados de un transmisor. Originalmente, el proyecto de CATs fue implementado por la FAO a fines de los años 80, y recibió también apoyo del UNICEF a fines de los años 90. Los CATs son un buen ejemplo de participación comunitaria a través de una actividad comunicacional de bajo costo. *Tambuli* fortaleció algunos CATs proporcionando transmisores y capacitación adicional. Tabing tuvo la visión de aprovechar la experiencia que la comunidad había adquirido en la gestión de un proyecto de comunicación.

## IMPACTO SOCIAL

---

El Alcalde de Tubajon “pide permiso” a la radio para cortar unos árboles y arreglar un puente que se desplomó... ¿Por qué? Lo hace porque sabe que si toma la decisión sin apoyo del pueblo, podría luego ser criticado por destruir el medio ambiente. En Maragusan, la radio hizo presión sobre las autoridades locales para que prohibieran el uso de pesticidas y de motosierras. La zona tiene un buen potencial para proyectos de ecoturismo, con sus numerosos ríos y cascadas de

agua, pero se ha visto amenazada en el pasado por buscadores de oro y recientemente por madereros que cortan árboles ilegalmente y por empresas que rocían las plantaciones con pesticidas.

El medio ambiente no es la única preocupación en la agenda de *Tambuli*; las emisoras han contribuido a desarrollar una conciencia social sobre otros problemas que afectan a la comunidad. En Camarines Sur, la radio de Goa convenció a sus oyentes que cesaran en sus apuestas, algo que los encargados de hacer cumplir las leyes no habían podido lograr. Esos son algunos ejemplos significativos de los cambios producidos por la red *Tambuli*.

La influencia cultural y política de las radios de *Tambuli* es reconocida por las autoridades locales, que han establecido buenas relaciones de trabajo con los Consejos Comunitarios de Comunicación (CMC). En varios casos, las autoridades obtuvieron el terreno y los materiales para construir el local de la emisora. En algunos lugares los locutores de *Tambuli* son tan famosos, que han sido elegidos como autoridades. El estricto “Código de Conducta” de *Tambuli* ha sido un factor regulador del comportamiento de los locutores para con las comunidades.

## MEDIOS Y MÉTODOS

---

Un conjunto de principios, manuales e instrucciones se desarrollaron para garantizar que la experiencia fuera tan sólida y sustentable como fuera posible. Lejos de simplemente entregar equipos de radio, *Tambuli* hizo énfasis en el proceso de capacitación, que incluye no solamente aspectos técnicos sino sobre todo orientación sobre la responsabilidad de comunicarse con los pobres, un Código de Conducta para los locutores, y una profunda comprensión del desarrollo participativo.

El Código de Conducta incluye temas como: “Informar la verdad”, “Buen gusto”, “Ecuanimidad”, “Inocencia de los acusados”, “Respetar los derechos de todos”, “Preferir enfoques positivos y constructivos”, “Trato en casos de habladurías, chismes y rumores”, “Respetar a las autoridades”, “Cuidado de los equipos del estudio”, “Conducta fuera de la emisora”, “Solicitud de publicidad y de fondos”, entre otros.

El equipo de las emisoras es generalmente básico: transmisores de 20 vatios, amplificadores de karaoke, y grabadoras de casete... Algunas emisoras han adquirido por su cuenta equipos más completos, con apoyo de las comunidades y/o del gobierno local.

## OBSTÁCULOS

---

La principal limitación de la red *Tambuli* parece ser la falta de comunicación entre las diferentes emisoras de radio. Casi todas carecen de acceso a líneas de teléfono y están ubicadas en lugares muy remotos del país, por lo que no operan realmente como una red. Carecen de los medios para conectarse unas con otras, y el propio proyecto

*Tambuli* tiene dificultades para hacer llegar mensajes a las emisoras cuando se requiere.

La ausencia de una legislación que reconozca un estatuto específico para las radios comunitarias ha retrasado el proceso de instalación de nuevas emisoras. La dificultad para obtener licencias de funcionamiento se ha hecho aún más crítica debido a que el Congreso de Filipinas es la entidad que otorga las autorizaciones para las radios comunitarias que solicitan una licencia. Un proyecto ha sido enviado al Congreso para que se apruebe una ley de comunicaciones que permita a las emisoras de radio de baja potencia operar sin el requisito previo de una autorización del Congreso.

#### REFERENCIAS

Este capítulo se basa principalmente en visitas de campo y conversaciones con P. Kiko Magnaye, Director de *Radio Tubajon* (Dinagat), Pastor Domingo D. Reambonanza, Director de *Radio Loreto* (Dinagat), Frank Endaya y el equipo de *Radio Maragusan* (Davao del Norte), y Louie Tabing, el creador e impulsor de la red *Tambuli*.

Una gran cantidad de información está disponible en el sitio Web de *Tambuli*: <http://www.tambuli.org.ph/>. Además del “Boletín” y de una descripción minuciosa de la experiencia de *Tambuli*, incluye un detallado “Código de Conducta” para locutores, y un “Manual de Producción”. El “Boletín” se difunde también en forma impresa, junto a otras publicaciones de *Tambuli*, ya que muy poca gente y casi ninguna de las emisoras tienen acceso a la Internet.

“*Tambuli*: the Electronic Carabao Horn” por Colin Fraser y Sonia Restrepo-Estrada, en su libro *Communicating for Development*, ofrece un panorama muy completo de la experiencia.

*Rural Radio in The Philippines* por P. Francis B. Lucas, y otros artículos interesantes sobre el tema, en el sitio Web de la FAO: <http://www.fao.org/sd/CDdirect/CDanoo26.htm>

# RADIO IZCANAL

1991

El Salvador

#### DATOS

NOMBRE:	Radio Izcanal
PAÍS:	El Salvador
ÉNFASIS:	Salud, derechos humanos, educación
LUGAR:	Nueva Granada
BENEFICIARIOS:	Población de Usulután
FINANCIAMIENTO:	ARPAS, CAF (Países Bajos), Cooperación del Canadá, Ayuda Noruega.
MEDIOS:	Radio

#### ANECDOTARIO

El camino a Nueva Granada desaparece de rato en rato debajo de una nube de polvo, mientras camionetas y motocicletas enfilan hacia el pueblo. Nadie quiere perderse el II<sup>o</sup> Festival de Arte, Cultura y Comunicación que *Radio Izcanal* ha organizado para celebrar su octavo aniversario y la inauguración de su nueva sede y del equipo digital. La plaza principal de Nueva Granada está repleta de gente moviéndose de una esquina a otra para mirar una demostración de perros entrenados por la policía local o una muestra de fotografías y documentos que rememoran la historia de la emisora desde sus primeros días. El alcalde, el cura, invitados de varias organizaciones salvadoreñas e internacionales, están ya sentados esperando el inicio del programa oficial. Primero, breves discursos sobre la trayectoria de *Radio Izcanal*; y luego, entretenimiento y comida gratis para todos. Jóvenes músicos y bailarines de otras provincias han llegado para rendir su tributo a la emisora de radio. Los varones cantan antiguas canciones en idioma nahua, mientras las mujeres bailan vestidas con los tradicionales *huipiles* mayas.

*Izcanal* o *Ixcanal* es una palabra derivada del idioma nahua, que antiguamente era hablado por la población indígena de El Salvador. Con esa palabra se conoce una planta corriente que se distingue por sus grandes espinas, parecidas a las uñas de un tigre. Quizás por ello los fundadores de *Radio Izcanal* la escogieron como símbolo de su

nueva emisora de radio comunitaria. “*Ix* significa leopardo y también lugar sagrado, mientras *canal* es la energía que penetra dentro de la tierra”, según explica Basilio, uno de los fundadores. “La radio tiene la fuerza de un leopardo, y está enraizada en nuestras antiguas tradiciones y cultura”, añade.

Una rama de la planta espinosa ha sido colocada junto a la puerta de entrada de la nueva sede. Sus puntas filosas parecen traer a la memoria la lucha y el trabajo duro que fueron necesarios para que *Radio Izcanal* se ganara el indiscutible reconocimiento de todos. Incluso el Alcalde de Nueva Granada, militante de ARENA— el partido de derecha que apoyó a los militares durante la guerra— se convirtió en un defensor de *Radio Izcanal*. Tuvo que luchar dentro de su propio partido por la supervivencia de *Radio Izcanal*, que demasiado apresuradamente había sido tachada de emisora “rebelde”.

Ahora son tiempos de reconciliación. El pueblo salvadoreño se aferra a la democracia, por muy imperfecta que parezca. Todos quieren dejar atrás la sangrienta guerra que dividió al país. *Radio Izcanal*, en ese contexto, es una expresión de la esperanza.

#### DESCRIPCIÓN



*Radio Izcanal* fue creada el año 1991 por un grupo de exiliados salvadoreños, en su mayoría campesinos, que retornaron a su país el 5 de marzo de 1990. Un grupo más grande de refugiados regresó el 16 de enero de 1992,

después de la firma de los Acuerdos de Paz, al cabo de más de una década de guerra interna. Los exiliados habían vivido durante ocho años en el campo para refugiados de San Antonio, en Honduras. Fue allí que empezaron a hacer los planes para una radio. Pero antes, desarrollaron otras actividades, como teatro popular, títeres y demás herramientas de comunicación interpersonal. Su propósito era organizarse mejor en torno a temas de importancia como la salud y la educación, mientras continuaban fortaleciendo la organización comunitaria.

La naciente emisora empezó en una pequeña comunidad llamada Nuevo Guaicho, donde los refugiados recibieron tierra al retornar. La influencia de la emisora creció tan rápido en los años siguientes, que la población de Nueva Granada—un poblado vecino más grande— invitó a los líderes comunitarios de Nuevo Guaicho a trasladar la emisora al pueblo. Durante varios años operaron en una pequeña estructura sobre la plaza de Nueva Granada, con un sencillo equipo de aficionados: una consola de mezcla de sonido con seis pistas, dos grabadoras de casete y un pequeño grupo de voluntarios.

El 20 de noviembre de 1999 la emisora inauguró su nueva sede, dotada de una antena más alta, un transmisor más potente, una consola de mezcla de sonido con 24 pistas, equipo de sonido digital y—lo más interesante de todo—varias computadoras con capacidad para controlar la programación y las grabaciones.

El financiamiento de *Radio Izcanal* ha pasado por muy diversas etapas. Comenzó con medios muy reducidos y el apoyo directo de la comunidad; sin embargo, a medida que fue ampliando su influencia, las necesidades crecieron rápidamente. Actualmente la emisora cuenta con varias fuentes de financiamiento, y una de ellas es la publicidad. Al ser la única radioemisora en esa zona del país, *Radio Izcanal* difunde avisos publicitarios de pequeñas empresas comerciales, dirigidos a la población local. Los mensajes con contenido educativo son también numerosos e importantes. *Radio Izcanal* recibió apoyo internacional de los Países Bajos, el Canadá y Noruega. La organización Fundación para la Asistencia a la Comunicación (CAF/SCO) contribuyó con los nuevos equipos; la cooperación canadiense donó los materiales de construcción para la nueva sede (la comunidad compró el terreno); y la organización Apoyo Noruego financió la capacitación del personal. Todo ello fue posible a través del apoyo de la Asociación de Radios y Programas Participativos de El Salvador (ARPAS).

*Radio Izcanal* es parte de la red de ARPAS, una organización fundada en febrero de 1994. ARPAS ha constituido una red de 24 emisoras comunitarias, la mayor parte de las cuales utiliza una misma frecuencia (92.1 FM) para transmitir. Esa frecuencia fue comprada por ARPAS para impedir que las emisoras más pequeñas desaparecieran presionadas por la drástica legislación impuesta en años recientes.

Diez nuevas emisoras de radio se incorporaron a la red durante el año 2000, transmitiendo ya sea en la frecuencia de 92.1 FM o 90.5 FM, administradas por ARPAS. Además de las radios comunitarias, seis centros de producción pertenecen a la red, y producen programas educativos que son utilizados regularmente por las emisoras de la red.

La misión de ARPAS es “asociar, coordinar y apoyar a las radios participativas, facilitando la expresión de la sociedad civil y en especial de las grandes mayorías, contribuyendo de esa manera en la democratización del discurso y en la construcción de la democracia en el país”. Su objetivo es “tener presencia en todo el territorio nacional con emisoras y programas participativos de calidad, que apoyan la participación activa en el desarrollo comunitario y nacional”. ARPAS es miembro de las principales redes internacionales: Asociación Latinoamericana de Escluelas Radiofónicas (ALER), World Association of Christian Communication (WACC) y Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC).

## CONTEXTO Y ANTECEDENTES

---

Durante varias décadas El Salvador atravesó por una situación política de guerra civil similar a la de Guatemala. En su intento por aniquilar el movimiento popular, los militares en el poder violaron sistemáticamente los derechos humanos.

Las primeras iniciativas de radio comunitaria comenzaron durante la guerra, aunque el antecedente más antiguo parece ser *La Voz Panamericana* de Monseñor Oscar Arnulfo Romero, una emisora de AM que el obispo mártir abrió a las voces del pueblo a fines de los setenta. La radio era la única en denunciar públicamente los asesinatos, las desapariciones y las torturas bajo el régimen militar. La emisora fue clausurada con violencia posteriormente, y Monseñor Romero pereció asesinado dentro de su propia iglesia en 1980.

Durante los 12 años de guerra, otras dos emisoras, *Radio Venceremos* y *Radio Farabundo Martí*—ambas instrumentos de comunicación del movimiento guerrillero—cumplieron el papel de medios alternativos de información, permitiendo a la población salvadoreña y del mundo entero conocer las violaciones de derechos humanos. Contribuyeron también a fortalecer la conciencia y la solidaridad internacionales hacia el pueblo salvadoreño.

Los Acuerdos de Paz de Chapultepec no incluyeron el tema de la democratización de los medios. La única referencia a la comunicación fue la legalización de las dos emisoras de la guerrilla, a las cuales se otorgó frecuencias y un estatuto legal. Paradójicamente, *Radio Venceremos* le dio la espalda a la comunicación participativa y se convirtió en una emisora de vocación comercial.

## IMPACTO SOCIAL

---

En el nuevo contexto democrático de los años noventa, *Radio Izcanal* es un buen ejemplo como experiencia de comunicación participativa y como instrumento de comunicación enteramente apropiado por la comunidad. Uno de los aspectos más interesantes de *Radio Izcanal* es que de ser una pobre emisora comunitaria, propiedad de refugiados a quienes se les otorgó algo de tierra para su supervivencia, pasó a convertirse en la principal estación de radio del departamento de Usulután.

*Radio Izcanal* logró representar no solamente a aquellos que fueron víctimas de la guerra, a los que tuvieron que escapar dejando todo atrás y a los que perdieron sus tierras y sus pertenencias por causa de sus opiniones políticas. *Radio Izcanal* se propuso desde un inicio ser la voz de toda la población rural de Usulután, incluyendo pueblos pequeños y zonas urbanas como Nueva Granada. Muy pronto, la población de la zona comprendió que *Radio Izcanal* era también su emisora.

Otro aspecto interesante es la referencia que constantemente hace *Radio Izcanal* a las culturas “ancestrales” nahua y maya. El lenguaje de la emisora está impregnado de referencias a la cultura indígena, aun a pesar de que El Salvador—contrariamente a Guatemala y a Honduras—no cuenta con una población maya significativa.

El hecho es que al reclamarse de una tradición indígena, *Radio Izcanal* contribuye a reestructurar una identidad cultural destruida en gran medida tanto por la guerra como por la modernización del país. Uno de los segmentos matinales de la programación tiene por título “El Guiz”, en referencia a un pájaro que simboliza las buenas nuevas. Dicho segmento incluye una extensa entrevista con un invitado especial de la comunidad.

Otro hecho sobresaliente en la historia de *Radio Izcanal* es la relación con el Alcalde de Nueva Granada, quien a pesar de pertenecer a ARENA, el partido político de la derecha, ha sido un aliado importante del proyecto. Como resultado, el Alcalde es respetado por la población de Nueva Granada.

## MEDIOS Y MÉTODOS

---

Jóvenes de la comunidad han sido constantemente incorporados al personal de *Radio Izcanal*, lo cual otorga a la emisora una refrescante sonoridad y presencia. Por lo menos cinco de los fundadores de la primera generación continúan en la emisora, interactuando con facilidad con jóvenes reporteros y locutores, como Alexander Quinteros, incorporado en 1994 cuando apenas tenía veinte años de edad.

Las comunidades del Departamento de Usulután tienen acceso abierto a la emisora. Cualquier persona puede visitar la radio y pedir que un mensaje sea transmitido. La programación incluye segmentos especiales para las dedicatorias de música, para las felicitaciones de cumpleaños, y para los anuncios sobre acontecimientos de interés comunitario.

Al cultivar una audiencia que incluye no solamente a los retornados sino también a los habitantes de los poblados vecinos, *Radio Izcanal* ha logrado no solamente ser aceptada por todos, sino que también ha favorecido la integración definitiva de los retornados en la comunidad.

Entre los aspectos técnicos, el más innovador es sin duda la utilización de una misma frecuencia por varias emisoras, permitiendo que cada una de ellas pueda cubrir su propia área de influencia sin interferir con las demás.

## OBSTÁCULOS

Las emisoras de radio comunitarias de El Salvador enfrentan las mismas restricciones y amenazas que otras estaciones de radio en América Central y en la mayor parte del mundo “globalizado”. El acceso a las frecuencias es cada vez más difícil debido al proceso de privatización y a una legislación que coloca las frecuencias en manos de quienes pueden pagar por ellas.

Incluso después de la firma de los Acuerdos de Paz, el panorama de los medios de información en El Salvador permanece igual que antes: los medios de información están en manos de unos pocos. La sociedad civil no participa en el debate público sobre el desarrollo o las políticas. La legislación es injusta, antidemocrática e incoherente; solamente garantiza formas arbitrarias de otorgar concesiones a los sectores privados que se benefician del favoritismo oficial.

Si no existiera en El Salvador una institución como ARPAS, está claro que las emisoras de radio participativas y comunitarias tendrían muchas más dificultades para sobrevivir en ese contexto.

## REFERENCIAS

La información de este capítulo está basada en observaciones y entrevistas realizadas en *Radio Izcanal* durante una visita de campo a El Salvador en noviembre de 1999.

Se obtuvieron detalles adicionales a través de ARPAS, particularmente a través de Oscar Pérez, el Director Ejecutivo.

Los folletos de ARPAS proporcionan información de conjunto sobre la red de emisoras comunitarias.

# SOUL CITY

1991

Sudáfrica

## DATOS

NOMBRE:	Soul City
PAÍS:	Sudáfrica
ÉNFASIS:	Salud, derechos de la mujer
LUGAR:	Johannesburgo
BENEFICIARIOS:	Población general, varios millones
ALIADOS:	National Network on Violence Against Women (NNVAW), South African Broadcast Corporation (SABC)
FINANCIAMIENTO:	Unión Europea, UNICEF, Kagiso Trust, Gobierno Japonés, British Petroleum (BP), Old Mutual, DFID
MEDIOS:	Multimedios: radio y TV, publicaciones

## ANECDOTARIO

*Matlakala regresa tarde de su trabajo y encuentra a Thabang muy enojado. Para ponerlo de mejor humor le regala una camisa que compró para él, pero Thabang la tira al suelo, insultándola. Thabang envía a los niños al dormitorio y golpea a Matlakala muy fuerte en la cabeza, derribándola al suelo.*

*Al día siguiente, Thabang se comporta como si nada hubiera sucedido, y se disculpa ante Matlakala... Thabang tiene problemas pues no ha recibido su salario en la escuela desde hace tres meses. No le agrada el hecho de que Matlakala está manteniéndolo. Nonceba [una amiga] nota el rostro amoratado de Matlakala y le pregunta lo que pasó. Matlakala le miente, le dice que se cayó.*

*La familia Serithi sale a cenar y a divertirse. Thabang se pone furioso porque escucha que Matlakala le cuenta a su padre que ha sido golpeada. “¡Te dije que no hables con nadie de nuestros asuntos!” Los niños están aterrados, pero Bheki [su hijo] le impide que golpee de nuevo a Matlakala. Thabang le dice a Bheki que entenderá cuando tenga más edad y sea el hombre de la casa. Thembi le cuenta a Matlakala que Thabang solía golpear también a su madre. Matlakala va al encuentro de su madre para contarle*

lo que Thembi le dijo. La madre de Matlakala trata de convencerla de que ella tiene que resignarse porque Thabang pagó por ella lobola [una dote], y porque es obligación de la mujer hacer que el matrimonio funcione.

Matlakala recapacita cuando una mujer malherida es traída a la clínica, apuñalada por su novio. Más tarde, la mujer fallece. Matlakala decide ir a vivir a casa de sus padres. Rehúsa regresar a su hogar hasta que la familia de Thabang y la suya se reúnan para hablar del comportamiento violento de Thabang. El padre de Thabang le dice que él debe disciplinar a Matlakala “de acuerdo a la tradición”.

Durante la reunión familiar, el padre de Matlakala asume una posición enérgica como hombre, oponiéndose a la violencia contra las mujeres. El anciano que auspicia la reunión enfatiza que ha vivido mucho tiempo y que de ninguna manera en la cultura y en la tradición se tolera la violencia hacia la mujer. Un hombre que maltrata a su mujer es considerado un cobarde. Thabang pide perdón y el episodio termina sin que se sepa si Matlakala regresará a su hogar.—Extractos de un drama televisivo de Soul City, Serie 4.

#### DESCRIPCIÓN



*Soul City* es un proyecto de promoción de la salud, que aprovecha el potencial de los medios masivos para inducir cambios sociales. Fue fundado por Garth Japhet, médico y periodista ocasional, con el propósito de

poner los medios de información al servicio de la prevención del VIH/SIDA y promover estilos de vida más saludables. Los programas de *Soul City* pertenecen a la categoría de “educación-diversión” (en inglés, *edutainment*), que es una versión enriquecida de la programación habitual de la televisión, de la radio y de los medios impresos. Los programas están diseñados y producidos para difundirse en los mejores horarios, fuera de los segmentos educativos que suelen tener menos audiencia.

Aunque *Soul City* es sobre todo una iniciativa para radio y televisión, el proyecto persigue un enfoque dinámico e integrado de los medios de comunicación.

#### Series dramáticas para televisión

*Soul City* es uno de los programas con mayor audiencia en Sudáfrica, ganador del premio Avanti otorgado a los mejores programas educativos. Cada semana, dos millones de personas siguen el programa en la TV. Las cinco series producidas hasta el año 2000 han abordado el tema del VIH/SIDA, al menos en algunos de sus capítulos. Además, han tratado otros temas sociales y de salud: mortalidad materna e infantil, diarrea, tabaquismo, violación y violencia contra la mujer, incapacidad física y alcoholismo.

#### Series para la radio

Los mensajes y los temas de los dramas para la televisión se difunden también a través de la serie radial, titulada *Corazones que sanan* (en inglés, *Healing Hearts*). La serie consiste en 60 episodios de 15 minutos que se transmiten en nueve lenguas a través de nueve emisoras de radio regionales. El programa pretende llegar a la audiencia rural que tiene menos acceso a la televisión.

#### Folleto y periódicos

La campaña de *Soul City* utiliza materiales impresos para apoyar los mensajes más amplios que se difunden a través de los medios electrónicos, y para complementar los conocimientos con información más detallada. Los folletos se elaboran en dos idiomas, se publican como suplementos en diez diarios nacionales, y alcanzan una distribución de 2,25 millones de ejemplares durante el periodo de difusión por radio y TV. Las clínicas y proyectos comunitarios reciben a su vez copias de las publicaciones.

#### Relaciones públicas y publicidad

La estrategia de relaciones públicas y publicidad tiene una función doble: divulgar las series de TV y radio, y llamar la atención sobre ciertos tópicos de salud. Mediante concursos por radio, TV y prensa, se estimulan también comportamientos comunitarios y a favor de la salud.

#### Módulos de educación para la salud

Para mejorar el conocimiento y la toma de conciencia generados por la serie de TV, *Soul City* utiliza en el contexto educativo formal e informal, otros materiales tradicionales para jóvenes y adultos: tiras cómicas, audiocasetes y libros con ejercicios prácticos.

“*Soul City* se ocupa cada vez más de promover políticas públicas beneficiosas, en el entendido de que las estrategias de comunicación para el cambio social no deben hacer énfasis solamente en el comportamiento individual. Hay muchas barreras estructurales y culturales que influyen en las decisiones individuales sobre los cambios de actitud. Es de vital importancia promover políticas públicas que pueden crear un contexto favorable para los cambios de comportamiento”, dice Shereen Usdin, de *Soul City*.

#### CONTEXTO Y ANTECEDENTES

Sudáfrica comienza a recuperarse luego de décadas de discriminación estratégica y desigualdad forzosa. Aunque es considerado un país de ingresos medianos, la mayoría de la población sudafricana sobrevive por debajo de los niveles mínimos de desarrollo humano y millones subsisten en condiciones parecidas a los países más pobres del mundo.

Las estadísticas nacionales de salud reflejan las desigualdades sociales, con amplios sectores de la población víctimas de enfermedades y muertes que podrían prevenirse. A pesar de las campañas de información, la escasez de recursos y décadas de educación precaria son difíciles de erradicar.

*Soul City* fue creado inmediatamente después de la liberación de Nelson Mandela en 1991. Era un periodo de intensa actividad política y social. El espíritu renovador de esos días creó un ambiente fértil para desarrollar un uso innovador y educativo de los medios, pero, en última instancia, el éxito del programa se debió a su alta calidad.

Antes, había muy pocos programas de educación para la salud destinados a desafiar las percepciones sociales y a cambiar los patrones de comportamiento poco saludables; *Soul City* se propuso hacer precisamente eso, de una manera creativa y divertida que pudiera ser accesible para amplios segmentos de la población.

### IMPACTO SOCIAL

El Dr. Garth Japhet es muy claro respecto al éxito obtenido por *Soul City*. Por sí mismos, los programas de radio y televisión no cambian drásticamente el comportamiento de la gente sobre temas de salud pública. Sin embargo, los programas contribuyen a crear un ambiente más favorable para que otras iniciativas y actividades de salud pública puedan tener lugar y ser exitosas.

Algunas evaluaciones independientes muestran que *Soul City* ha contribuido a enriquecer el conocimiento, cambiar actitudes y movilizar a la gente:

#### Amplia cobertura

Las evaluaciones demuestran la popularidad y el alcance de las series: 61% de los encuestados conocían el programa; 57% de los televidentes vieron *Soul City* en la TV; 41% de los oyentes escucharon *Corazones que sanan*; 37% de los lectores de diarios conocían los suplementos; 70% de los jóvenes de 16 a 24 años (objetivo demográfico de *Soul City*) conocían el programa. El mismo nivel de conocimiento se encontró en áreas tanto urbanas como rurales.

#### Estímulo para el diálogo

De acuerdo a las evaluaciones, los televidentes y radioescuchas dialogan sobre el contenido de los programas. Las discusiones se dan entre padres e hijos en el hogar; entre maestros y alumnos en las escuelas; y entre amigos, particularmente la gente joven.

#### Cambios de conocimiento y actitudes

Una segunda evaluación de *Soul City* mostró que 95% de aquellos expuestos a la programación afirman haber aprendido algo; 92% conocían la epidemia de SIDA, en comparación con 85% de los que no han sido expuestos a *Soul City*.

*Soul City* tuvo un éxito considerable propagando conocimientos y actitudes sobre salud y otros temas sociales, pero tuvo menos impacto hasta ahora para cambiar realmente el comportamiento de la gente. Por ejemplo, a pesar de la influencia de la serie sobre tabaquismo, en las encuestas no se registraron cambios apreciables en los hábitos de la población que fuma.

### MEDIOS Y MÉTODOS

Generalmente se reconoce que los medios masivos son una manera eficiente y de bajo costo para llegar a audiencias amplias, dispersas y con frecuencia analfabetas. La gran mayoría de los sudafricanos, incluso aquellos que viven en zonas remotas o marginales, tiene acceso por lo menos a un medio de información masiva: 92% de la población tiene acceso a la radio, 71% a la televisión y 17% a la prensa escrita. Sin embargo, el uso de programas de entretenimiento con fines educativos es un concepto relativamente nuevo en Sudáfrica. *Soul City* ha sido pionero del enfoque “educación-diversión”, integrando los mensajes educativos en el género dramático.

“No creo que los medios masivos sean la panacea. Tienen que ser parte de una estrategia integrada. Son catalizadores”, explica el Dr. Garth Japhet. La fuerza de *Soul City* emana de una combinación de estrategias:

*Enfoque en multimedios:* A pesar de su dependencia de la radio y la televisión, *Soul City* integra en la promoción de la salud actividades de prensa y de relaciones públicas.

- **Compromiso con la investigación en el ámbito comunitario:** Los mensajes y los guiones de las series de radio y televisión se prueban, se corrigen y se prueban de nuevo durante el periodo de elaboración. *Soul City* ha implementado un programa extenso de investigación formativa para garantizar que los temas sean tratados desde una perspectiva pertinente y significativa para la audiencia.
- **Maximizar la influencia de las historias y de la marca:** *Soul City* no es abiertamente didáctico; el componente “instructivo” descansa en los materiales educativos de apoyo y en otros esfuerzos de promoción para la salud. La maximización de los contenidos es uno de los aspectos innovadores; los personajes aparecen en tiras cómicas y en materiales para las escuelas y para la educación de adultos.
- **Crear un ambiente propicio al cambio:** La popularidad de *Soul City* ha introducido en el debate público los temas de VIH/SIDA, tuberculosis y tabaquismo, entre otros.

## OBSTÁCULOS

El panorama de los medios de información y comunicación está cambiando en Sudáfrica; ahora hay una variedad mayor de opciones para los espectadores. Muchos programas compiten con los esfuerzos de *Soul City* por tener una cobertura tan amplia y profunda como sea posible. Si *Soul City* no mantiene una ventaja, podría perder parte de su audiencia.

Los trabajadores de *Soul City* han desarrollado destrezas únicas y significativas, pero hay muy poca gente en el país capacitada para remplazarlos.

El éxito de *Soul City* se ha traducido en un crecimiento muy rápido en los tres años anteriores, y la organización está apenas aprendiendo a enfrentar los desafíos administrativos propios de esa expansión.

## REFERENCIAS

El sitio Web de *Soul City*: <http://www.soulcity.org.za/>

“*Soul City*—using multimedia for social change”, por Shereen Usdin, en *Community Media News*, No. 5, octubre de 1999.

“*Soul City*: a case story”. The Rockefeller Foundation, 1998. Material de trabajo para la reunión de Ciudad de El Cabo sobre “Comunicación para el cambio social”.

# TEATRO POPULAR

1991 Nigeria

## DATOS

NOMBRE:	Network of Educational Theatre (NET)
PAÍS:	Nigeria
ÉNFASIS:	Salud, derechos del niño
LUGAR:	Oyo, Ondo, Osun y otros estados
BENEFICIARIOS:	Comunidades en 46 gobiernos locales (LGA)
ALIADOS:	Ministerio de Salud, gobiernos locales (LGA)
FINANCIAMIENTO:	UNICEF
MEDIOS:	Teatro

## ANECDOTARIO

*Los miembros del grupo de teatro de Ede son actores consumados. Tres hombres y una mujer trepan en el minibús mientras dos músicos se visten con elegantes trajes verdes y blancos para luego unirse a ellos. La música comienza mientras el séquito avanza por el fastuoso bosque del estado de Osun. Imponentes árboles, cargados de follaje y de frutos, disimulan en el fondo una orquesta de insectos, pájaros y animales. Cuando el entusiasta grupo llega a la comunidad de Ogobi Ajibode, ya está en forma para comenzar.*

*Los músicos alertan a la población sobre su llegada, adelantándose con sus tambores y sus cantos tradicionales. Aparecen sillas por todas partes— en primera fila, las más lujosas, las tapizadas, para el Oba (el jefe tradicional) y para los ancianos— y se desenrollan las esteras para los niños pequeños.*

*Como en los dramas moralizantes medievales, los personajes son fáciles de identificar: el Bien y el Mal, y un elenco de personajes locales. Los trajes son a propósito disparatados, y la risa surge fácilmente de una audiencia complacida.*

*Dos cazadores, Ola y Oye, se encaminan a cazar animales de monte, cantando mientras caminan. Ambos inician una conversación sobre las novedades en la aldea. Ola está entusiasta con la perspectiva de contar con un pozo de agua potable; Oye también, aunque no está plenamente*

*satisfecho. Considera que los caminos y la electricidad son más importantes. Comienzan a discutir... Ola se pregunta por qué su amigo ignora la relación entre la salud y el agua potable. Cualquiera que haya sufrido, como él, la enfermedad del gusano de guinea, trataría para siempre al agua con el respeto debido.*

*Los rostros atentos de la audiencia se iluminan cuando aparece una mujer joven y guapa con una jarra para buscar agua. Ola la previene sobre el peligro de ir al estanque, mientras que Oye trata de ridiculizar a su amigo. ¿A cuál de los dos escuchará la mujer?*

*Una canción pide al público que ofrezca una respuesta... y luego—el clímax—aparece en escena un muchacho enfermo por el gusano de guinea, llorando de dolor.*

*De manera espontánea, la gente se acerca a los actores y coloca sobre sus frentes billetes de 5 o 10 naira, un gesto de gratitud que se conoce como “aspersión” (spraying, en inglés). Un anciano se dirige a la asamblea; él fue víctima del gusano de guinea y asegura que la obra teatral es absolutamente verídica. La audiencia celebra alborozada.—Testimonio de Lynn Geldof, UNICEF.*

#### DESCRIPCIÓN



El éxito del teatro comunitario durante el Programa Ampliado de Inmunización (PAI), hizo germinar la idea de apoyar y expandir esta experiencia, añadiendo un componente importante de capacitación, incluyendo temas de salud y derechos del niño, y extendiendo la cobertura de los

grupos de teatro hacia otros estados de Nigeria.

Era evidente que dos o tres grupos de teatro comunitario no eran suficientes para ofrecer cientos de representaciones en las aldeas. Se diseñó un programa de capacitación muy detallado. El grupo de teatro con el que se había originado la experiencia, encabezado por el director y guionista Jimmy Solanke, fue invitado a organizar un grupo de capacitadores. Se preparó un manual de capacitación y se elaboraron materiales de apoyo para implementar un taller intensivo de diez días, cubriendo desde la historia del teatro hasta las técnicas dramáticas modernas. Se hizo énfasis en la capacitación de los actores.

Las autoridades locales firmaron un acuerdo comprometiéndose a proporcionar alimentación y alojamiento durante la capacitación, impartida en el ámbito de los gobiernos locales. El UNICEF, por su parte, se comprometió a cubrir el costo de los capacitadores y de la preparación de los guiones. Los talleres incluían la preparación de la vestimenta de los actores y la utilería necesaria, que después del periodo de capacitación debían quedar en posesión del grupo recién

constituido, para apoyar sus presentaciones en las comunidades. Un tema importante al finalizar cada taller de capacitación era la elección de un nombre para el nuevo grupo de teatro, un proceso colectivo destinado a reafirmar su identidad artística.

Jimmy Solanke escribió varias piezas inspiradas en el libro *Para la Vida*. Diez millones de ejemplares de esta conocida publicación del UNICEF se habían distribuido en todo el mundo hasta 1991, en más de 150 lenguas. En Nigeria, el libro se publicó en cuatro idiomas (hausa, ibo, yoruba y pidgin english), y se distribuyeron medio millón de ejemplares, incluidos aquellos en inglés. Los temas que sirvieron de base para los guiones encaraban diversos tópicos: SIDA, vacunación, mortalidad materna, educación básica, erradicación del gusano de guinea, medio ambiente, seguridad alimentaria, diarrea y paludismo. Los guiones incluían escenas humorísticas, que Jimmy Solanke escribió con facilidad.

Se diseñó una perspectiva de trabajo novedosa. Para garantizar la sustentabilidad del programa, se convenció a los gobiernos locales de que proporcionar el transporte y “fondos semilla” para los grupos de teatro recién capacitados. Más aún, los servicios de salud del gobierno local debían acompañar al grupo de teatro en sus giras, para garantizar que esos servicios estuvieran a disposición de las comunidades. A medida que los nuevos grupos de teatro terminaban de capacitarse, comenzaban a ofrecer presentaciones; 46 nuevos grupos fueron capacitados en igual número de gobiernos locales. Por razones de costo-beneficio, pertinencia cultural y sustentabilidad, la misión de estos grupos era realizar representaciones en las aldeas del propio gobierno local.

El financiamiento de la actividad de los grupos de teatro no fue un obstáculo para el proyecto. Casi todos los gobiernos locales estaban dispuestos a participar con aproximadamente 1.000 naira (25 US\$ dólares), por cada representación. Al principio, algunos grupos no estaban interesados en una compensación tan pequeña, pero pronto comprendieron que si trabajaban todas las noches de la semana la suma se hacía más interesante. Además, podían recibir hasta 200 naira adicionales por cada representación, gracias a la costumbre de “rociar” a los actores con billetes. Claro está, si la representación era del agrado de todos.

Se estableció claramente que la vinculación del grupo con el UNICEF era transitoria. Más adelante, los grupos podrían ofrecer sus servicios a cualquier agencia del Gobierno o de la cooperación internacional interesados en promover sus programas en áreas rurales.

Con el tiempo, otros grupos de capacitadores del norte y del este de Nigeria fueron involucrados en la capacitación de nuevos grupos en sus regiones.

Durante los años ochenta, el UNICEF asumió la responsabilidad global de apoyar a los países a dar un salto cuantitativo en los programas de inmunización, para lograr que el 80% de los niños menores de un año fueran vacunados. Para ello, se implementaron campañas masivas con apoyo de emisoras de radio y canales de televisión, que ofrecieron gratuitamente espacios de transmisión para los mensajes del UNICEF.

En Nigeria se contó con el apoyo de más de 15 emisoras de radio y 13 estaciones de televisión, en diez estados de la Federación. Se organizaron sesiones mensuales de capacitación para periodistas, para garantizar que los medios difundieran los mensajes correctos, elaborados con la mayor calidad. Semanalmente se grababan programas en los gobiernos locales, para estimular la competencia entre los estados y lograr mejores resultados en la vacunación.

Todo lo anterior no fue suficiente para lograr el objetivo del 80%. “Las limitaciones de los medios masivos y de la prensa escrita en un país como Nigeria eran obvias. La electricidad está confinada a las ciudades y las barriadas aledañas. Incluso donde hay electricidad, los receptores de televisión son demasiado caros para la gran mayoría. La televisión tiende a ser un privilegio de los más ricos e influyentes. La radio tiene un alcance más amplio, aunque limitado por el costo de las baterías; un juego de pilas puede costar casi un dólar”, escribió Lynn Geldof.

La estrategia de comunicación vertical a través de los medios masivos fue insuficiente. Era imperativo llegar a las comunidades que ni siquiera tenían acceso a la radio; de ese modo, el teatro comunitario surgió como una alternativa.

La comunicación interpersonal era la única estrategia posible para llegar a las comunidades más pobres y alejadas, que habían quedado fuera de la campaña de vacunación. La única actividad de comunicación que podría contribuir a la movilización en el ámbito comunitario era el teatro popular. El UNICEF identificó en los estados de Oyo y Ondo cien aldeas donde la cobertura de vacunación era muy baja, y organizó presentaciones de un grupo de teatro acompañado por el servicio de vacunación. El éxito de esa experiencia piloto llevó a desarrollar en 1991 un proyecto más ambicioso, la *Red de Teatro Educativo* (“*Network of Educational Theatre*”, en inglés), donde el componente de capacitación fue determinante.

La ventaja del teatro popular en Nigeria es que pudo desarrollarse sobre la base de las manifestaciones rituales preexistentes y de la cultura local para comunicar mensajes que beneficiaban a la comunidad. La cultura local no solamente permitió fortalecer la difusión de los mensajes, sino que además se benefició en el proceso de investigar las tradiciones locales y de reevaluar las prácticas comunitarias.

La acción conjunta de los grupos de teatro y de los equipos de vacunación hizo posible un impacto social inmediato de las actividades del teatro popular. Muchas mujeres habían omitido vacunar a sus hijos por razones culturales y a veces religiosas, pero finalmente fueron convencidas por la pieza de Jimmy Solanke: *La llamada del cartero*. Inmediatamente después de cada presentación, las enfermeras tenían que atender a cientos de mujeres y niños de toda edad, que esperaban en fila para recibir las dosis de vacunas.

La estrategia del teatro popular tuvo un beneficio adicional: por una parte permitió crear una mayor conciencia en las comunidades, y por otra garantizó que el personal de salud de los gobiernos locales cumpliera con su trabajo de llegar regularmente a las comunidades rurales, algo que con frecuencia se negaba a hacer.

Hacia 1994 la red contaba con 46 grupos de teatro popular en los gobiernos locales.

La actividad del primer grupo de teatro había mostrado que era posible mejorar la situación; más aún, un programa continuo de capacitación contribuyó a establecer grupos de teatro permanentes en los gobiernos locales seleccionados. Los aspectos innovadores del proyecto derivaron del hecho de que cada conjunto dramático era culturalmente pertinente a las aldeas donde se hacían las representaciones. No solamente el idioma era el mismo, sino que también se tomaron en cuenta los códigos culturales que suelen ser específicos de cada comunidad: los trajes, las canciones, los saludos tradicionales.

Además, cada grupo de teatro llegaba a la comunidad horas antes de comenzar la representación, para recoger información y anécdotas sobre los eventos ocurridos recientemente, e incorporarlos como referencias en la obra, garantizando de ese modo el interés de la audiencia durante la representación. Los guiones eran adaptados a cada situación particular, introduciendo algo de improvisación, aunque con el cuidado de preservar en la medida de lo posible los contenidos de los mensajes.

Desde su etapa de diseño el proyecto debía ser: de bajo costo, pertinente culturalmente, directamente vinculado a los servicios de salud, y sustentable. La idea era poner al alcance de las comunidades una herramienta de comunicación que pudieran utilizar de acuerdo a sus necesidades.

La metodología de capacitación y la disponibilidad inmediata de los grupos de teatro fueron aspectos centrales en la estrategia de ampliar rápidamente la cobertura para alcanzar miles de comunidades marginadas.

### OBSTÁCULOS

Además de Jimmy Solanke, muy pocos hombres de teatro de Nigeria se interesaron en trabajar en las comunidades; los que estaban dispuestos a hacerlo pretendían una compensación económica que estaba fuera del alcance y de la estrategia del UNICEF.

Algunos gobiernos locales no cumplieron con el compromiso de apoyar a los nuevos grupos capacitados. No proporcionaron el transporte necesario, ni destinaron “fondos semilla” en su presupuesto anual para el mantenimiento de los grupos, como se había acordado con el UNICEF.

No todos los grupos de teatro participaron en la capacitación con la misma seriedad. Los diez días de capacitación intensiva fueron a veces reducidos porque algunos grupos no estaban dispuestos a participar durante el fin de semana.

La ventaja de adaptar los guiones a la situación concreta de las aldeas donde se hacían las presentaciones, derivó muchas veces en una práctica riesgosa, ya que algunos grupos exageraron el margen de improvisación, dejando a un lado los mensajes de la obra, y convirtiendo la representación en una secuencia de situaciones cómicas sin mayor contenido.

### REFERENCIAS

*Community Empowerment: Social Mobilisation in Nigeria* por Lynn Geldof, UNICEF 1994.

*Popular Theatre* por Alfonso Gumucio Dagron, UNICEF 1995.

# ACTION HEALTH

1992 Nigeria

### DATOS

NOMBRE:	Action Health Incorporated (AHI)
PAÍS:	Nigeria
ÉNFASIS:	Salud sexual y reproductiva de los jóvenes
LUGAR:	Lagos
BENEFICIARIOS:	Jóvenes de los barrios pobres
ALIADOS:	Communication for Change
FINANCIAMIENTO:	MacArthur Foundation, Martha Stuart Communications, UNICEF y PNUFID
MEDIOS:	Video

### ANECDOTARIO

*“Bola, ¿qué piensas de lo que acabamos de decir?” el eco de la voz resonó en mi subconsciente, pero no fue hasta que Sandra —una compañera del curso de video— me tocó el hombro, que caí en cuenta que estaba tan absorta en mis pensamientos, que no había notado que la pregunta estaba dirigida a mí.*

*Barkley, el instructor de video, acababa de dibujar una vívida imagen de los desafíos que los jóvenes debemos enfrentar mientras crecemos, y cómo la exaltación del sexo en los medios masivos influye en las opciones riesgosas de los jóvenes sobre la sexualidad. Mientras hablaba me parecía estar mirando un espejo que me devolvía la imagen de mi propia vida. Cuando tenía 13 años creía que solamente las mamás hacían niños. ¿Cómo? No podía decirlo. Mis padres, demasiado ocupados, no estaban nunca cerca para hablarme de los cambios que yo experimentaba mientras crecía.*

*Recuerdo lo aterrada que estuve cuando mi primera menstruación. De hecho, pensé que me iba a desangrar hasta morir. Afortunadamente mi profesora, la Sra. Akinpelu, me limpió y me aseguró que todo ello era normal. Cuando regresé a casa, todo lo que mamá supo decirme es que no me aproximara a ningún varón de nuevo, ya que estaba menstruando. ¿Por qué? No me lo dijo. Por suerte, obtuve esa información de mis amigas, aunque más tarde descubrí que no todo lo que me habían dicho era verdad. Necesitaban información tanto como yo.*

*Vivo en un barrio pobre, Ifako. Mis amigas y yo hemos aprendido “en la calle”, por así decirlo, todo lo que sabemos de la sexualidad. Nos reuníamos entre mujeres para hablar de los varones que nos habían hecho avances sexuales, y cuál había sido el resultado. Las demás se burlaban de una si todavía era virgen. Perder la virginidad estaba de moda. Mamá, que era la única que estaba en casa la mayor parte del tiempo, no quería hablar conmigo de la sexualidad. Se molestó cuando le pregunté acerca del amor y le conté que un muchacho me había hecho insinuaciones sexuales. Me amenazó con avisar a mi padre que yo me estaba volviendo incorregible.*— Comentarios de Yomi Iyiola-Martins y Netu Ilavbare, ambas capacitadas como productoras de video en los talleres coordinados por ACTION HEALTH.

#### DESCRIPCIÓN



La Unidad de Video Participativo y Comunicación (PVC) es parte de la estrategia de comunicación, información y educación de *Action Health Incorporated* (AHI). Una organización de Estados Unidos, *Communication for Change* (C4C), ofreció un taller de capacitación de 16 días para diecisiete

participantes. El primer grupo, compuesto por diez adolescentes, tres empleados del proyecto y cuatro trabajadores de *Action Health*, aprendió los elementos básicos del video participativo, particularmente las destrezas técnicas para producir videos y para exhibirlos.

Esta capacitación inicial tuvo un efecto multiplicador, ya que adoptó la modalidad de un programa para la formación de instructores. Los primeros capacitados en el equipo de video, capacitaron a su vez en 1993 a otros 19 adolescentes para reforzar el grupo y garantizar la continuidad del proyecto. El proceso de formación permanente ha hecho posible la continuidad del proyecto de video participativo.

La Unidad de Video Participativo y Comunicación (PVC) de *Action Health* ha sido fundamental en las actividades de información y educación. Sus objetivos son:

- Establecer un grupo de video capacitado en la producción de videos sobre temas relativos a la salud reproductiva para orientar a otros adolescentes;
- Producir videos sobre los programas de *Action Health*, que pueden ser utilizados para compartir experiencias con grupos de otros países;
- Realizar videos dirigidos a sensibilizar a los adultos, especialmente a los padres;

- Influir en las políticas estatales para reducir la resistencia a tomar en cuenta las necesidades de los adolescentes con relación a los servicios y a la información sobre salud reproductiva;
- Utilizar el enfoque de “educación-diversión” para llegar a los adolescentes a través de las exhibiciones de video.

La PVC desarrolla actividades específicas. La primera es la producción, que incluye programas de información y educación sobre salud reproductiva, dramas y musicales. Esta actividad involucra a un grupo de teatro conformado por estudiantes de secundaria y jóvenes fuera del sistema educativo. Sus funciones incluyen la redacción de guiones dramáticos y la actuación en las obras. El grupo de teatro interviene en las actividades de extensión comunitaria, actuando en mercados, salones y calles; utiliza estrategias de participación para involucrar a la audiencia. Los miembros del grupo teatral son voluntarios y no perciben remuneración alguna, excepto un subsidio de transporte y ocasionalmente algún estipendio. Su afiliación al grupo está basada en el interés personal y en el compromiso, antes que en el interés pecuniario.

Hasta 1999, la PVC produjo 64 videos, en formatos que van desde documentales hasta musicales. Se cubrió una gama amplia de temas relativos a la salud sexual y reproductiva de los adolescentes: embarazo precoz, drogas, papel de los adolescentes en la superación de las barreras de comunicación, enfermedades sexualmente transmisibles y SIDA, aborto, violación, problemas de pubertad y planificación familiar. A fines de 1998, la PVC produjo un video musical titulado: *Sé prudente y otras canciones (Be wise and other songs)*, donde los jóvenes escribieron sus propias canciones y las cantaron.

Otra tarea de la PVC es la edición, que implica la capacitación de nuevos asistentes para editar las cintas producidas por el grupo teatral. Quizás la función más importante, particularmente en cuanto a los objetivos de educación e información, son las proyecciones de video en las escuelas, centros juveniles y organizaciones. En la primera mitad de 1999, más de cuatro mil adolescentes asistieron a esas exhibiciones.

#### CONTEXTO Y ANTECEDENTES

La propagación del SIDA en África indujo a las ONG a organizarse para promover la salud reproductiva. El programa de salud reproductiva para adolescentes de AHI se inició para hacer frente la precaria situación de la salud de los adolescentes de Nigeria, donde existen muy limitados medios para encauzar información adecuada hacia los jóvenes.

Las actividades de AHI están basadas en la certeza de que los adolescentes necesitan estar conscientes de los factores que influyen en sus experiencias en esta etapa crucial de sus vidas. AHI considera

que proporcionando a los jóvenes más conocimientos se logra que tomen decisiones de plena conciencia sobre su sexualidad y sobre la planificación de su vida.

Para cumplir con ese objetivo se formó en 1992 PVC, como parte integral de la estrategia de información, comunicación y educación de AHI, desarrollada en colaboración con C4C. Aunque la unidad de video depende administrativamente de la unidad de información, educación y comunicación, ha logrado un espacio propio y sin duda realiza contribuciones independientes del funcionamiento general de la organización.

### IMPACTO SOCIAL

Como en otros países, la televisión, el video casero y las películas se han convertido en Nigeria en modalidades de comunicación que gozan de mucha popularidad y que tienen mucha influencia entre los adolescentes de zonas urbanas. Como herramienta de información, educación y comunicación, el video es quizás el medio más sencillo de utilizar y el de menor costo para actividades de difusión.

Las producciones de video de AHI han sido usadas para orientar a jóvenes y adultos sobre la realidad de los problemas de salud reproductiva que enfrentan los adolescentes. Sin embargo, AHI estima que su logro más importante en el largo plazo ha sido la capacitación de más de 30 jóvenes en técnicas de producción de video. La capacitación permite dotar a los jóvenes de aptitudes que más tarde pueden desarrollar para mejorar su vida y como un trampolín hacia el éxito.

La PVC ha permitido descubrir y cultivar talentos para la actuación y para el canto. Estos talentos han sido descubiertos en las presentaciones del grupo teatral. Por ejemplo, el musical “Sé prudente y otras canciones” (*Be wise and other songs*) ofreció a los jóvenes actores la oportunidad de mostrar su talento ante una audiencia mucho más amplia y a un ritmo mucho más rápido del que hubieran logrado por sí solos. La popularidad de PVC entre los jóvenes se refleja fácilmente en el entusiasmo que muestran quienes desean participar en las actividades del grupo de teatro.

Es evidente que los jóvenes son cada día más dinámicos en su forma de comunicarse. Ésta es una ventaja del enfoque participativo, ya que los mismos adolescentes realizan las producciones de video que mantienen vivo su interés y que permiten que los mensajes lleguen a más jóvenes como ellos, así como a otros sectores que pueden modificar la situación en aspectos que tienen un impacto en sus vidas.

“La estrategia de video participativo es un buen espejo de la sociedad. Muestra a gente “de verdad” con cuya experiencia la audiencia puede identificarse, haciendo que de ese modo el video

sea más creíble y eficaz en lograr cambios de actitud”, según Yomi Iyiola-Martins y Netu Ilavbare, de la segunda generación de jóvenes capacitados en el programa de AHI.

### MEDIOS Y MÉTODOS

AHI estima que el video ofrece ventajas comparativas sobre otros medios:

La primera ventaja es su atractivo: las imágenes se recuerdan por más tiempo que las palabras, y las imágenes en movimiento atraen más la atención. La segunda ventaja es su capacidad de “educar-divertir”: el video puede educar mientras cumple un papel de distracción. La tercera ventaja es que se trata de un medio muy influyente: los líderes políticos que reciben información a través de los medios, suelen mirar la televisión, videos y películas. La cuarta ventaja es que los videos pueden verse una y otra vez. La quinta, es su potencial de documentación y como archivo de imágenes. Finalmente, las actividades son también participativas: durante las sesiones de video, todos los que están involucrados en el proceso tienen la oportunidad de hacer contribuciones individuales.

La formación permanente de otros adolescentes es una metodología que ha garantizado la estabilidad del proyecto de video participativo. AHI acertó al facilitar que el proyecto fuera dirigido por jóvenes, con una supervisión mínima de los adultos. Los jóvenes escriben los guiones, operan los equipos de producción y editan los videos.

Más aún, para cumplir la función de realizar producciones con mensajes educativos e informativos, el proyecto ha mantenido la continuidad del grupo de teatro conformado por adolescentes. Los mismos jóvenes producen las obras dramáticas y los videos musicales, que posteriormente son evaluados por una audiencia más amplia de adolescentes para determinar si los contenidos son adecuados para ellos.

La estrategia de facilitar las discusiones promueve el intercambio de experiencias entre los participantes, para que unos puedan aprender de los otros. Luego la audiencia examina durante el foro las decisiones o las acciones con relación a su sexualidad.

### OBSTÁCULOS

A pesar de que la PVC de AHI ha contribuido para que los videos sobre educación sexual sean más accesibles para los jóvenes, los desafíos son todavía enormes. El video participativo puede influir positivamente en las vidas de pequeños grupos de jóvenes, pero la gran mayoría está influenciada por la avalancha de material pornográfico que puede ser fácilmente obtenido en Nigeria.

Para competir en cantidad y en calidad con las producciones que desinforman a la juventud, AHI tendría que implicarse en producciones de video profesionales, lo cual está fuera de su alcance y más allá de su metodología de trabajo. La PVC hace el mejor uso posible de su equipo de video, pero éste envejece rápidamente. Las cámaras de video Hi-8 y la consola de edición ya no pueden producir imágenes de alta calidad, comparables con las producciones de los equipos digitales más modernos. De hecho, AHI se ha visto obligada a alquilar cámaras profesionales para algunas de sus producciones de alta calidad.

#### REFERENCIAS

La información para este capítulo fue proporcionada por Nike O. Esiet, Directora de *Action Health*.

*The Mirror of our Lives: participatory video communication in Action Health Incorporated* por Yomi Iyiola-Martins y Netu Ilavbare.

# ECONEWS AFRICA

1992

Regional, África

#### DATOS

<b>NOMBRE:</b>	EcoNews Africa (ENA)
<b>PAÍS:</b>	Regional, África
<b>ÉNFASIS:</b>	Redes de información, capacitación
<b>LUGAR:</b>	Nairobi (Kenya)
<b>BENEFICIARIOS:</b>	ONG y organizaciones comunitarias en África oriental
<b>ALIADOS:</b>	APC, MISA, Zero y otros
<b>FINANCIAMIENTO:</b>	HIVOS, NGONET, OXFAM, Panos, Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo (CIID), SIDA, Both Ends, SNV, PNUD, Action Aid Kenya, SSNC, Trocaire, Fundación Friedrich Ebert, entre otros
<b>MEDIOS:</b>	Multimedios, Internet, correo electrónico, boletines

#### ANECDOTARIO

*EcoNews Africa posibilita que las organizaciones no gubernamentales (ONG) y organizaciones comunitarias de base (OCB) se involucren activamente en la toma de decisiones sobre el desarrollo sustentable, mediante la promoción estratégica y oportuna de flujos de información en todos los niveles.*—Declaración de principios de *EcoNews*

Muchas ONG y OCB carecen de miembros reconocidos como tales. Las que tienen miembros cuentan con muy pocos realmente activos, debido a la diversidad de sus intereses. El problema principal y recurrente es la falta de una visión a largo plazo, ya que la mayoría de estas organizaciones se establecieron para abordar problemas de corto plazo; por ejemplo, la perforación de pozos para resolver el problema del agua. Estas organizaciones tienden a ser muy débiles; las más fuertes son las que tienen objetivos unitarios. Su perspectiva va más allá de la solución de las necesidades básicas, de los paliativos a la pobreza o de la capacidad de las familias para resolver sus problemas.

A pesar del crecimiento cuantitativo de las ONG y OCB, su tiempo de vida es limitado, así como su impacto. Muchas de ellas evidencian una limitada capacidad para hacer análisis críticos y para organizarse de manera sistemática. La falta de acceso a la información es uno de los mayores obstáculos en ese proceso. Sin embargo, la constitución de alianzas empieza a arrojar resultados.

Las OCB, más aún que las ONG, tienden a enfrentar limitaciones de tipo organizativo. Los esfuerzos por organizarse en el nivel comunitario tropiezan con altos niveles de analfabetismo, que se suman a reglamentaciones draconianas de los canales de comunicación rural y una legislación que inhibe la libertad de asociación. La privatización de la educación no hará sino empeorar esta situación.

Muchas de las ONG que trabajan en el desarrollo apoyan a los “ricos entre los pobres”. La ayuda no llega a los más pobres, que carecen totalmente de recursos.

Por lo general, las ONG que apoya *EcoNews Africa*, dependen de donaciones. Por ello, los proyectos hacen énfasis en la consolidación de redes y en la puesta en común de recursos para lograr un mayor impacto.

#### DESCRIPCIÓN



*EcoNews Africa (ENA)* es una iniciativa regional que analiza el desarrollo y el contexto mundial desde una perspectiva africana e informa sobre las actividades locales, nacionales y regionales que son una contribución para las soluciones globales. Se propone mejorar la difusión de información sobre las poblaciones

afectadas hacia los líderes políticos pertinentes, para promover la participación de grupos de la sociedad civil en la toma de decisiones sobre temas relacionados con el desarrollo sustentable. *EcoNews Africa* es una ONG registrada en Kenya, que opera a nivel subregional y trabaja con ONG y OCB en Kenya, Tanzania, Uganda, Djibouti, Eritrea, Etiopía, Somalia y Sudán.

El objetivo general de *EcoNews Africa* es “promover el compromiso y la participación activa de grupos de la sociedad civil en la gobernabilidad a nivel sub-regional, y en los niveles mundiales de decisión de políticas que afectan el interés nacional, en particular en temas de gobernabilidad del medio ambiente y la macroeconomía”.

Los dos aspectos que entorpecen las alianzas entre las ONG y las OCB son: el acceso desigual a los recursos, lo cual deriva en una ausencia de responsabilidad compartida, y las alianzas oportunistas que resultan en compromisos desiguales para alcanzar incluso objetivos definidos conjuntamente.

La organización desarrolla varios programas:

El proyecto de *Iniciativas Multilaterales para el Desarrollo*, involucra la investigación y la documentación de iniciativas externas (en particular de las agencias de financiamiento bilateral y multilateral) que debilitan el desarrollo endógeno; en esa dirección, el proyecto promueve actividades de información, fortalecimiento institucional y constitución de redes.

El programa de *Movilización Comunitaria y Lucha contra la Desertificación* está comprometido con el fortalecimiento institucional de grupos comunitarios en África oriental, proporciona insumos para la elaboración de planes nacionales de acción que deben ser implementados por el Gobierno en el marco de la Convención de las Naciones Unidas de Lucha contra la Desertificación.

El programa de *Medios de Comunicación Comunitarios* es el responsable de la información y de proporcionar apoyo técnico a las comunidades para el establecimiento de un ambiente regulativo propicio y para la consolidación de una infraestructura de comunicación apropiada y eficiente.

El programa de *Información y Redes* alienta el uso de la Internet y de las nuevas tecnologías de información y comunicación en la promoción y gobernabilidad, sobre temas relacionados con políticas macroeconómicas y desarrollo sostenible. Asimismo, facilita el acceso oportuno e inmediato, y el intercambio de información crítica entre los grupos comunitarios afectados y los niveles de decisión internacionales.

El programa de *Aprendizaje Ambiental en Comunidades y Escuelas*, promueve el desarrollo del conocimiento científico autóctono, a través de sistemas de aprendizaje no académicos, para un mejor manejo del medio ambiente.

*EcoNews Africa* recibe el apoyo de *Humanistic Institute for Co-operation with Developing Countries* (HIVOS), de NGONET, y de muchas organizaciones internacionales. Durante los 18 meses (1997–1998) que cubre el informe anual correspondiente a ese periodo, ENA desembolsó más de 900.000 US\$ dólares, en fondos provenientes de donaciones, subvenciones, y suscripciones.

#### CONTEXTO Y ANTECEDENTES

*EcoNews Africa* comenzó en marzo de 1992 en una reunión de ONG donde se intentaba diseñar una estructura eficiente de información y comunicación, que pudiera facilitar las corrientes de información sobre desarrollo. En junio de 1996, *EcoNews Africa* fue reconocida legalmente como una organización internacional de voluntarios y sin fines de lucro.

Wagaki Mwangi de *EcoNews Africa*, resume así la problemática:

A menos que exista la obligación de garantizar el acceso universal, el resultado será una pérdida aun más grave de recursos, conocimientos y tecnología, de los países en desarrollo hacia los países industrializados. Los controles gubernamentales que hasta ahora entorpecen la salida de conocimientos de las comunidades, se derrumbarán. Mientras en el mundo desarrollado existe conciencia sobre el valor del conocimiento como un bien que puede patentarse y venderse, en los países en desarrollo no existe la misma conciencia. Las disparidades entre ricos y pobres se ampliarán en el futuro”.

Entre los principales problemas, destacan: las políticas gubernamentales y el contexto regulativo; la creciente pobreza en las comunidades, especialmente debido a la reducción del papel del Estado en la educación, amenaza la sustentabilidad de cualquier desarrollo.

#### IMPACTO SOCIAL

---

La *visión* de *EcoNews Africa* ha sido formulada así:

Una sociedad en la que las comunidades son centrales en la toma de decisiones sobre los problemas que las afectan; controlan su medio ambiente inmediato; y tienen opciones y alternativas que les permiten actuar de acuerdo a sus propios intereses, así como en el de las futuras generaciones.

La colaboración y las alianzas entre grupos que trabajan en temas similares, contribuye a minimizar la duplicación de esfuerzos, las disputas y la animosidad que surge en la competencia por los recursos financieros; e incrementa la buena voluntad. Es necesario diseñar mejores estrategias, en particular para compartir la información y el conocimiento.

Cada uno de los programas de *EcoNews Africa* tiene su propia plataforma de información, en un esfuerzo por compartir el conocimiento y ampliar la influencia de las propuestas innovadoras. Además de interactuar con las más influyentes organizaciones en las políticas macroeconómicas (Organización Mundial del Comercio, Banco Mundial, Banco Africano de Desarrollo, Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos, Fondo Monetario Internacional), el programa de *Iniciativas Multilaterales para el Desarrollo* realiza investigaciones y difunde una publicación trimestral, *Observador del Desarrollo (Development Watch)*, donde analiza las tendencias multilaterales para el desarrollo.

El programa de *Movilización Comunitaria y Lucha contra la Desertificación* ha ayudado a grupos de Kenya, Tanzania y Uganda, a organizarse en Comités de Coordinación de ONG. En colaboración con el *Environmental Liaison Centre International* (ELCI), *EcoNews*

*Africa* elaboró una guía en kiswahili para ayudar a las comunidades en la comprensión del contenido de la Convención de las Naciones Unidas de Lucha contra la Desertificación. Además, produce y distribuye el boletín *Jangwa*, sobre temas de gobernabilidad en el contexto del desarrollo de las zonas áridas. Su carácter específico hace que sea una herramienta eficiente en el seguimiento de la implementación de la Convención.

El programa de *Medios de Comunicación Comunitarios* derivó en una organización autónoma, con su propio financiamiento, que apoya a las redes comunitarias de grupos de comunicación y promueve su organización y capacitación. Es un miembro importante de *Community Media Network of East and Southern Africa* (COMNESA), y se ha concentrado en la promoción de un contexto regulativo favorable a los medios de comunicación comunitarios. Además, produce para *EcoNews Africa* el boletín *Community Media News*.

#### MEDIOS Y MÉTODOS

---

La estrategia de *EcoNews Africa* consiste en apoyar el fortalecimiento institucional de las ONG y OCB para que puedan posicionarse eficientemente con relación a las políticas y estrategias de desarrollo, tanto en el nivel nacional como internacional. Para ello, *EcoNews Africa* se concentra en los obstáculos estructurales, organizativos y culturales. El alcance de los programas incluye acciones de investigación, difusión de información, promoción, fortalecimiento institucional y desarrollo de redes. Las actividades centrales son de formación de alianzas estratégicas, de fortalecimiento de las capacidades de información y comunicación de los grupos asociados en el contexto en que desarrollan su actividad, así como de investigación y de análisis de políticas.

“Las propias comunidades definen el sistema de comunicación adecuado a través de actividades de movilización social. *EcoNews Africa* simplemente brinda apoyo técnico para adaptar las tecnologías de comunicación que no fueron originalmente diseñadas para ese tipo de gente”, dice Wagaki Mwangi, Coordinador Ejecutivo de *EcoNews Africa*.

Los métodos utilizados incluyen:

- Acceso inmediato de las ONG y funcionarios de gobierno a la información sobre procesos mundiales que afectan las políticas nacionales.
- Participación creciente de las ONG locales en las campañas para su propio beneficio.
- Reconocimiento de que comunidades previamente marginadas pueden acceder a la Internet y a las nuevas tecnologías de información, mediante el establecimiento de telecentros (promovidos por la CEPA y el CIID entre otros), en beneficio de comunidades en todo el continente de África.

## OBSTÁCULOS

Los grupos que promueven cambios atraen con frecuencia la ira del Gobierno; mientras que las ONG que se concentran en un trabajo humanitario y de desarrollo de infraestructuras son menos vulnerables a las intimidaciones. Sin embargo, sus costos de operación son muy altos y requieren una sólida base de financiamiento. Estos factores, y la desconfianza que existe entre las propias ONG, y entre las ONG y los donantes, hace que el trabajo de las ONG sea un gran desafío.

Muy pocas ONG en la región se dedican a promover intercambios intersectoriales. Son menos aún las organizaciones que desarrollan análisis sobre el impacto de las políticas mundiales en las políticas nacionales.

## REFERENCIAS

Este capítulo se basa en información proporcionada por Wagaki Mwangi, Coordinador Ejecutivo de *EcoNews Africa* y Lynne Muthoni Wanyeki. Un primer borrador de fue elaborado para la reunión "Communication for Social Change" que tuvo lugar en Cape Town en octubre de 1998. Extractos del mismo aparecieron en "Communication for Social Change: A position paper and conference report", The Rockefeller Foundation, Nueva York, 1999.

El Informe Anual 1997-1998 fue consultado durante una visita a las oficinas de *EcoNews Africa* en Nairobi, así como boletines y publicaciones de la ONG mencionadas en el texto.

El sitio Web de *EcoNews Africa* ofrece información adicional sobre las actividades, proyectos y organizaciones asociadas: <http://www.web.net/~econews/>

# NALAMDANA

1993

India

## DATOS

NOMBRE:	Nalamdana
PAÍS:	India
ÉNFASIS:	Salud materna e infantil; SIDA/VIH
LUGAR:	Zonas rurales y urbanas de Tamil Nadu
BENEFICIARIOS:	Población tamil de Tamil Nadu
ALIADOS:	SNEHA, Cancer Institute, TNSACS, IRDT y ONG regionales
FINANCIAMIENTO:	Fundación Ford, Actionaid, UNICEF-Chennai, TNSACS, AVT Group of Companies
MEDIOS:	Teatro, casetes de audio y video

## ANECDOTARIO

*Cada mañana, Lingesan abre su "tienda" en la barriada de Vysarpadi: es el dueño de una mesa de planchar móvil, es decir, una tabla con ruedas y una plancha de hierro llena de carbones encendidos. Cada mañana recoge de las casas vecinas ropa para planchar. A medida que plancha cuidadosamente las arrugas de las ropas del barrio, medita sobre las arrugas en las vidas que lo rodean. Y a medida que el día avanza, él mantiene su buen ánimo componiendo canciones en el estilo gana propio de las barriadas de Chennai. Canta mientras plancha y a veces canta para otros.*

*Un día escuchó hablar de las representaciones callejeras de Nalamdana. Animado por un amigo, fue a ofrecer sus servicios y se sorprendió cuando supo que Nalamdana ya utilizaba canciones gana para comunicar mensajes de contenido social a la gente de las barriadas y de las aldeas. Nalamdana le pidió componer una canción sobre el SIDA/VIH. Aunque ya había escuchado algo del SIDA, la discusión con Nalamdana le hizo reflexionar por primera vez sobre la percepción social de los pacientes con SIDA. Conmovido, escribió una canción sobre el cuidado y la protección de quienes han sido infectados.*

Nalamdana lo invitó a grabar su canción y lo sorprendió pidiéndole que la cantara él mismo. Lingesan grabó su canción acompañado solamente de una tabla (instrumento rítmico). Al no estar acostumbrado al estudio de grabación, le permitieron tener el instrumento en el mismo ambiente y no tuvo que usar audífonos, porque le parecían incómodos. Una sola toma bastó para grabar íntegramente la canción.

Como parte de los nuevos materiales de información, educación y comunicación, se grabaron diez canciones creadas especialmente sobre el SIDA/VIH. Varios intérpretes conocidos de música tamil para cine, aceptaron cantar recibiendo una remuneración menor, con el propósito de difundir ampliamente un disco con mensajes sobre el SIDA. Para el lanzamiento del disco se reunieron cantantes, directores musicales e invitados especiales. Lingesan se sentía orgulloso como invitado especial.

La vida de Lingesan sigue como antes, todos los días continúa planchando ropa, componiendo y cantando, además de trabajar con Nalamdana en su tiempo libre.—Extractos de un texto escrito por miembros del grupo NALAMDANA.

#### DESCRIPCIÓN



**Nalamdana**

Nalamdana significa “¿estás bien?” en lengua tamil. Es además el nombre de una organización formada en 1993 por jóvenes de varias disciplinas cuyo interés común era el teatro. Nalamdana considera que el espectáculo es un canal para transmitir información sobre temas sociales y emotivos muy delicados. Su misión

es ofrecer educación para la salud y promover hábitos de prevención a través del entretenimiento: teatro comunitario, grupos de discusión y canciones con mensajes.

El logotipo de la organización representa el enfoque comunitario y el énfasis en la salud: un sencillo *kolam* o *rangoli*, un diseño que simboliza la rutina típica de la mujer en los hogares tameses tradicionales, limpiando el patio de la casa y decorando la entrada con el diseño dibujado con harina de arroz. Es la primera señal de bienvenida que el visitante descubre en una casa tamil. También simboliza la necesidad de limpieza, salud e higiene para toda la familia. Más aún, representa la fuerza de la gente que se une con una visión común.

Los esfuerzos de Nalamdana se concentran en dos áreas: a) una amplia difusión de los mensajes de prevención, para que la gente pueda tomar decisiones conscientes sobre su salud, y b) la formación

de líderes locales que pueden potenciar la masa crítica necesaria para lograr cambios visibles. El grupo realiza actividades de:

- Investigación, redacción de guiones y montaje de piezas dramáticas en las comunidades, para facilitar la toma de conciencia sobre temas claves de salud y propiciar cambios positivos de comportamiento;
- Elaboración de piezas dramáticas para la televisión sobre problemas sociales;
- Preparación de materiales de información, educación y comunicación para la conscientización y los cambios de comportamiento;
- Realización de talleres de orientación sobre VIH y enfermedades transmitidas sexualmente, especialmente para mujeres y hombres analfabetos;
- Recolección de fondos para las becas de estudio de Nalamdana y su difusión;
- Capacitación de estudiantes en técnicas de teatro comunitario.

Nalamdana utiliza métodos innovadores de comunicación para transmitir los mensajes sobre el VIH/SIDA a audiencias semianalfabetas de las barriadas y aldeas de Chennai. Para llegar con eficacia a la población meta, ha desarrollado un estilo teatral único, inspirado en los populares estilos del cine de Tamil Nadu.

Las representaciones atraen audiencias de 700 a 1.000 personas de diferente edad, sexo y ocupación. El repertorio cuenta con tres obras sobre el VIH/SIDA, y otras sobre prevención del suicidio, cáncer, analfabetismo, higiene y salud general. Entre noviembre de 1996 y mayo de 1998, se presentaron obras en 111 barriadas, con una audiencia total de 200.000 personas. Las presentaciones de Nalamdana han sumado medio millón de personas.

Nalamdana recluta a actores y actrices en las comunidades. Durante las presentaciones la gente tiene la oportunidad de mostrar su talento sobre escenarios improvisados. Esto hace que las comunidades se sientan más cercanas al esfuerzo, ya que la presencia actores de comunidades como las suyas permite que los mensajes sean transmitidos de una manera que es específica a su microcultura. Además, ofrece a Nalamdana la posibilidad de desarrollar su estrategia de contenidos sobre la base de una mejor comprensión de las creencias y tradiciones comunitarias.

Los audiocasetes son una nueva herramienta que Nalamdana introdujo en apoyo de los otros métodos. Dos mil copias del primer casete se distribuyeron en apenas unos meses. Las letras fueron escritas por el personal de Nalamdana y gente de las comunidades, y las canciones fueron interpretadas por conocidos artistas de Tamil Nadu.

## CONTEXTO Y ANTECEDENTES

---

Con sus mil millones de habitantes, la India es—junto a las naciones más pobres del África al sur del Sahara—la única región del planeta donde todavía el 50% de las muertes se deben a enfermedades infecciosas totalmente prevenibles. Las estadísticas son apabullantes: 53% de los niños menores de 5 años están desnutridos; 53% de la población vive en absoluta pobreza y apenas la mitad de la población de la India sabe leer.

Chennai es la capital de Tamil Nadu. Tiene una población de 6,6 millones, de los cuales el 30% vive en barriadas pobres asentadas entre las vías del tren y los desagües. La influencia del cine y de la televisión ha sido apabullante. Chennai es la sede de por lo menos cuatro cadenas de televisión por satélite que transmiten programación en tamil, 24 horas diarias. En vista de ese interés por los medios audiovisuales, *Nalamdana* decidió usar el teatro para llegar a su audiencia.

*Nalamdana* fue fundado por Uttara Bharath en 1993 con un “fondo semilla” de la Fundación *Echoing Green* de Nueva York. Un actor de Madurai, R. Jeevanandham, participó en una representación experimental en la calle, con una obra sobre salud general. Las reacciones fueron tan positivas que el actor se trasladó a Madurai para fundar *Nalamdana* junto a Uttara Bharath.

## IMPACTO SOCIAL

---

Una evaluación de las actividades teatrales de *Nalamdana* mostró que como resultado de las presentaciones, se había logrado una mayor conciencia sobre la problemática del VIH/SIDA. Antes de ver la obra la audiencia tenía un conocimiento relativamente preciso sobre la enfermedad, pero un menor nivel de información sobre las ideas falsas propagadas en torno al VIH/SIDA. La obra de teatro disipó algunas ideas erradas y además favoreció el desarrollo de una actitud más benigna para con los individuos seropositivos.

La desinformación con relación al VIH/SIDA era considerable antes de la intervención. El análisis de las encuestas mostró que había diferencias notables en la línea de base en cuanto al conocimiento de VIH/SIDA: las áreas de bajos ingresos tenían un menor conocimiento del VIH/SIDA que los sectores mejor acomodados. Las áreas que habían evidenciado un menor conocimiento del tema antes de la intervención mostraron un desarrollo más rápido del conocimiento, atribuible a la influencia de las obras dramáticas, que permitieron reducir la brecha. La brecha existente puede ser reducida con intervenciones como las del teatro comunitario, que interpelan a la audiencia y diseminan la información de una manera que es comprendida con facilidad.

El teatro comunitario puede reducir las brechas de conocimiento asociadas a los bajos niveles de educación. Las dramatizaciones pueden ser útiles en una gran variedad de contextos. Es muy difícil medir si los cambios en el comportamiento son una consecuencia directa de una mayor comprensión; sin embargo, la información precisa sobre los servicios clínicos a los que se puede acudir son pasos esenciales en el proceso que lleva a los cambios de comportamiento. Las representaciones de teatro interactivo en las calles, facilitan ese proceso.

Las piezas dramáticas contribuyeron también al cambio de actitudes con relación al tratamiento de individuos con VIH. Debido a la naturaleza estigmatizadora del VIH, ese patente cambio de actitud resulta muy importante, particularmente en áreas de bajos ingresos.

El teatro estimula a los miembros de la audiencia y los motiva para encarar los problemas francamente y asumiendo la iniciativa, en la medida en que disminuye la incomodidad que está asociada a las discusiones sobre el SIDA.

## MEDIOS Y MÉTODOS

---

Los medios masivos no son tan eficaces como el contacto personal para apelar a las emociones. Pueden informar sobre el VIH/SIDA; pero por la naturaleza estigmatizadora de la enfermedad, son menos eficaces para persuadir a la audiencia de tratar con benevolencia a los individuos seropositivos. Por otra parte, la programación de los medios masivos no es interactiva y no está adaptada a las necesidades de las comunidades.

El teatro ha sido un arte popular en la India durante siglos. Tradicionalmente se usaba para dramatizar narraciones mitológicas y religiosas. Más tarde, evolucionó para tratar temas sociales y políticos. Los estilos simbólicos y abstractos cambiaron de manera distinta en diferentes regiones. *Nalamdana* ha adoptado un estilo único de teatro de la calle que basa su técnica en el estilo popular del cine tamil, para lograr así un mayor impacto.

Se puede afirmar con rigor que el teatro de la calle es un medio idóneo para difundir información sobre salud y sobre temas sociales muy sensibles. Las obras se pueden adaptar para ser adecuadas a la cultura y pertinentes al contexto. El teatro ofrece un foro público y abierto para la comunicación. Además, es un medio ideal para llegar a grupos bien definidos y recibir retroinformación inmediatamente.

Las presentaciones de *Nalamdana* se inician con juegos y entretenimiento—para atraer al público—seguidos de la representación de la obra. Al concluir, los actores—que han sido especialmente capacitados para ofrecer orientación sobre el VIH/SIDA—hacen preguntas al azar y aconsejan a los espectadores. Al mismo tiempo, se proporciona

información sobre las clínicas más cercanas para realizar exámenes de detección del VIH y recibir orientación personalizada. Las representaciones dramáticas son particularmente eficaces cuando están acompañadas de orientación interpersonal.

### OBSTÁCULOS

Los problemas de casta tienen mucha influencia en la cultura tamil, y es frecuente que cuando los miembros de *Nalamdana* llegan a una aldea remota, la encuentren sumida en conflictos de casta. A veces, el resultado es que los conflictos derivan en agresiones violentas hacia los actores de *Nalamdana*, que tienen que estar preparados para improvisar en cualquier momento, para sacar provecho de cualquier situación y conseguir el objetivo de transmitir los mensajes. En los barrios pobres de las áreas urbanas, los problemas están relacionados con las explosiones de violencia causadas por el alcoholismo y las rivalidades locales.

Debido a que *Nalamdana* se concentra ante todo en las audiencias de analfabetos de las barriadas y de las aldeas, el grupo optó por crear obras dramáticas simples, directas y contemporáneas. Los argumentos se refieren a situaciones cotidianas con las que la audiencia puede identificarse fácilmente. La eficacia está en relación directa con la calidad y la pericia de los actores involucrados. Allí donde se promueven temas de salud controvertidos, los mismos actores tienen que ser previamente preparados. No es fácil encontrar actores tan comprometidos y experimentados.

### REFERENCIAS

Información proporcionada por Uttara Bharath, Nithya Balaji y Tara Thiagarajan.

*An Evaluation of the Use of Drama to Communicate HIV/AIDS Information* por Thomas W. Valente PhD y Uttara Bharath, MHS. Johns Hopkins University.

*Evaluating Drama That Imparts Information* por Uttara Bharath, MHS., Nithya Balaji, B.Sc y R. Jeevanandham, M.Com.

El sitio Web de *Nalamdana*: <http://www.nalamdana.org/>

# RADIO ZIBONELE

1993

Sudáfrica

### DATOS

NOMBRE:	Radio Zibonele
PAÍS:	Sudáfrica
ÉNFASIS:	Salud y desarrollo comunitario
LUGAR:	Khayelitsha, Cape Town
BENEFICIARIOS:	Cerca de 120.000 oyentes
ALIADOS:	Institute for the Advancement of Journalism, National Community Radio Forum, Deutsche Welle Radio Training Centre, NPPHCN, Vuleka Production
FINANCIAMIENTO:	Open Society Foundation of South África, Vuleka Production
MEDIOS:	Radio

### ANECDOTARIO

Al principio, la audiencia de *Radio Zibonele* creyó que algo “mágico” estaba sucediendo: *Durante de la primera transmisión ilegal, una anciana reconoció la voz del locutor. Estaba fascinada y asombrada. Luego visitó la emisora para preguntar cómo era posible que la voz de su amigo saliera de la radio. ¿Cómo habían hecho para meter adentro a la persona?*

La autoridad de *Radio Zibonele* en los asuntos locales y su prestigio han contribuido a resolver muchos problemas sociales: *Un martes por la mañana, el director de la emisora, Vusi Tshose, fue informado de que una huelga estallaría en las escuelas para protestar por el hacinamiento de alumnos. Llamó al Ministro de Educación local y se propuso como mediador entre los diferentes actores involucrados en el problema, que se reunieron el miércoles y el jueves, y el viernes anunciaron a través de la radio, que habían llegado a un acuerdo para evitar la huelga.*

Otro ejemplo más: *Cuando varias compañías de taxi estaban enfrentadas, sus representantes fueron invitados para exponer su caso a través de la radio y para consultar con la comunidad cómo quería ésta que funcionara el servicio.*

La emisora ha apoyado actividades educativas sobre temas culturales y ambientales, promoviendo la participación popular en acciones que benefician al conjunto de la comunidad: *Radio Zibonele organizó una campaña de limpieza en la comunidad de Khayelitsha, en asociación con una empresa y con las autoridades locales, que proporcionaron bolsas de basura, guantes, un camión y refrescos para los participantes. Ocho mil jóvenes se dieron cita un sábado por la mañana para recoger basura.*

La autoayuda es el tema subyacente de *Radio Zibonele*. Vusi Tshose considera que está en manos de la gente lograr que Khayelitsha sea un buen lugar para vivir: *Nadie va a llegar del cielo para ayudarnos. La emisora quiere garantizar que todas las personas sean sanas y saludables, desde el individuo hasta la familia, desde la familia hasta la comunidad.*

Como dijo uno de los locutores voluntarios: *Si hay un disparo, lo escuchamos aquí. Si se va la electricidad, se va también para nosotros.*

— Texto basado en anécdotas reportadas por Gabriel Urgoiti, fundador de *RADIO ZIBONELE*.

#### DESCRIPCIÓN



*Radio Zibonele* nació en 1993 en Khayelitsha, como una emisora artesanal que podía guardarse debajo de una cama de hospital, en el interior de un viejo contenedor que además hacía las veces de clínica en el Centro

Comunitario de salud de Zibonele. Las transmisiones ilegales de la radio llegaban a aproximadamente 20.000 personas en la comunidad de Griffith Mxenge en Khayelitsha, en principio todos los martes por la mañana durante dos horas. Cada vez que *Radio Zibonele* salía al aire, lo hacía con ese equipo de fabricación casera: un transmisor, fuente de energía, amplificador, consola de mezcla de sonido y un grabador y reproductor de casetes. Los fondos que permitieron la instalación de la emisora no sobrepasaban los 2.500 rands; además de 1.500 rands [1 dólar US\$ equivale a 6,9 rands] para que la radio pudiera funcionar durante un año, transmitiendo apenas una vez a la semana.

El 2 de agosto de 1995 *Radio Zibonele* salió al aire legalmente por vez primera. Hacia 1999 contaba con nueve trabajadores y un grupo de aproximadamente 40 a 70 voluntarios de las comunidades vecinas. La edad de los voluntarios variaba entre 10 y 50 años; muchos de ellos no habían pasado por el sistema de educación escolar. Éste es uno de los legados de la era del apartheid, tan notoria por sus injusticias. Para mantener a *Radio Zibonele* funcionando fue imprescindible diseñar intervenciones de capacitación permanente y de fortalecimiento institucional.

Como resultado, se consolidó un grupo de locutores experimentados que ahora, a su vez, capacitan a otros regularmente. La capacitación y desarrollo del personal abarca una base amplia de conocimientos, que presta especial atención a las áreas de habilidades técnicas, administración, presupuesto y manejo financiero, investigación, mercadeo, publicidad y búsqueda de fondos.

La obtención de una licencia para operar hizo que *Radio Zibonele* se transformara. De haber sido una pequeña radio ilegal que apenas transmitía dos horas por semana en la comunidad de Griffith Mxenge, pasó a ser a una emisora con cobertura en toda la comunidad de Khayelitsha. *Radio Zibonele* amplió sus transmisiones a tres días por semana, cinco horas por día, durante los primeros meses. Sin embargo, la demanda creciente de los oyentes para ampliar aún más el tiempo de transmisión, hizo que la emisora aceptara el desafío de transmitir cinco días a la semana, durante 19 horas diarias. Esto significó un notable aumento, en comparación con los tres días semanales y las cinco horas diarias establecidas previamente.

Uno de los objetivos de *Radio Zibonele* era convertirse en una radio comunitaria autosostenida. Durante 1994 y 1995, la emisora, recibió apoyo del Centro de Capacitación y Medios (MTC) del *National Progressive Primary Health Care Network* (NPPHCN). Por otra parte, recibió una subvención de *Open Society Foundation for South Africa*, para adquirir el equipo apropiado y para proporcionar aislamiento acústico y adecuar el contenedor donde funciona la radio aún hoy.

Como parte de la estrategia para mejorar las posibilidades de *Radio Zibonele* de ser autosostenible, el MTC de NPPHCN contribuyó con un periodo intensivo de capacitación, apoyo y desarrollo institucional.

Desde 1996, *Radio Zibonele* es autosostenible financieramente, a través de los ingresos percibidos por la publicidad, los auspicios para la programación y las donaciones. La emisora se ha convertido en una estación de radio completa, con una programación variada, que incluye temas de la comunidad y deportes; música y programas sobre la mujer; noticias nacionales y locales, y programas para niños; así como mensajes sobre atención primaria de la salud que contribuyen a mantener a la comunidad informada y sana.

#### CONTEXTO Y ANTECEDENTES

Khayelitsha es un poblado suburbano situado a 26 kilómetros de la Ciudad de El Cabo, donde viven 300.000 personas cuya lengua materna es el xhosa. La población creció como resultado de los desplazamientos forzados que tuvieron lugar en los años del apartheid. Khayelitsha es una comunidad empobrecida con un alto índice de

desempleo y de analfabetismo. Las condiciones y los servicios de salud pública son muy precarios. Los programas de trabajadores de la salud comunitarios cumplieron una función fundamental, en la provisión de servicios de atención primaria de la salud, en la era del apartheid. El Centro de Salud Comunitaria de Zibonele, fue uno de esos programas comunitarios establecido en virtud de la alianza entre la comunidad de Griffith Mxenge, la Unidad de Atención Infantil, el Departamento de salud de la Comunidad, y la Organización de Salud y Bienestar de los Estudiantes de la Universidad de Ciudad de El Cabo (UCT).

Hacia 1993, Khayelitsha atravesaba por una etapa de malestar y de violencia política. La posibilidad de llegar a la comunidad a través de la radio surgió como una alternativa adecuada debido al alto índice de analfabetismo y a que la mayor parte de la gente poseía o tenía acceso a un receptor de radio.

En principio, el objetivo de la emisora era reforzar las acciones de comunicación y de educación interpersonal que desarrollaban los trabajadores de salud comunitaria en el Centro de Salud Comunitaria de Zibonele. Además, se pretendía establecer una radio comunitaria que pudiera prestar servicios a la totalidad de la población de Khayelitsha.

Sin embargo, el Estado del apartheid todavía tenía el monopolio de las frecuencias de radio, y no era posible acceder a ellas de manera legítima. La decisión de hacer transmisiones clandestinas fue tomada sobre la base de que el pueblo tenía el derecho a ellas. Los pobladores no aceptaban al Gobierno como legítimo ni como un verdadero representante de sus intereses.

Un paso significativo se dio cuando el *Independent Broadcasting Authority* (IBA), otorgó a *Radio Zibonele* una licencia temporal como radio comunitaria que le permitió operar como una emisora legítimamente establecida. El 2 de agosto de 1995 comenzó legalmente sus transmisiones en FM 98.2 para toda la comunidad de Khayelitsha.

#### IMPACTO SOCIAL

---

Como una de las pioneras de la radio comunitaria en Sudáfrica, *Radio Zibonele* desempeñó un papel significativo; aplicó las experiencias ganadas a lo largo de su historia de compromiso con la comunidad a través de los procesos de participación generados, y promovió el concepto de radios comunitarias en el país.

*Radio Zibonele* ha demostrado que las comunidades pueden fortalecerse y asumir la responsabilidad de su propio desarrollo, utilizando la radio como un medio. Los residentes en la comunidad tienen acceso a *Radio Zibonele* y utilizan esa oportunidad para expresar su opinión sobre la programación, así como para participar activamente en la elaboración de los programas.

Uno de los logros de *Radio Zibonele* es la desmitificación de los medios de información. Esto se logró a través del proceso de participación de la comunidad en la radio. Cualquiera—con un mínimo de capacitación básica y de apoyo—tiene la capacidad de transmitir, de trabajar detrás de una consola de sonido y de producir programas.

*Radio Zibonele* tuvo éxito en esa empresa a pesar de que no todos los voluntarios sabían leer y escribir, ni habían sido expuestos al sistema de educación escolar. El mensaje es contundente: “No es necesario ser un experto en tecnología de radio, lo que se requiere es fuerza de voluntad y un profundo sentido de compromiso”.

#### MEDIOS Y MÉTODOS

---

La filosofía detrás de *Radio Zibonele* es la de una emisora comunitaria. Esto significa que la radio es propiedad de la comunidad de Khayelitsha y está administrada por ella. Además, la comunidad participa en la programación de la radio. *Radio Zibonele* es una emisora sin fines lucrativos, que responde a las necesidades y prioridades expresadas por la comunidad y es responsable ante las estructuras locales reconocidas.

Una Asamblea General Anual que representa a la comunidad de Khayelitsha elige a la Junta de Directores para el seguimiento y la supervisión del funcionamiento de la emisora, en sintonía con sus metas y objetivos. Existe además un Consejo General, que incluye a los miembros de la emisora y miembros de la comunidad.

Sin duda la principal garantía para el éxito de *Radio Zibonele* como emisora de radio comunitaria, ha sido la cultura, la filosofía y el enfoque utilizados para implementar y promover todas las actividades y procesos a través de la participación comunitaria y el compromiso de la comunidad. La concreción de esa filosofía fue un proceso que requirió mucho tiempo y progresó gradualmente. La recompensa y el beneficio de este enfoque permitió un verdadero fortalecimiento de la gente que participó.

Desde su inicio en 1993, *Radio Zibonele* desarrolló un enfoque participativo en la elaboración y en la producción de programas. Los promotores de salud comunitaria discutían los contenidos y el formato de cada programa sobre salud con gente de la comunidad. Durante los talleres de capacitación, los promotores de salud se aseguraban de que el contenido de los programas fuera adecuado y pertinente para la audiencia.

Una amplia gama de enfoques metodológicos se empleó para producir los programas. Algunos ejemplos incluían canciones sobre la salud, sociodramas sobre problemas pertinentes a la comunidad, narrativa oral, y poesía.

## OBSTÁCULOS

*Radio Zibonele* transmitió clandestinamente durante un año. Durante ese periodo tuvo que enfrentar varios obstáculos, entre ellos las restricciones económicas, la violencia en la zona y, quizás lo más importante, su estatuto de radio comunitaria ilegal. Esto fue exacerbado por el constante temor de que la emisora sufriera la represión y los ataques de las fuerzas de seguridad.

En marzo de 1994 se creó la entidad rectora de los medios de información, el IBA. Desde su fundación, el IBA pidió a todas las emisoras ilegales que suspendieran sus transmisiones para que el proceso de legalización de las emisoras pudiera comenzar. En respuesta a ese pedido, *Radio Zibonele* dejó de transmitir el 27 de abril de 1994. Esta fecha coincidió con la realización de las primeras elecciones libres y democráticas en la historia de Sudáfrica. Durante ese periodo se produjo una toma de conciencia generalizada en las comunidades, en cuanto a su participación en el proceso de reorganización del país.

## REFERENCIAS

Este capítulo está basado en el texto “Brief Information Summary on *Radio Zibonele*” escrito por Gabriel Urgoiti en julio de 2000, así como en consultas por correo electrónico con él y con Vusi Tshose, director de la emisora.

*Community Radio Stations in South Africa: Six Case Studies*, por Bill Siemerling, J. Fairbairn y N. Rangana, Open Society Institute for South Africa.

# TELEVISIÓN SERRANA

1993

Cuba

## DATOS

<b>NOMBRE:</b>	Televisión Serrana (TVS)
<b>PAÍS:</b>	Cuba
<b>ÉNFASIS:</b>	Educación, infancia, desarrollo comunitario
<b>LUGAR:</b>	Municipio de Buey Arriba (Sierra Maestra)
<b>BENEFICIARIOS:</b>	Niños, población general
<b>ALIADOS:</b>	Asociación Nacional de Agricultores Pequeños (ANAP), Instituto Cubano de Radio y Televisión (ICRT)
<b>FINANCIAMIENTO:</b>	Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación (PIDC/UNESCO), UNICEF
<b>MEDIOS:</b>	Video

## ANECDOTARIO

*Les voy a contar cómo es nuestra Sierra Maestra. Aquí tenemos grandes montañas y ríos cristalinos, tenemos mucha fruta, como mangos y piñas, y muchos animales, como vacas, gallinas, patos, mulas, caballos y pájaros de todas clases... Casi todos aquí son campesinos, se levantan muy temprano para trabajar en sus parcelas... Gracias a ellos tenemos comida...*

Una tras otra, las voces de los niños añaden detalles a la descripción de su entorno. Son todos niños de 8 a 12 años de edad, que envían una videocarta desde las remotas colinas de la Sierra Maestra para los niños de Guatemala.

A medida que hablan, la cámara muestra a su alrededor las montañas, los bosques, los animales y flores, la aldea, la escuela, los campesinos trabajando la tierra... niños que juegan y niños que trabajan.

Hacia el final de la videocarta, ellos también comienzan a hacer preguntas. Quieren saber cómo viven los niños de Guatemala, esperan recibir una respuesta:

Quiero saber si ustedes también tienen ríos, lagos y montañas, dice una niña pequeña frente a la cámara.

Quiero saber qué tipo de flores crecen allá, porque me gustan mucho las flores y siempre le llevo algunas a mi hermana, añade un niño de la escuela.

Si vienen a visitarnos les mostraremos cómo es la vida en la Sierra Maestra, dice otro.

Niños y niñas hablan frente a la cámara con naturalidad, ya que no es la primera vez que lo hacen. Han aprendido a convivir con una cámara de video que está presente en la comunidad cotidianamente. En los años desde que el proyecto de la *Televisión Serrana* comenzó, la población se familiarizó con las cámaras de video, especialmente los niños, ya que la mayor parte del trabajo se hace con ellos y para ellos.

El video en *Televisión Serrana* es una herramienta de educación, un instrumento para fortalecer la identidad cultural y también un medio de comunicarse con otras comunidades de otros lugares de Cuba y del mundo.

#### DESCRIPCIÓN



La *Televisión Serrana (TVS)* es un proyecto comunitario de video y televisión establecido en el corazón de la famosa Sierra Maestra, en Cuba. Tiene su sede en la pequeña comunidad de San Pablo de Yao, en Buey Arriba, territorio habitado por aproximadamente 32 mil personas, de las cuales el 63% viven en

áreas rurales y trabajan en el cultivo de café.

En enero de 1993 varias instituciones unieron esfuerzos para patrocinar el proyecto. La UNESCO proporcionó “fondos semilla” y asistencia técnica, y el Gobierno cubano, a través del Instituto Cubano de Radio y Televisión (ICRT), contribuyó con el personal y la capacitación. El verdadero “dueño” de la experiencia es la Asociación Nacional de Agricultores Pequeños (ANAP), una organización no gubernamental. Hacia 1999, la *Televisión Serrana* recibió también el respaldo del UNICEF.

Un pequeño grupo de cineastas, equipados con material de video de bajo costo, dirige este proyecto que pretende “rescatar la cultura de las comunidades campesinas” en la región, y “facilitar la comunicación alternativa para que las comunidades puedan reflejar su vida cotidiana y participar en la búsqueda de soluciones sobre los problemas que las afectan”. La *Televisión Serrana* está comprometida con un proceso de “educación para la comunicación” que promueve el uso del video para fines sociales y educativos, y la promoción cultural en las zonas montañosas de difícil acceso, como apoyo al fortalecimiento de la capacidad comunitaria de actuar sobre su propia realidad.

Para alcanzar sus objetivos, *TVS* produce documentales y reportajes en video, sin excluir otros formatos posibles. La cultura y la identidad, la educación, la salud pública, el medio ambiente, los problemas de género, y los derechos del niño son algunos de los temas principales de esas producciones.

En la perspectiva de hacer que sus actividades sean autosostenibles, la *Televisión Serrana* ofrece varios servicios a la población, principalmente talleres de capacitación a través del Centro de Estudios para la Comunicación Comunitaria (CECC), creado en 1996. Esta institución proporciona servicios de capacitación y asesoría, como herramientas del desarrollo participativo y de la comunicación democrática. La casa que aloja a la *Televisión Serrana* posee una sala de reuniones, una biblioteca y capacidad para alojar hasta diez personas.

Otros servicios que ofrece la *Televisión Serrana* incluyen transferencias y copias de videocasetes en formatos Beta, VHS y Super VHS.

Aunque, como su nombre indica, el proyecto aspira a convertirse en un canal de televisión, hasta ahora ha funcionado solamente como una unidad de producción y difusión de video. Además de haber producido cerca de 300 documentales y reportajes, el proyecto ha establecido su presencia en el ámbito comunitario. Frecuentemente se llevan pantallas, videograbadoras y generadores de energía eléctrica a las comunidades más remotas de la Sierra Maestra para exhibir las producciones de video más recientes.

Una de las principales actividades del proyecto es la producción de videocartas que los niños de la Sierra Maestra dirigen a otros niños de Cuba y del mundo. Los niños son los protagonistas de estos testimonios documentales en los que primero relatan su vida cotidiana y describen la naturaleza que los rodea, su escuela, sus juegos, sus familias, etc., y luego hacen preguntas a los niños que “recibirán” la videocarta en alguna parte del mundo. Algunas de estas están específicamente dirigidas a un grupo de niños, por ejemplo “A los niños de Guatemala”. De ese modo, esta herramienta de comunicación lleva en sí misma un mecanismo que garantiza la respuesta.

#### CONTEXTO Y ANTECEDENTES

“Antes de la Revolución Cubana, en esta región solamente reinaba el silencio”, recuerda Daniel Díaz. En los años cincuenta, los campesinos de la Sierra Maestra estaban completamente aislados del resto de la isla. Había unos pocos médicos únicamente en Bayamo, la capital de la provincia, a 80 kilómetros de allí, por un camino de tierra. Las escuelas quedaban también alejadas y eran demasiado caras para los niños de familias rurales, que por lo tanto quedaban excluidos del sistema educativo.

Las cosas cambiaron desde entonces. La historia de Cuba registra las montañas de la Sierra Maestra como el lugar donde Fidel Castro, Che Guevara, Camilo Cienfuegos y otros rebeldes, establecieron a fines de los años cincuenta la lucha guerrillera en contra de la dictadura de Fulgencio Batista. Actualmente hay un médico por cada 800 personas; las escuelas son gratuitas y han sido creadas en los lugares más remotos de la Sierra Maestra, un área de 451 kilómetros cuadrados convertida en Parque Nacional. Dos canales de televisión nacional y un canal regional pueden sintonizarse ahora, aunque hay todavía áreas privadas de ese servicio debido a la topografía de la zona.

“La televisión contribuye a la homogenización de las culturas...” Esta preocupación estaba en la mente de Daniel Diez cuando inició el proyecto de la *Televisión Serrana*: “En mi país, la televisión muestra a los habitantes de las zonas rurales solamente como productores agrícolas, no se dice nada de sus sueños, de sus conflictos, de su cultura...” Y añade: “Nos propusimos salvaguardar para la cultura nacional la realidad de aquellos hombres y mujeres que viven en las montañas, así como ayudarlos a mejorar su autoestima”.

El Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación (PIDC) de la UNESCO apoyó la fase inicial que permitió comprar las cámaras y el equipo de edición. El gobierno provincial donó el terreno y la construcción, mientras que el ICRT tomó en manos la capacitación del personal. Luego de la fase inicial de inversión, la ANAP se convirtió en la organización gestora del proyecto.

### IMPACTO SOCIAL

La *Televisión Serrana* es importante en varios sentidos. Primero, es un símbolo de la comunicación independiente en un país donde los medios están centralizados por el Gobierno. Sólo en años recientes, con la aparición de las ONG y de pequeñas empresas privadas, el panorama de la comunicación comenzó a cambiar. Segundo, es un desafío de la comunicación participativa en una zona muy pobre de la isla. Tercero, la nueva generación de cineastas cubanos valora la comunicación alternativa y la apropiación de las herramientas de comunicación por la comunidad, algo impensable pocos años atrás.

Unas 32.000 personas viven en el área de influencia de la *Televisión Serrana*, y 10.000 en el municipio de Buey Arriba; estas últimas, directamente expuestas a las actividades del proyecto.

Además del impacto directo de las actividades cotidianas de la *Televisión Serrana* en su área de influencia, los documentales producidos tienen también un impacto en el ámbito nacional cuando se transmiten por televisión, lo cual ha sucedido en varias ocasiones.

Mucha gente en Cuba está ahora sensibilizada sobre las condiciones de vida de los habitantes de Buey Arriba y otras comunidades vecinas.

La producción de videocartas ha sido central en el trabajo de sensibilización. El solo hecho de verse filmados es muy significativo para los campesinos de la Sierra Maestra. Que un grupo de videastas llegue a su comunidad para quedarse con ellos, quiere decir que su vida vale algo. Y si sus voces y las imágenes de su vida cotidiana y de su cultura viajan a otras partes de Cuba y del mundo, significa que su identidad es reconocida y respetada.

### MEDIOS Y MÉTODOS

Las herramientas de la *Televisión Serrana* son básicas: cámaras y equipo de edición no profesional en formatos VHS, Super VHS y Beta. El personal incluye tres camarógrafos, tres directores, dos editores, dos productores, dos asistentes de sonido, y tres chóferes que además tienen la responsabilidad de colocar las luces cuando se requiere.

Las ideas propuestas por miembros del grupo se discuten colectivamente, incluyendo a todos los involucrados en el proceso de producción. En esta etapa no hay participación directa de la comunidad.

El aspecto más innovador de la *Televisión Serrana* es el formato de videocartas, una especie de reportaje que captura la realidad y los sueños de la gente, en sus propias palabras; la edición se estructura guiada en cierto modo por las reacciones frente a la cámara. Estas videocartas son expresiones saludables de gente que no ha sido todavía contaminada por los medios masivos.

La difusión de las producciones de video en pequeños pueblos de la Sierra Maestra es un aspecto importante en el proceso de comunicación iniciado por la *Televisión Serrana*. En ocasiones, se usan mulas para llevar los proyectores de video. Siempre que concluye una exhibición se abre un espacio para las discusiones. Cuando se trata de una videocarta, es posible que la audiencia quiera responder mediante una videocarta propia. La necesidad de decir: “aquí estamos”, es enorme.

Los nuevos temas para futuras producciones generalmente surgen de las discusiones. En cierta ocasión, luego de uno de los debates, el grupo de TVS descubrió a un anciano que había escrito durante 20 años poemas sobre la Sierra Maestra; fue escogido como tema para una de las producciones. Del mismo modo, la contaminación del Río Yao por una planta beneficiadora de café se mencionó primero después de una exhibición, y luego fue el tema de un documental crítico que impulsó la implementación de medidas correctivas.

## OBSTÁCULOS

Entre las dificultades que la *Televisión Serrana* tuvo que enfrentar desde el principio, la mayor era la falta de experiencia de los cineastas en el trabajo de desarrollo comunitario. El grupo tuvo que ganarse la confianza de las comunidades locales, para que éstas supieran que sus intenciones eran buenas. La capacitación de jóvenes en la producción de video se vio favorecida por el hecho de que el nivel de educación en Cuba es muy alto (12 grados, incluso en las zonas rurales).

Al principio las autoridades no entendían la importancia del proyecto de video. Esta indiferencia se sumó a la situación de emergencia de Cuba. Inmediatamente después del fin de la Guerra Fría, el país entró en lo que se conoce como el “Periodo Especial”, caracterizado por la escasez de transporte y combustible, equipos y repuestos, y restricciones en la distribución de energía e incluso de comida. Solamente la educación y la salud, áreas sociales prioritarias para Cuba, no sufrieron el impacto.

## REFERENCIAS

La información para el capítulo se obtuvo mediante entrevistas e intercambios con Daniel Diez Castrillo, Director y fundador de la *Televisión Serrana*.

Varios videos documentales y videocartas fueron examinados para tener una idea más precisa sobre el contenido y la calidad de las producciones.

La *Televisión Serrana* publica *El Colibrí*, un boletín electrónico sobre comunicación alternativa.

# BUSH RADIO

1995

Sudáfrica

## DATOS

NOMBRE:	Bush Radio
PAÍS:	Sudáfrica
ÉNFASIS:	Salud, crimen, educación
LUGAR:	Salt River, Ciudad de El Cabo
BENEFICIARIOS:	Población general de la Ciudad de El Cabo
ALIADOS:	Universidad de Western Cape
FINANCIAMIENTO:	Nederlandse Institute voor Suidelijke Afrika (NIZA), Shell Oil
MEDIOS:	Radio

## ANECDOTARIO

*Cuando desapareció el señor Shabalala, un anciano de 85 años, su familia llamó a la radio. La llamada se recibió a las 17.48 horas, durante la emisión de un programa sobre tráfico. La política de Bush Radio sobre personas desaparecidas establece que se le debe dar prioridad a este tema. Cada tres minutos se transmitió un mensaje de alerta, que fue también incluido en el noticiero principal. El señor Shabalala fue encontrado caminando sin rumbo, desorientado y confundido, a unas diez cuadras de su casa. La buena nueva llegó a las 18.20 horas. En apenas 32 minutos se logró encontrar al Sr. Shabalala a través de la radio. Lo estamos haciendo cada vez mejor.*

*El seguimiento de las personas desaparecidas es vital para la comunidad: la Ciudad de El Cabo es considerada la capital mundial de las violaciones. Las niñas son las principales víctimas. En Bush Radio estamos comprometidos a mejorar esa situación. La emisora tiene como política que cualquier programa puede ser interrumpido si un niño o cualquier persona de la comunidad desaparece. Incluso tratamos de que la voz de la familia salga al aire para reforzar el llamado.*

*Todos en la Ciudad de El Cabo conocen la historia de Bush Radio. Empezamos como una emisora pirata y nos enfrentamos al Gobierno de apartheid. ¡La gente ni siquiera sabía que era posible hacerlo! Salimos al aire ilegalmente y desconcertamos a todos. No habría pasado nada si meses*

antes no hubiéramos hecho publicidad. En una redada nos dieron muy duro y se llevaron el equipo; pero luchamos aguerridamente para recuperarlo. Gracias a nuestra audacia ahora hay 80 radios comunitarias en el país. Con suerte, tendremos muchas más.

Nuestra cobertura alcanza a 150.000 oyentes, con una potencia de apenas 250 vatios; no lo estamos haciendo mal. En realidad, estamos muy orgullosos de lo que hacemos. Quizás no seamos los más famosos, pero seguiremos siendo necesarios. Queremos ser muy buenos y tener mucho éxito, pero tan sólo el éxito que sea bueno para el pueblo. No queremos volvernos demasiado famosos, porque ello sería una amenaza para ciertas empresas políticas y comerciales. Hasta ahora, nadie controla Bush Radio, salvo la comunidad. Por eso nos conocen como “la madre de la radio comunitaria en África”. — Enfatiza Zane Ibrahim, fundador y director de BUSH RADIO.

#### DESCRIPCIÓN



A través de los años, *Bush Radio* ha diseñado cuidadosamente su programación para servir a la comunidad y promover cambios concretos en la política social:

- **Hola Bush Radio:** Éste es el boletín de la emisora. Se discuten los problemas que preocupan a nuestra organización, y se invita a los oyentes a expresar su opinión.
- **Ley Comunitaria:** Este programa lo conducen estudiantes de derecho de 4° y 5° año. Cada semana abordan un tema diferente. Ofrecen a la comunidad información factual, a la que la población general rara vez tiene acceso.
- **Réplicas:** Representantes de varias organizaciones comunitarias explican el papel que éstas cumplen y cómo puede acceder a ellas la comunidad.
- **Gente común:** Se utiliza un formato de revista para este programa diario de tres horas de duración. Se hace énfasis en las novedades de la población y se difunde bastante música local, intercalando avisos de servicio público.
- **Informe TRC:** Desde el inicio de las audiencias de la Comisión de la Verdad y la Reconciliación (*Truth and Reconciliation Comision* — TRC, en inglés), la emisora presenta quincenalmente a un miembro de la comisión. El productor del programa es Bushman Beat Sensile Khoisan, el investigador en jefe de la TRC.
- **África a tiempo:** Este programa, una coproducción auspiciada por la Universidad de Western Cape, aborda los temas de actualidad en el continente africano.

- **Charlas de Taxi:** La compañía petrolera Shell financia este programa dirigido a eliminar la violencia y el crimen y a promover la seguridad en el transporte hacia los centros urbanos. Se invita a quienes han sido afectados a exponer y discutir sus quejas en la radio.
- **Radio de la cárcel:** *Bush Radio* ayudó al Departamento de Criminología de la Universidad de la Ciudad de El Cabo a elaborar un programa de capacitación para que jóvenes convictos por diversos crímenes aprendieran a operar una emisora de radio dentro de la prisión.

Todos los que producen o presentan programas en *Bush Radio* trabajan como voluntarios.

La mayoría de los oyentes de *Bush Radio* reside en los poblados “negros” y de raza mixta más deprimidos económicamente. La edad de los oyentes varía de 18 a 50 años; sin embargo, representantes de grupos de niños y de la tercera edad hicieron recientemente enérgicos pedidos para que la programación sea adecuada a sus demandas.

*Bush Radio* comparte la frecuencia con otra emisora. La capacitación de voluntarios tiene lugar durante los periodos en los que la radio no transmite. Además, ese tiempo se utiliza para producir los avisos de servicio público y desarrollar proyectos comunitarios.

Algunos ejemplos: para prevenir hechos de violencia y educar a los votantes durante las elecciones de 1999, la radio elaboró breves anuncios; se organizan regularmente transmisiones comunitarias desde las poblaciones marginales; el proyecto Rastreado personas desaparecidas (*Tiacing Missing Persons*), ha permitido encontrar a muchos niños que se habían extraviado; el proyecto de Alfabetización por radio comunitaria (*Community Radio Literacy*) invita a personalidades del campo literario a estimular el hábito de lectura de los oyentes; poetas y narradores son invitados para comentar sus obras.

El proyecto de Educación musical (*Music Education*) organiza talleres para ayudar a la gente a entender la música que escucha. El programa sobre salud incluye mensajes sobre el síndrome de alcoholismo fetal (*Foetal Alcohol Syndrome*); la emisora rechaza la publicidad sobre bebidas alcohólicas, debido a los problemas que enfrenta la comunidad.

#### CONTEXTO Y ANTECEDENTES

Durante el régimen del apartheid un grupo de personas comenzó a producir audiocasetes con informaciones sobre problemas comunitarios que eran totalmente desatendidos o ignorados por los medios de comunicación oficiales. Este grupo se denominó *Cassette Education Trust* (CASET). Sus miembros grababan la información pertinente en cintas, las reproducían y las distribuían en las barriadas negras próximas

a la Ciudad de El Cabo. Informaban a los habitantes sobre la importancia de aprender a leer y a escribir, la higiene y la necesidad de dejar de considerar el delito como parte de la vida cotidiana.

El objetivo a largo plazo de CASET era hacer que las ondas de radio estuvieran a disposición de todos en Sudáfrica. Para lograrlo, se decidió establecer un pequeño transmisor cerca de la comunidad. La Universidad de Western Cape ofreció auspiciar la emisora a pedido de sus miembros fundadores, que por entonces eran estudiantes universitarios. La universidad tenía el apodo de “*Bush College*” (Colegio del Monte), por su localización a muchos kilómetros de distancia de la población más próxima, y porque estaba rodeada de monte cuando se construyó en el año 1960.

Luego de que Nelson Mandela fuera liberado en 1991, Sudáfrica vivió un periodo de intensa actividad política y social. *Bush Radio*—“la madre de la radio comunitaria en África”—comenzó en 1992 como una asociación de voluntarios, dirigida por individuos y organizaciones comunitarias que se adhirieron como miembros. Varias organizaciones internacionales dieron fondos para que los miembros pudieran capacitarse.

Era la primera vez en Sudáfrica que gente “negra” tenía la oportunidad de aprender las técnicas de radio. Muchas solicitudes de frecuencia fueron rechazadas, aunque al mismo tiempo un grupo de afrikaans en el norte del país transmitía sin licencia. Se decidió que *Bush Radio* iniciaría sus transmisiones en abril de 1993, aun sin autorización. La reacción contra la emisora no se hizo esperar: la policía rompió las puertas y confiscó los equipos. Varias personas fueron maltratadas y a dos miembros se les acusó de haber quebrantado la ley.

*Bush Radio* logró finalmente, el 1° de agosto de 1995, una licencia para transmitir, pero se decidió esperar hasta el 9 de agosto, Día de la Mujer Sudafricana, como un símbolo de reconocimiento del papel que la mujer había desempeñado en la lucha por la liberación.

## IMPACTO SOCIAL

---

*Bush Radio* ha logrado cambios importantes en el contexto social:

- Presiones al Gobierno para democratizar las ondas de radio y establecer el Foro Nacional de Radios Comunitarias.
- Mediación para lograr acuerdos de paz entre facciones rivales en los poblados negros y entre las pandillas que controlan los servicios de taxi en la región.
- Capacitación de 500 personas. Muchos periodistas que trabajan actualmente en periódicos del país fueron formados en *Bush Radio*.
- El proyecto Radio de la Cárcel convenció a las autoridades de que el efecto terapéutico del programa sobre los presos era beneficioso para su rehabilitación.

Lo que hace única a *Bush Radio* es que está totalmente orientada por sus miembros, que se han mantenido vigilantes frente a los intentos de algunos grupos políticos por controlar la emisora.

Durante una visita a la emisora en 1999, Noam Chomsky dijo: “*Bush Radio* es sin lugar a dudas la radio más dinámica con la que he trabajado”.

## MEDIOS Y MÉTODOS

---

Desde su inicio, *Bush Radio* ha realizado una intensa actividad de capacitación en el área de la radio comunitaria. Todos los años se ofrece capacitación en el trabajo en las áreas de administración, coordinación musical, noticias y programación.

La expectativa de los miembros de *Bush Radio* era que la emisora sirviera a una amplia gama de oyentes de idiomas diferentes, pero finalmente se decidió transmitir en tres de las once lenguas oficiales del país: xhosa, afrikaans e inglés.

- **Foro abierto:** Cada mes, la comunidad es invitada a opinar sobre la conducción de *Bush Radio*. Cualquier persona de la comunidad llena los requisitos para ser miembro de la emisora, para participar en la capacitación y para votar sobre los temas que son puestos a consideración de la organización.
- **Los miembros:** Todos los que viven en el área de influencia de *Bush Radio* tienen derecho a ser miembros. La mayoría de los miembros nuevos prefieren simplemente apoyar moralmente a la emisora, mientras que algunos muestran interés en participar como voluntarios. El total de voluntarios tuvo que limitarse a 70, un número todavía manejable. La comunidad permanece regularmente informada a través del programa *Hola Bush Radio*. El comité de finanzas, encabezado por un miembro del directorio, supervisa regularmente las finanzas de *Bush Radio*.

## OBSTÁCULOS

---

Desde su inauguración en 1995, *Bush Radio* se vio obligada a competir con otra emisora la misma frecuencia. Esa emisora cerró a fines de 1999, dejando a *Bush Radio* con un tiempo muerto de transmisión en ambos extremos de su programación. Tomó cuatro meses convencer a las autoridades de que permitieran a *Bush Radio* ocupar el espacio libre.

La expansión de las radios confesionales, junto con la decisión tomada en 1999 por el Gobierno, de financiar sus propias radios FM de baja potencia (39 hasta la fecha), podría significar una amenaza para las radios comunitarias, que desde siempre luchan por sobrevivir. Las emisoras religiosas reciben un apoyo considerable de parte de los grupos cristianos de derecha de los Estados Unidos.

Desde 1994, *Bush Radio* ha recibido licencias de funcionamiento válidas por 5 años. Esto hace muy difícil la planificación del futuro y las negociaciones de contratos con potenciales auspiciantes y anunciadores.

Algunas emisoras comerciales muy potentes han copiado características de la programación de *Bush Radio*. Esto ha mermado el éxito que tuvo la emisora durante el proceso de hacerse autosostenible. El hecho de que *Bush Radio* tiene apenas 250 vatios de potencia, comparados con los 2.000 vatios permitidos a las emisoras comerciales, hace la competencia muy difícil.

Más del 31% de los ingresos por publicidad de *Bush Radio* se lo llevan las agencias de mercadeo. Esto también ha afectado su crecimiento en alguna medida.

#### REFERENCIAS

*Borrador de la Declaración de Principios* (Mission Statement), febrero de 2000, e intercambios adicionales con Zane Ibrahim, director de Bush Radio.

*Bush Radio: Cape Town South Africa*, por François Laureys, y *Bush Radio History and Backgrounds*, por Adrian Louw, artículos disponibles en el sitio Web de Radio Nederlands: [http://www.rnw.nl/realradio/community/html/bush\\_radio061198.html](http://www.rnw.nl/realradio/community/html/bush_radio061198.html)

# RADIO CHAGUARURCO

1995 Ecuador

#### DATOS

NOMBRE:	Radio Chaguarurco
PAÍS:	Ecuador
ÉNFASIS:	Desarrollo rural comunitario
LUGAR:	Provincia de Azuay
BENEFICIARIOS:	Población rural de Santa Isabel y Pucará
ALIADOS:	ALER, CORAPE
FINANCIAMIENTO:	Intermon, Caritas, Manos Unidas, comunidad
MEDIOS:	Radio

#### ANECDOTARIO

Marcela Pesantez estaba allí: *Salimos al aire el 1º de enero de 1995. Fue la cosa más hermosa. Hermosa. Muchísima gente escuchándonos. Nos enloquecimos. Saludamos a todos. Agradecemos a los que habían estado con nosotros desde el principio, los que se habían capacitado con nosotros, los correspondientes. Llamamos a Cuenca para saber si nuestra señal llegaba a la ciudad. Llamamos a Machala para saber si nos estaban escuchando. Alguna gente sabía que debíamos salir al aire y nos llamó. Era una locura. Pusimos mucha música y cada cierto tiempo salía en el aire, “Ésta es Radio Chaguarurco! Ya salimos al aire! Escúchenos en 1550 kilohertz! Avise a sus vecinos para que escuchen!” Era muy hermoso. Luego de un tiempo empezamos a calmarnos. Pero por lo menos tardamos tres días hasta que tuvimos la suficiente calma como para empezar de veras el trabajo de la emisora.*

Marcela Pesantez estudió comunicación en Cuenca. Cuando terminó, regresó a su pueblo, Santa Isabel, no muy segura de lo que iba a hacer, pero decidida a ayudar a su gente a salir de esas condiciones de vida tan precarias. Cuando supo acerca del proyecto de la radio, inmediatamente se presentó como voluntaria para ayudar. El hecho de no tener experiencia en radio no le impidió sumergirse en el medio y convertirse en una de las encargadas de capacitación del proyecto. “Fue bueno que ninguno de nosotros supiera nada acerca de

la radio. No teníamos ninguna idea preconcebida sobre la manera de hacer radio, y eso significaba que podríamos hacerlo de una forma diferente”.

Muy pronto fue evidente que el *verdadero* trabajo de la emisora suponía mucho más que simplemente producir los programas de radio. Luego de tantos años de espera, las expectativas de la gente eran muy altas. No iban a sentirse satisfechos si la radio sonaba como todas las demás. Querían escuchar sus propias experiencias y preocupaciones, expresadas con su propia voz y en su propio idioma.

“Creo que la famosa frase que describe a la radio y lo que queríamos hacer con ella es: *ahora no están solos*”, explica Marcela Pesantez. “Ahora tenemos un medio de comunicación donde todos pueden expresarse, decir lo que sienten, y denunciar a quienes les están haciendo pasar un mal momento. *Ahora no están solos*. Esa era la frase que motivó a la gente”.

#### DESCRIPCIÓN



La Fundación Chaguarurco para el Desarrollo Rural fue establecida en septiembre de 1992 por representantes de las organizaciones campesinas, de las parroquias católicas, y de los trabajadores y voluntarios de la emisora.

Desde un principio se acordó que ni la parroquia, ni una sola persona, debían ser los dueños de la radio. Ésta debía pertenecer a las organizaciones comunitarias, al pueblo.

La emisora contó con el apoyo de la solidaridad internacional para las inversiones de capital (80.000 US\$ dólares de *Intermon*), pero la Fundación Chaguarurco decidió que la manera más sana de operar era autofinanciándose. El trabajo voluntario de los encargados de la programación es una de las contribuciones de la comunidad. Por otra parte, los estudios en Pucará y Santa Isabel están instalados en un espacio cedido gratuitamente por la parroquia local, y nunca falta quien ofrezca su concurso cuando la emisora necesita renovar el estudio de grabación o pintar las oficinas. Sin embargo, el trabajo voluntario no llega a cubrir todos los costos, y *Radio Chaguarurco* debe generar aproximadamente 2.000 US\$ dólares por mes para cubrir sus costos de operación.

La situación económica es saludable. *Radio Chaguarurco* se las arregla para generar no sólo lo suficiente para cubrir sus costos fijos, sino también unos cuantos miles de dólares anuales para mejorar sus equipos y cubrir gastos imprevistos. Las fuentes de ingreso incluyen la publicidad (20 % del ingreso), los avisos comunitarios (40%), la producción de servicios y la transmisión en vivo de eventos culturales.

Los programas se producen localmente. Los segmentos más apreciados son los de música y noticias, con anuncios comunitarios intercalados.

Los *radio dramas*, interpretados por los trabajadores de la emisora, son una manera muy válida de explicar temas complejos a través de un lenguaje cotidiano que los oyentes pueden fácilmente entender. Los temas de los *radio dramas* varían de un día a otro, para abordar problemas de salud, medio ambiente, política, cultura y derechos humanos.

Un grupo de voluntarios produce *El Mercado*, un programa semanal auspiciado simultáneamente en Pucará y en Santa Isabel. El programa compara precios y analiza las tendencias; ha desempeñado un papel importante en el control de precios y contra la especulación.

Los cambios recientes en la programación han permitido incluir noticias de América Latina y del mundo, recibidas de ALRED (un servicio de radio de la Asociación Latinoamericana de Escuelas Radiofónicas), por intermedio de una antena parabólica instalada sobre el techo de la emisora en Pucará, y de la agencia de noticias *Púlsar* (por medio de la Internet).

Aunque *Radio Chaguarurco* tiene sus instalaciones en dos centros urbanos, los pobladores no constituyen su principal audiencia. De los aproximadamente 65.000 habitantes de la zona, solamente el 20% de ellos vive en una docena de comunidades. El alcance de la emisora cubre principalmente las zonas montañosas, aunque también una parte de las zonas bajas de la costa, donde se produce banano y cacao, y la minería constituye una actividad importante. La mayor parte de los oyentes se dedica a la agricultura.

Una encuesta de 1996 (400 personas encuestadas), reveló que *Radio Chaguarurco* es la primera en audiencia tanto en los pueblos como en las áreas rurales. Es la que goza de mayor popularidad en el campo, especialmente entre los adultos y gente con un nivel bajo de educación. El 40% en los pueblos escucha la *Radio Chaguarurco* todos los días, mientras en el campo la cifra es de 50%. Otros resultados muestran que la radio es bien aceptada por su audiencia, pero que se podrían mejorar los horarios, capacitar mejor a los locutores e incluir más información sobre agricultura.

#### CONTEXTO Y ANTECEDENTES

La mayor parte de las radios en el Ecuador tienen licencias comerciales o culturales. Las radios comunitarias no fueron reconocidas hasta 1996, cuando el Gobierno aprobó una ley que estipulaba provisiones especiales para las emisoras comunitarias. Sin embargo, esa misma ley estableció severas restricciones, prohibiendo toda actividad comercial, limitando la potencia de transmisión a 500 vatios y exigiendo una aprobación previa del ejército, por razones de “seguridad nacional”.

La Coordinadora de Radios Populares del Ecuador (CORAPE), presentó una demanda constitucional para modificar la ley.

La idea de crear *Radio Chaguaruro* nació en 1990 con una serie de talleres preparados por organizaciones campesinas y las parroquias de Santa Isabel y Pucará, en la Provincia de Azuay, en el sur ecuatoriano. El propósito era organizar mejor a las comunidades para obtener acceso a servicios básicos (agua potable y electricidad) y garantizar que los derechos humanos fueran respetados.

La discusión sobre dónde debía instalarse la emisora tenía implicaciones políticas, además de técnicas y financieras. La comunidad elegida, ya sea Santa Isabel o Pucará, tendría más oportunidades para expresar sus preocupaciones, sus miembros serían entrevistados y se beneficiaría más de la emisora. Como la descentralización era uno de los objetivos del proyecto, era claro que la comunidad elegida para instalar la radio sería la más beneficiada, probablemente a expensas de la otra.

Pucará tenía una ventaja considerable: Santa Isabel es más grande y más importante como centro económico y de comunicación, pero la altitud de Pucará (3.100 metros sobre el nivel del mar) y su ubicación central, hacían que desde el punto de vista técnico fuera un mejor lugar para colocar el transmisor. La solución consistió en poner un transmisor de 5.000 vatios en Pucará, las oficinas en Santa Isabel, y montar estudios en ambas comunidades, interconectados por microondas.

#### IMPACTO SOCIAL

---

Así es como los propios campesinos evalúan los cambios que trajo la radio:

La comunicación es más fácil ahora. La radio tiene un sistema de comunicados, cada día podemos enviar todo tipo de mensajes: la salud de los pacientes en el hospital, animales extraviados, fallecimientos, reuniones... La radio es el teléfono de los que no lo tienen.

Las autoridades, las instituciones y los comerciantes son más democráticos. Antes era fácil que abusaran de los campesinos, cobrándoles de más o robando los materiales que estaban destinados para trabajos públicos en las comunidades. Ahora cuando hay abusos, todos se enteran a través de la radio. La radio sirve como una especie de vigilante en el juego democrático.

La radio ha servido para que intercambiamos experiencias y problemas. La gente de las comunidades cuenta sus experiencias en la radio y esto ayuda a otros a entender el proceso; se comparten las soluciones para los problemas cotidianos.

La radio ha contribuido a la revalorización de nuestra cultura, nuestra música, nuestra manera de hablar. Estos programas generan un orgullo renovado por nuestra cultura.

El éxito de *Radio Chaguaruro* no es sólo el resultado de ser la que la gente prefiere, sobre las otras emisoras. La radio ha apoyado otras iniciativas democráticas y de desarrollo, que han derivado en cambios importantes en la vida comunitaria. Ha mejorado la comunicación, ha ayudado a que haya más democracia y menos abusos, ha hecho contribuciones positivas, promoviendo el intercambio de experiencias y de soluciones a los problemas, y ha hecho que más gente tome conciencia y se sienta orgullosa de su cultura.

#### MEDIOS Y MÉTODOS

---

Al igual que otras emisoras, la programación de *Radio Chaguaruro* incluye noticias, entrevistas, música y programas culturales. Sin embargo, hay algunas características importantes que distinguen a *Radio Chaguaruro* de otras emisoras. La más importante es la prioridad que da la radio a las voces, a la lengua y a la cultura locales. A diferencia de las radios de la ciudad, con locutores que tratan de esconder los acentos regionales o sus idiomas nativos, en *Radio Chaguaruro* los locutores celebran su manera de hablar.

Otra distinción importante es la manera como la emisora busca activamente la participación de la gente del campo, invitándolos a visitar la radio, a contar sus historias, a cantar, o siquiera a enviar saludos a sus amigos y familiares.

Para producir el tipo de radio que la comunidad quería, era necesario establecer con los miembros de la comunidad una relación diferente de la que una radio común podría tener; y para ello era necesario tener productores de radio de otra clase. Apenas cuatro de los ocho trabajadores permanentes y de los veinte voluntarios de *Radio Chaguaruro* han estudiado formalmente periodismo, los otros aprendieron en los cursos organizados en la propia emisora. Todos ellos trabajan como periodistas y productores de programas, además de compartir las tareas de secretariado, ventas, administración y técnicas. Cinco de los trabajadores permanentes están basados en Santa Isabel y tres, en Pucará.

La emisora no olvida nunca su importante papel como canal de comunicación al servicio de las comunidades, el teléfono de aquellos que no tienen teléfono.

## OBSTÁCULOS

El primer problema de *Radio Chaguaruro* fue obtener la licencia para transmitir. En 1992 la ley ecuatoriana no reconocía las radios comunitarias. La obtención de una licencia comercial implicaba un proceso largo y complejo que, luego de muchos años de espera, podía fracasar a menos que uno tuviera buenos contactos políticos y más influencia que la que tenía el pueblo de Santa Isabel y de Pucará. Afortunadamente, en Santa Isabel hubo años antes una radio. El propietario había muerto y desde entonces la emisora estuvo fuera del aire. Sin embargo, su licencia era todavía válida y el hijo del dueño estaba dispuesto a venderla. La compra de una emisora requiere de cualquier forma la autorización del Gobierno, que implica un proceso casi tan largo y complicado como el de obtener una frecuencia, pero al menos no son necesarias las mismas influencias políticas.

El tiempo necesario para capacitar continuamente al personal fue subestimado, lo cual resultó en la pérdida de voluntarios y en dificultades para remplazar a los trabajadores que se iban. “Algunos corresponsales perdieron interés. La radio es muy divertida, pero cuando no se tiene un salario y un trabajo estable uno tiene que pensar en las finanzas, por mucho que a uno le guste la radio. Uno crece, quiere casarse y tener hijos, y todo eso. Poco a poco, la gente se apartó de la radio”.

Finalmente, la estabilidad del proyecto se vio afectada por los sucesivos cambios de directores durante los primeros años.

## REFERENCIAS

El texto de este capítulo está íntegramente basado en el artículo de Bruce Girard: *Radio Chaguaruro: now you're not alone* <http://comunica.org/pubs/chaguarurco.htm> y en intercambios con el autor.

# RADIO GUNE YI

1995 Senegal

## DATOS

NOMBRE:	Radio Gune Yi
PAÍS:	Senegal
ÉNFASIS:	Niños de áreas rurales
LUGAR:	Dakar y áreas rurales
BENEFICIARIOS:	Niños del Senegal
ALIADOS:	Radio Télévision du Sénégal (RTS)
FINANCIAMIENTO:	PLAN International
MEDIOS:	Radio

## ANECDOTARIO

Niños de áreas rurales detrás de un micrófono. Niños hablando a niños a través de la radio. Niños llevando información a sus padres. Niños reclamando respeto y confianza hacia sus comunidades. Nuevas organizaciones emergiendo en las comunidades bajo el liderazgo de niños. Todo lo anterior sucede en el Senegal desde que *Radio Gune Yi*, un original proyecto de comunicación, comenzó sus actividades.

En aldeas donde se grabaron programas, los niños formaron clubes y organizaron otras actividades, como los centros de escucha comunitarios. En algunas comunidades los niños se movilizaron para organizar grupos de teatro y llevar a cabo labores de sensibilización, visitando puerta a puerta a todas las familias.

En Goría, luego de grabar un programa de *Radio Gune Yi* sobre el problema de la educación de las niñas, los niños se organizaron para sensibilizar a los padres sobre el problema y convencerlos de que llevaran sus hijas a la escuela.

En la región de Louga, un grupo de teatro recorre las aldeas y realiza presentaciones para recolectar dinero. Con los ingresos obtenidos compran herramientas para limpiar sus vecindarios.

“Lo que los niños escuchan en la radio los induce a desarrollar comportamientos nuevos; las posibilidades de elegir son ahora mucho más amplias. En nuestro tiempo había cosas que eran responsabilidad

de los adultos, pero ahora los propios niños se hacen cargo de ellas. Ahora hay información sobre enfermedades que yo no conocía, como el SIDA, y sobre las medidas de precaución que uno debe tomar. Todo esto lo transmiten los niños, lo cual hace que sea un placer escuchar las transmisiones de la radio”, enfatiza el vicepresidente de la comunidad rural de Mbodokhan.

La mayor parte de las nuevas iniciativas las promueven los niños que han participado en los programas de *Radio Gune Yi*, y la admiración y el respeto que otros niños sienten por ellos los hace a su vez participar en otras iniciativas. En Mbodokhan, varios jóvenes de 18 años que no habían participado en las actividades de la radio organizaron un grupo de teatro que produce parodias sobre el cuidado del medio ambiente, sobre el SIDA, y sobre la educación de las niñas: “Seguimos el ejemplo de lo que vimos durante la grabación del programa de radio”, dicen los jóvenes del grupo.

#### DESCRIPCIÓN



*Radio Gune Yi* es un programa de radio realizado por y para niños. Su nombre lo identifica: “Gune Yi” significa “niños” en wolof, la lengua más importante del Senegal. El proyecto es una iniciativa de *PLAN International Senegal*, y los programas son difundidos por todas las emisoras de radio

que pertenecen al sistema de *Radio Télévision du Sénégal* (RTS).

A través del programa, *PLAN International* promueve los derechos del niño, particularmente en relación con la libertad de expresión y de acceso a la información. Desde que comenzó en diciembre de 1995, el equipo de *Radio Gune Yi* ha visitado más de 100 aldeas. Cerca de 1.000 niños han participado directamente en la producción, varios miles han asistido las sesiones de grabación, y cientos de miles escuchan regularmente el programa en las radios del Senegal.

Los principales objetivos de *Radio Gune Yi* pueden resumirse así:

- Promover los derechos del niño, particularmente el derecho a la libre expresión.
- Facilitar el acceso de la juventud a la información sobre su patrimonio cultural.
- Alentar a los jóvenes para que participen activamente en el desarrollo de la sociedad.
- Difundir mensajes educativos sobre la salud, la lucha contra el SIDA, la educación de las niñas y el hábitat.
- Proporcionar entretenimiento sano a la juventud senegalesa.
- Persuadir a los responsables de tomar decisiones en el ámbito local de que tomen en cuenta las aspiraciones de la juventud.

- Familiarizar a los niños con la radio y ofrecerles una experiencia creativa única.
- Contribuir al reforzamiento de los aspectos promovidos por *PLAN International*.

Una vez al año, durante el mes de agosto, se eligen diez sitios para realizar las grabaciones de los programas. La selección se realiza sobre la base de los pedidos enviados por comunidades rurales o urbanas que solicitan la presencia de *Radio Gune Yi*. Sobre esta base, un investigador de *Radio Gune Yi* realiza una misión de exploración que permite realizar una selección final de las comunidades. Se reúne con la gente de las aldeas, explica el concepto del programa, y organiza grupos de análisis y discusión con niños y adultos, para identificar los temas.

Durante estas visitas a las aldeas, no solamente se involucra a los niños sino también a los directores de escuela o de los programas de alfabetización, así como a las autoridades locales. Este método participativo permite seleccionar los temas que preocupan de manera más directa a las comunidades y garantiza que los niños sean en parte los que determinan los contenidos del programa.

Se hace un seguimiento desde el momento en que se ha fijado la fecha para la grabación, generalmente diez días antes de la fecha de difusión. Se establece una preselección de los niños participantes. Por lo general, se escogen dos sitios cercanos entre sí; 30 niños de ambos sitios participan en una capacitación de cuatro días.

Después de terminar la grabación y la edición, siete emisoras de la RTS difunden los programas en horarios y en días diferentes. De esa manera *Radio Gune Yi* se beneficia de la mayor cobertura nacional que sea posible.

Las personas elegidas para centralizar el contacto en cada aldea son responsables del seguimiento y el apoyo a las actividades de los centros de escucha, creados en todas las comunidades en las que tuvo lugar una experiencia de grabación.

#### CONTEXTO Y ANTECEDENTES

Los resultados de un estudio sobre la comunicación y la niñez en África occidental, realizado en 1995 por el Centro Canadiense de Estudios y Cooperación Internacional (CECI) y por el Centro Interafricano de Estudios en Radio Rural de Uagadugú (CIERRO), revelan que en general los niños son desatendidos. En el Senegal sólo el 15% de la programación de radio y televisión está dirigida a ellos. Los programas para niños y jóvenes son muy raros, y cuando existen y son difundidos regularmente, carecen de objetivos claros y de calidad.

El entorno audiovisual del Senegal ofrece muy pocos segmentos de programación destinados a los niños. La *RTS* difunde *Kaddu Xaleyi* (que significa “Niños”), un programa donde se entrevista a los niños, pero concebido y presentado por adultos, y grabado en cabina. *Walladjri* difunde por su parte *Bébé Wallf*, un programa en el que los niños dedican canciones por teléfono.

Los niños son más de la mitad de la población del Senegal. Carecen de acceso adecuado a la información y no gozan de libertad de expresión. La Convención sobre los Derechos del Niño establece que los medios masivos deberían difundir informaciones y programas de utilidad social y cultural para los niños, que promuevan el crecimiento de la personalidad y el desarrollo de sus capacidades y aptitudes físicas e intelectuales.

### IMPACTO SOCIAL

Los objetivos de *Radio Gune Yi* son informar, educar y entretener a los niños. Los diferentes segmentos sobre historia y tradición, lenguaje, derechos del niño, temas socioculturales, temas formativos sobre salud, SIDA, educación de las niñas, y sobre las actividades de *PLAN International*, han sido concebidos para transmitir a la juventud importantes mensajes.

Las investigaciones muestran que *Radio Gune Yi* cumple su mandato de educar, informar y entretener a los niños. Mejor aún, lo hace también para los adultos. La mayor parte de los oyentes afirma que el programa es entretenido e informativo, y que permite aprender.

“Los padres de los estudiantes estamos agradablemente sorprendidos al descubrir que nuestros niños saben tanto y tienen tantas ideas”, afirma el presidente de la asociación de padres de familia de Mbodokhan. Los adultos son conscientes de que los niños conocen muchas cosas que han aprendido en la escuela y en otros ámbitos, fuera de la familia. Conocen cosas relacionadas con sus tradiciones, como lo demuestran al contar fábulas, o cuando realizan reportajes sobre la historia de sus aldeas y de sus antepasados.

Los padres eran reacios al principio, porque no conocían ni *Radio Gune Yi* ni el contenido del programa. Una vez que *Radio Gune Yi* pasó por las aldeas, los padres permitieron a sus hijos involucrarse en nuevas experiencias y mostraron más confianza en ellos.

“Mi participación en *Radio Gune Yi* me hizo valer delante de mis compañeros y amigos. Me convertí en alguien muy conocido luego de mi participación en el programa, porque muy poca gente tiene la posibilidad de hablar en la radio. Mis padres me pusieron de apodo Guapo”, dice un niño de 13 años de edad de Medina Gounass.

Los niños asumen más responsabilidades. *Radio Gune Yi* les permite cuestionar directamente a los adultos y mostrar sus conocimientos,

algo que no podían hacer anteriormente. Gozan de un renovado respeto por parte de los adultos, y la comunidad entera ha logrado hacerse de una nueva reputación.

“El conocimiento es como una aguja extraviada. Un niño puede hallarla tan pronto como un adulto”, dice un anciano de Mbodokhan.

### MEDIOS Y MÉTODOS

*Radio Gune Yi* es uno de esos proyectos de comunicación donde el *proceso* es tan importante como los *productos*. El proceso de realizar las grabaciones en el ámbito comunitario tiene un impacto inmediato, reforzado por la difusión de los programas.

*Radio Gune Yi* es no sólo un programa de radio, sino un acontecimiento local, un evento extraordinario que tiene consecuencias en los niños que participan pero también en sus padres, en los espectadores y en quienes tienen poder para tomar decisiones. Hablar por la radio durante una sesión de grabación constituye una experiencia única para los niños. Les brinda la rara oportunidad de expresarse en público, de aprender mientras participan, de mostrar a otros su capacidad y su competencia, y de ser escuchados en todo el país. Su presentación provoca reacciones y sentimientos.

La presentación de los niños es el centro de interés y de esperanza para la comunidad. Los niños aparecen como individuos que poseen conocimientos y capacidades que deben ser alentadas. Son vistos como miembros capaces de contribuir a la vida comunitaria.

El mandato del programa es ofrecer a la juventud senegalesa un espacio de expresión y de intercambio de ideas; proporcionar a los niños una experiencia única de informarse, educarse y entretenerse, considerando que los niños aprenden mejor haciendo las cosas, y que los mensajes transmitidos por niños son mejor recibidos por otros niños. Por una parte, hablan wolof, lengua que todos los senegaleses entienden, y por otra, usan palabras de niños, lo cual simplifica los mensajes y los hace más accesibles.

### OBSTÁCULOS

La relación oficiosa establecida entre *Radio Gune Yi* y *RTS*, y la ausencia de un contrato, amenazan la continuidad del programa, que depende de la buena voluntad de las dos partes y no tiene garantía de sustentabilidad.

Las misiones de investigación en el terreno se desarrollan sólo una vez al año durante un mes. Esto tiene dos consecuencias negativas: por una parte, la información recogida se hace a veces obsoleta cuando llega el momento de realizar las grabaciones, varios meses más tarde; por otra parte, la visita a diez comunidades en cinco regiones (50 en total) en apenas un mes, representa una carga demasiado

grande para hacer un trabajo con profundidad. Una comunidad por día sería suficiente para mejorar el trabajo.

Otro problema relacionado con la producción es la paradoja de que el programa se difunde en wolof, mientras los anuncios y la mayor parte de las canciones son en francés.

No ha sido bien definido el papel de los centros de escucha comunitarios, supuestamente creados cada vez que *Radio Gune Yi* visita una comunidad. No se cuenta con una estrategia coherente para establecer los centros, ni para diseñar sus actividades. En algunas regiones se establecen para facilitar la recepción colectiva de los programas y para estimular las actividades de los jóvenes. En otras, se han establecido estos centros en aldeas donde *PLAN International* tiene actividades, aun cuando *Radio Gune Yi* no haya visitado la comunidad. Algunos contactos de la emisora en las comunidades proponen fundar centros de escucha en aldeas que no tienen acceso a la radio, y que por lo tanto desconocen el programa de *Radio Gune Yi*.

#### REFERENCIAS

---

El capítulo está basado en: *Radio Gune Yi: Evaluation Report* por Savina Ammassari y Jean Frédéric Bernard, Centre for Development Communication (CDC), marzo de 1999; y en intercambios por correo electrónico con Mimi Brazeaum, de *PLAN International*.

# RADIO KWIZERA

1995

República Unida de Tanzania

---

#### DATOS

---

NOMBRE:	Radio Kwizera
PAÍS:	Tanzanía
ÉNFASIS:	Refugiados, paz y reconciliación
LUGAR:	Ngara, cerca de la frontera con Burundi y Rwanda
BENEFICIARIOS:	250.000 refugiados, población de Ngara y Kibondo
ALIADOS:	Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados (ACNUR), Cruz Roja, Norwegian Peoples Aid (NPA), Programa Mundial de Alimentos (PMA), Oxfam, REDESOS, UNICEF y Atlas
FINANCIAMIENTO:	Jesuit Refugee Service (JRS)
MEDIOS:	Radio

#### ANECDOTARIO

---

Desde el aire se observa un curioso trazado geométrico en la parte alta de las colinas; numerosas líneas paralelas extienden una mancha blanca de un cerro a otro, como si una enorme red hubiera caído del cielo sobre este remoto lugar de la tierra: Ngara, a sólo 25 kilómetros de la frontera de Rwanda, y a 35 kilómetros de Burundi. No es fácil llegar hasta aquí; solamente los vuelos humanitarios—pequeñas avionetas Cessna para cinco pasajeros—operados por *Mission Aviation Fellowship* (MAF), o los aviones de la Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados (ACNUR), aterrizan una o dos veces por semana en la pista de tierra de Ngara.

Aquí crece una de las aglomeraciones más nuevas del mundo: Greater Lukole, una barriada gigantesca que no tiene cerca ningún centro urbano. Una ciudad donde todas las casas son iguales, donde no hay ni agua potable ni electricidad. No había nada en estas colinas en 1994, pero un año más tarde, miles de personas llegaron caminando,

y de pronto el lugar se convirtió en una de las ciudades más grandes de Tanzania. Aún hoy, el oeste de Tanzania es una de las áreas de mayor concentración de refugiados en el mundo.

Mientras nos acercamos vemos gente que carga trozos de leña. “Muy pronto ya no habrá más leña para cocinar”, dice Hilaire Bucumi, mientras me guía por el campamento. Maestro y ahora reportero en *Radio Kwizera*, Hilaire es un refugiado de Burundi. Su casa es una entre centenares de otras, alineadas sobre los cerros. Comparte su destino con medio millón de personas, casi todos campesinos, que fueron empujados a través de la frontera por la violencia étnica. Como trabajador de *Radio Kwizera*, Hilaire tiene un permiso especial para salir del campamento todos los días.

En Burundi enseñó en las escuelas secundarias de Musenyi, Jenda, Musema y Kayanza, su provincia natal. Hasta que estalló la violencia en 1993. Escapó hacia Rwanda con su mujer y un bebé nacido cinco días antes. Cuando regresó en 1994 encontró su casa saqueada, lo seguían buscando, su vida estaba en peligro. Al no saber dónde huir, se las arregló para cruzar el Río Malagarazi hacia Tanzania. No todos en su familia tuvieron esa suerte: su madre y su suegra fallecieron en 1996, a una cuñada la mataron a golpes, sus vecinos fueron asesinados... Todo esto lo supo recién años más tarde. Me lo cuenta casi inexpresivo. Ha sobrevivido con resignación, las lágrimas ya no sirven ahora.

#### DESCRIPCIÓN



En 1994, *Radio Mille Collines*—la tristemente célebre “radio del odio”—incitó el genocidio contra los tutsis. Un millón de tutsis fueron asesinados y sobre las “mil colinas” de Rwanda quedaron las tumbas de aquellos que no pudieron escapar a tiempo. Tres meses

más tarde, tropas tutsis provenientes de Uganda tomaron el poder en Kigali, obligando a 600.000 hutus a cruzar la frontera de Tanzania como refugiados.

*Radio Kwizera* (97.9 FM) nació en 1995 como una respuesta a la “radio del odio”. Su nombre es significativo: *kwizera* quiere decir “esperanza” en idioma kinyarwanda. El proyecto, diseñado por P. Thomas Fitzpatrick, es el primero de esta naturaleza implementado por el Servicio Jesuita para Refugiados (JRS). Inicialmente, JRS y el ACNUR proporcionaron fondos para comprar los equipos. El alcance de la emisora es de 300 kilómetros, incluyendo las regiones de Kagera y Kigoma en Tanzania, y algunas zonas de Rwanda y Burundi. El presupuesto anual de *Radio Kwizera*, financiado por JRS, era de 154.000 US\$ dólares en 1999, y de 214.000 US\$ dólares en el año 2000.

Inicialmente, el JRS se había propuesto establecer una red de información, que además de la radio, incluiría altavoces, vallas publicitarias, una biblioteca, boletines y carteles. Sin embargo, sólo la radio se mantuvo. Sus objetivos apuntan a mejorar el bienestar físico y psicológico de los refugiados, ayudar a la reconciliación, apoyar a la administración de los campamentos, ser una herramienta pastoral de JRS, y mantener informados a los refugiados sobre los acontecimientos en su país. Se establecieron Comités de Información en los campamentos, como centros de coordinación.

Después de la repatriación masiva de refugiados de Rwanda en diciembre de 1996, el JRS decidió que *Radio Kwizera* debía continuar, para servir a los refugiados de Burundi que todavía permanecían en los campamentos. A través de los años, la emisora vio crecer también una audiencia entre la población tanzaniana. Actualmente, *Radio Kwizera* cuenta con tres tipos de oyentes: los refugiados, las aldeas rurales en la región occidental de Tanzania, y la población de Burundi y Rwanda. Estos dos pequeños países están en el radio de influencia de *Radio Kwizera*, lo cual significa una responsabilidad adicional para la emisora en cuanto a su contribución a favor de la paz y la reconciliación.

La emisora transmite de 9.00 a 22.00 horas, un total de 91 horas semanales, de las cuales 30 en idioma kirundi (para los refugiados) y 48 en kisuahilí (para los tanzanianos). Los programas de información y educación suman 49 horas, y el entretenimiento y la música ocupan las 42 horas restantes. Ningún programa se repite. La programación incluye transmisiones educativas para las escuelas primarias, programas sobre género, salud materno-infantil, medio ambiente, saneamiento, agricultura y ganadería, noticias, temas de actualidad, segmentos para niños y jóvenes, religión, iniciativas de desarrollo, mensajes y música, así como un programa de seguimiento de refugiados, que ha contribuido a la reunificación de las familias.

Algunas ONG apoyan programas sobre educación, salud, género (Ayuda Noruega), agua y saneamiento (*Oxfam*), distribución de alimentos (PMA), campañas de vacunación (UNICEF) y medio ambiente (REDESO). Además, la radio retransmite programas en inglés, francés y suahili producidos por *Radio France Internationale* (RFI) y por *Deutsche Welle*; y programas pregrabados de RFI, de las Naciones Unidas, de *Panos* y de *Africa Radio Service* (Nairobi). Aunque se retransmiten estos programas en otras lenguas, la mayor parte es producción local.

*Radio Kwizera* incluye en sus políticas la preocupación por los más pobres e indefensos, las mujeres y los niños, la creatividad cultural, el diálogo interconfesional y la formación de los empleados. La emisora ofrece capacitación para mejorar el nivel técnico del personal.

## CONTEXTO Y ANTECEDENTES

---

En 1994, temerosos de las represalias de las tropas tutsis, más de medio millón de hutus se refugiaron en Tanzania, creando uno de los desafíos humanitarios más grandes de la última década del siglo XX. Una compleja historia de rivalidades étnicas y de luchas por el poder hizo estallar una guerra que la comunidad internacional no pudo prevenir.

Los primeros campamentos de refugiados se instalaron cerca de Ngara, un pequeño poblado cercano al Lago Victoria, a menos de 35 kilómetros de donde se encuentran las fronteras de Burundi y Rwanda. En diciembre de 1996, los refugiados hutus fueron expulsados hacia sus países por el ejército, y el ACNUR lamentablemente coadyuvó en ese proceso de repatriación forzada dispuesto por el Gobierno de Tanzania.

Los cambios políticos en Burundi provocaron nuevas olas de refugiados. En marzo del año 2000, ya había doce campamentos de refugiados establecidos a lo largo de la frontera con Burundi: Greater Lukole (114.503 refugiados), Lugufu (50.386), Mtabila (55.630), Muyovosi (35.869), Myarugusu (53.384), Karago (45.244), Nduta (51.432), Kanembwa (17.684), y Mtendeli (48.269), son los principales. Cerca del 80% de los refugiados está compuesta por mujeres y niños, sólo el 20% restante son hombres adultos; 347.536 refugiados llegaron de Burundi y 103.781 del Congo. Los refugiados no están autorizados a alejarse más de 4 kilómetros de los campamentos. La presión de una masa poblacional tan importante se hace sentir en el medio ambiente. La necesidad de leña para cocinar ha hecho casi desaparecer los árboles de las cercanías.

## IMPACTO SOCIAL

---

¿Es posible medir el impacto de una radio que promueve la paz y la reconciliación? Los objetivos terminales de *Radio Kwizera* quizás no sean fáciles de evaluar en tan corto plazo, pero hay otros aspectos que ya han dado muestras del potencial de la emisora para cambiar la vida de miles de personas.

El programa de seguimiento de refugiados, que se transmite en coordinación con la Cruz Roja de Tanzania (TRC), ha tenido un impacto profundo en los refugiados y en las familias que quedaron atrás en Rwanda o Burundi, o escaparon hacia otros campamentos de refugiados cercanos a la frontera. Incluso el segmento de saludos personales difiere drásticamente de los de las emisoras normales. En *Radio Kwizera* los mensajes pueden decir: “Estoy vivo, he sobrevivido”. La colaboración de las ONG en la producción de programas es otro logro importante; entre las principales fuentes de asistencia están Ayuda Noruega para el Pueblo (NPA), *Oxfam*, Programa Mundial de Alimentos (PMA), UNICEF y REDESO. Las ONG se han

beneficiado de su relación con *Radio Kwizera* y han mejorado las instancias de coordinación.

Un aspecto central del mandato de *Radio Kwizera* establece que la emisora proporcione los medios para que la comunidad pueda dialogar consigo misma. En 1998 se realizó una encuesta con oyentes de los campamentos de Ngara y Lukole, para estimar la audiencia, desarrollar nuevas estrategias y determinar el nivel de conciencia sobre *Radio Kwizera*. Los resultados mostraron que transmitir 13 horas cada día otorga a la emisora una identidad muy fuerte. La radio ha sabido equilibrar la información, la educación y el entretenimiento en su programación. Por ejemplo, ha utilizado radionovelas para tratar temas tan importantes como el SIDA. La popularidad de *Radio Kwizera* se mantiene constante, tanto entre los refugiados como entre la población local.

En 1999, un *Informe de Evaluación* de la radio recomendó categóricamente al JRS apoyar proyectos similares y desarrollar “un modelo para establecer emisoras de radio móviles en otras situaciones de refugiados” en el mundo.

## MEDIOS Y MÉTODOS

---

Las instalaciones de *Radio Kwizera* en Ngara están equipadas con un transmisor de 2,5 kilovatios, una antena de 36 metros, varias parabólicas, computadoras y locales para tres estudios de grabación, una sala de reuniones y espacio para los reporteros. En Kibondo se instaló una repetidora de 50 vatios (comenzó a operar en julio de 1999) para ampliar la cobertura a los nuevos campamentos de refugiados al sur de Ngara. Ese transmisor, así como la antena y el receptor, están alimentados mediante paneles solares.

De los veinte trabajadores de *Radio Kwizera*, cuatro son refugiados de Burundi que viven en los campamentos y gozan de permisos especiales para desplazarse a la emisora cada mañana. Éste es el único ejemplo de participación directa de la comunidad.

En *Radio Kwizera* todos los que trabajan fungen como locutores, guionistas y reporteros. Además, la emisora cuenta con 60 colaboradores ocasionales, que envían información desde los campamentos de refugiados.

## OBSTÁCULOS

---

En 1996 el ACNUR apoyó con un transmisor más potente, que luego fue motivo de disputa entre la emisora y esa agencia de las Naciones Unidas. El ACNUR retiró su apoyo a fines de 1996, porque no veía la utilidad de la radio después de la repatriación de los refugiados, mientras que JRS propugnaba la continuidad de *Radio Kwizera*.

Debido a la pobreza generalizada, son pocos los receptores de radio en los campamentos. Sólo una familia de cada doce posee uno. En Karagwe se distribuyeron radios de cuerda “Free Play” (que no utilizan baterías), pero no tuvieron mucho éxito porque son voluminosas, las piezas de plástico son frágiles, la carga manual dura solamente 15 minutos, y son demasiado caras. Una encuesta del PMA reveló que los refugiados prefieren ahorrar para comprar baterías (costo: 300 shillings o 0,40 US\$ el par). Un pequeño receptor portátil cuesta 14.000 shillings (unos 18 US\$ dólares).

No fue fácil reclutar personal experimentado para trabajar en Ngara; por ello, la capacitación ha sido indispensable. Las dificultades de comunicación se añaden a las anteriores: las líneas de teléfono fueron instaladas recién en marzo de 2000, aunque el contacto con *Radio Kwizera* por e-mail era posible antes a través de señales de radio.

Como resultado de la delicada situación política, el editor en jefe de los programas en kirundi es tanzaniano. La participación de los refugiados es muy limitada; poco a poco se quiere ampliarla, pero cuidando que no se difundan contenidos que puedan encender nuevamente la rivalidad étnica entre hutus y tutsis. La evaluación de 1999 recomendó que la emisora no fuera transferida a la comunidad. Por una parte, los refugiados retornarían a sus países si las condiciones políticas mejoraran; por otra parte, la población tanzaniana no tendría recursos para operar la emisora.

#### REFERENCIAS

Capítulo redactado sobre la base de una visita a *Radio Kwizera* y al campamento de Greater Lukole, en marzo de 2000, y entrevistas con P. Hugues Deletraz (director), y el personal de la emisora, en especial: Hilaire Bucumi, Alex Modest, Januarius Rugaimukamu, Bonifas Mpagape y Lioba Mbuva.

La información inicial y la motivación para llegar hasta Ngara, se deben a la ex directora, Alice W. Munyua.

Un documento importante, aunque de circulación restringida, es el *Informe de Evaluación* por Barbara O’Shea, Grace Githaiga y Wycliffe Musungu, julio de 1999.

# RED DE MEDIOS COMUNITARIOS

1995

Kenya

#### DATOS

NOMBRE:	Kenya Community Media Network (KCOMNET)
PAÍS:	Kenya
ÉNFASIS:	Redes, comunicación y participación
LUGAR:	Thika, Eldoret, Ugunja, Kisii, Meru, Kiambu, Muranga, Kibwezi, Homabay y Nairobi.
BENEFICIARIOS:	Una docena de organizaciones de base
ALIADOS:	EcoNews Africa
FINANCIAMIENTO:	Friedrich Ebert Stiftung (FES), Panos Institute, Ford Foundation, Conservation Development Fund (CDF-USA)
MEDIOS:	Impresos, radio, capacitación

#### ANECDOTARIO

*Nkirote es una niña que está todavía en la escuela y que se prepara para volver a casa durante las vacaciones. Kimaita, su padre, entusiasmado porque su hija será pronto una mwari (la etapa intermedia entre una niña y una mujer), circula por la aldea anunciando a sus amigos la inminente “ceremonia” de escisión, pues no quiere que su hija siga siendo una mukenye (una joven que no ha sido circuncidada).*

*Llegan las vacaciones y Nkirote regresa a su casa sin conocer los planes de su padre para ella. La madre no tiene derecho a opinar sobre el tema, pero obviamente apoya a su marido. Mugambi, un vecino, es un profesor que lidera una campaña para que las niñas participen en una ceremonia simulada (donde no se las “corta”), donde se les enseña la importancia y las responsabilidades que implica ser mujer, y ser una mujer respetada por la comunidad.*

*Nkirote se entera de su suerte a través de las personas que comienzan a visitar su casa. Los hombres beben alegremente kathoroko (alcohol local), mientras entonan festivamente canciones sobre la circuncisión. Las mujeres le ofrecen palabras de aliento y le aconsejan no tener miedo, ya que pronto será una más como ellas, una persona “mayor”.*

*Nkirote huye, se refugia en la casa de Mugambi, y lo pone al corriente de la “ceremonia”. Mugambi se dirige a la casa de Kimaita, donde habla con los invitados sobre los riesgos de la circuncisión femenina y propone como alternativa una ceremonia simulada. Como ejemplo, ofrece el de su propia hija. Luego de mucha discusión y explicaciones, los aldeanos concuerdan en que la ceremonia debe hacerse sin daño físico. Comprenden los peligros que están asociados a la escisión genital en el mundo moderno.*

*La celebración tiene lugar y Nkirote se somete a la ceremonia dramatizada, contando con el acuerdo de sus padres. De ese modo aprende los valores y recibe una educación sobre el sentido que tiene la ceremonia. Como beneficio adicional, Nkirote no ha sido lastimada.—Escrito por Jenifer Njiru de Mutindwa Theatrix.*

#### DESCRIPCIÓN



La Red de Comunicación Comunitaria de Kenya (KCOMNET), promueve estructuras de comunicación horizontal para el desarrollo, asumidas y dirigidas por las comunidades, a diferencia de las estructuras de información verticales. La comunicación comunitaria refuerza los valores de solidaridad y participación, que son elementos importantes en el proceso de desarrollo.

Es evidente el potencial de los medios de comunicación comunitarios para promover la participación popular en la discusión de los temas de interés público. El desarrollo implica que la gente debe explorar su entorno natural. Esto debe hacerse de una manera que proteja la cultura y el medio ambiente. El pueblo debe conocer su historia, las necesidades comunitarias y los obstáculos que limitan la conquista de sus aspiraciones.

Las estructuras de comunicación comunitaria podrían satisfacer las necesidades enunciadas anteriormente, mediante el fortalecimiento de las comunidades, haciéndolas conscientes de las nuevas posibilidades y opciones que tienen para enfrentar sus necesidades y aspiraciones a través de un proceso de interacción comunicacional.

Más de doce grupos comunitarios se han unido a KCOMNET. Estos son algunos:

- **Cinco Siglos** (Nairobi), es un grupo que trabaja en educación cívica y utiliza el teatro para promover el conocimiento de la Constitución.
- **Estrella Joven Kairi** (Thika), es un grupo de artistas de la comunidad de kikuyos, que crea canciones con mensajes sociales.
- **Grupo de Teatro Eldo** (Eldoret), es el único activo en el Valle Rift; mediante canciones y bailes promueve la nutrición, la prevención del SIDA y otros temas.

- **Centro de Recursos de Ugunja** (Ugunja), es una red de pequeños grupos involucrados en teatro sobre SIDA y enfermedades de transmisión sexual, y una biblioteca para jóvenes.
- **Marionetas para la Salud Familiar** (Homabay), se dirige a los jóvenes; mediante marionetas de hilos, aborda los embarazos tempranos, las enfermedades de transmisión sexual, el SIDA y otros temas.
- **Sueños de África** (Nairobi), es un grupo de teatro que se vale de los niños de la calle como actores.
- **Espejo Tech de Igonga** (Kisii), es un grupo que compone canciones durante las presentaciones, para crear relatos vinculados inmediatamente a la audiencia.
- **Mutindwa Theatrix** (Meru), mediante dramatizaciones encara el problema de la circuncisión femenina y orienta a la audiencia hacia celebrar una ceremonia simbólica.
- **Mumbi Theatric** (Muranga), utiliza poesía autóctona, canciones y dramas para entretener y educar sobre temas de salud.
- **Proyecto Comunitario Mangelete** (Kibwezi), comenzó como un centro de recursos de comunicación para la mujer y se convirtió en una radio comunitaria piloto.
- **Talking Calabash** (Nairobi), es un grupo de músicos con instrumentos africanos, que compone canciones sobre temas sociales.
- **Centro de Recursos de Información de las Barriadas** (Nairobi), tiene una red de reporteros y produce un boletín comunitario; documenta su actividad en video.

KCOMNET desarrolla además una campaña de alto nivel para lograr el establecimiento de estaciones de radio y de televisión comunitaria en Kenya. En coordinación con otras instituciones, propugna una revisión a fondo de las disposiciones legales que rigen los medios de comunicación en Kenya.

#### CONTEXTO Y ANTECEDENTES

La comunicación comunitaria difiere de los medios comerciales:

- No está motivada comercialmente y no pertenece al Gobierno.
- Es participativa y está orientada hacia la acción, su primera misión es el fortalecimiento de la comunidad.
- Está libre de interferencia del Estado, y de los sectores políticos y comerciales.
- Recibe financiamiento del sector tanto público como privado, según convenga a las comunidades involucradas.

La comunicación comunitaria permite a las comunidades marginales debatir los problemas locales que les preocupan; esto facilita la vinculación entre el desarrollo, la democracia y la comunicación comunitaria.

La *KCOMNET* fue establecida en noviembre de 1996 durante un taller subregional de comunicación comunitaria, para participantes del sur y del este de África. Allí se reconoció el papel fundamental de la comunicación comunitaria en el desarrollo, y los participantes de Kenya coincidieron en la importancia de llevar el proceso hacia adelante. Se identificó la formación de redes como un medio útil para maximizar y apoyar los esfuerzos tendientes a desarrollar programas concretos. Inicialmente, el proyecto era parte del marco institucional más amplio de *EcoNews Africa*, que proporcionó la cobertura legal, espacio en sus oficinas, apoyo de secretaría, gastos corrientes y comunicaciones.

### IMPACTO SOCIAL

La principal contribución de *KCOMNET* consiste en facilitar el trabajo en red de pequeños grupos comunitarios que están dispersos en las provincias de Kenya. Estos grupos carecían de apoyo externo y vivían muy aislados. La red contribuyó, facilitando los intercambios entre los grupos y capacitándolos para fortalecer su organización interna y para aumentar su capacidad técnica de mejorar las acciones en el ámbito comunitario. La capacitación incluye módulos adaptados a las necesidades de especialización de cada grupo, así como nuevas destrezas relacionadas con la comercialización y la sustentabilidad. En consecuencia, se han desarrollado módulos sobre dinámicas de grupo, técnicas participativas de producción comunitaria, administración empresarial y técnicas de mercadeo, introducción a las campañas de comunicación social, etc.

Cada grupo identificó los problemas que lo afectaban y la manera más adecuada de resolverlos. Ese proceso fue fundamental para identificar las necesidades de capacitación y para que los grupos se hicieran conscientes de los cambios de contexto. Actualmente, se sienten más seguros para expresar sus problemas. Algunos son ahora capaces de manejar su relación con la Administración Provincial y desarrollan sus actividades sin ser acosados por la policía administrativa. La mayoría se ha involucrado en campañas sociales sobre diferentes temas que afectan a las comunidades. En síntesis, ahora se dan cuenta de que constituyen un “canal de comunicación” accesible para la mayoría del pueblo.

Es también importante mencionar que la red *KCOMNET* es ahora una institución reconocida, que tiene capacidad de influenciar a quienes formulan las políticas nacionales, en las decisiones que atañen a la política de comunicación en Kenya. En el marco de estas acciones de presión, en 1996 se presentó al Grupo de Trabajo sobre Leyes de la

Comunicación (*Task Force on Media Law*), la propuesta “Marco regulador de la difusión comunitaria en Kenya”. Más adelante, el “Proyecto de ley sobre difusión comunitaria” fue presentado al Fiscal General y a los parlamentarios para su aprobación.

### MEDIOS Y MÉTODOS

Dos áreas fundamentales son prioritarias en el trabajo de *KCOMNET*: a) capacitación y fortalecimiento institucional; y b) presión para lograr un marco general regulativo de la difusión comunitaria.

La capacitación se realiza a través de talleres. Los miembros del núcleo central de *KCOMNET* imparten talleres básicos de comunicación para los miembros de los grupos de comunicación comunitarios. Una evaluación sobre las necesidades permitió identificar a aquellos que requerían más capacitación, así como formular los objetivos del curso.

Los grupos que forman parte de la *KCOMNET* utilizan diversos métodos y medios para alcanzar sus objetivos: teatro popular, canciones, poesía, música en vivo, marionetas, grupos de radioescuchas, boletines comunitarios, son las herramientas usadas con mayor frecuencia.

La red organiza además un festival anual en el que todos los grupos se encuentran para intercambiar y compartir sus experiencias.

### OBSTÁCULOS

El concepto de comunicación comunitaria no ha sido aún entendido en Kenya, ni por los encargados de formular políticas ni por las comunidades. *KCOMNET* considera que el concepto de comunidad debe ser mejor definido, especialmente a raíz de los matices políticos asociados a las “tribus”. En realidad, hay varias percepciones sobre lo que es una comunidad, y por ello es importante una comprensión del término “comunidad”—generalmente referida a una entidad geográfica—que sea aceptada por todos. Otra noción de comunidad se refiere a un grupo de personas que tienen intereses comunes.

Uno de los problemas que enfrenta la red *KCOMNET* es el voluntarismo prevaleciente en los medios de comunicación comunitarios. Todos los miembros del núcleo central de *KCOMNET*, incluyendo el coordinador, trabajan simultáneamente para otras organizaciones y por lo tanto no está garantizada su disponibilidad para realizar las tareas en los plazos acordados. El desafío está en contar con personal estable y permanente que pueda implementar a escala nacional, las decisiones tomadas por la red.

La comunicación entre la secretaría de *KCOMNET* y los grupos comunitarios no siempre es rápida. Esto se debe a que la mayor parte de los grupos no tienen acceso a un teléfono y, por lo tanto, utilizan los servicios de correo, que no son los más eficientes. Varios grupos

han experimentado dificultades para enviar sus informes al secretariado. El proceso es lento y el hecho de que algunos de estos grupos no sea capaz de cumplir con los plazos fijados, afecta a algunas actividades que debían desarrollarse en los tiempos previstos.

“Otro desafío es cambiar la actitud de la sociedad, de manera que la comunicación comunitaria ocupe el lugar que merece y para que quienes trabajan en ese sector dejen de ser considerados como simples promotores de diversión. Esto es en especial importante con relación al teatro comunitario, pues existe la tendencia de tratar como payasos a los actores”, dice Grace Githaiga.

#### REFERENCIAS

---

Información obtenida de la coordinadora de *KCOMNET*, Grace Githaiga, en Nairobi, marzo de 2000, y complementada por correo electrónico.

Otra fuente valiosa de información es el boletín *Community Media News*, que alcanzó el No. 6 en diciembre de 1999.

Además, el sitio Web de *EcoNews Africa*: <http://www.web.net/~econews/>.

1996

Regional, América Latina

---

#### DATOS

---

<b>NOMBRE:</b>	Agencia Informativa Púlsar
<b>PAÍS:</b>	Regional, América Latina
<b>ÉNFASIS:</b>	Red de información y comunicación
<b>LUGAR:</b>	Quito (Ecuador)
<b>BENEFICIARIOS:</b>	Radios comunitarias de América Latina
<b>ALIADOS:</b>	Centro de Educación Popular (CEDEP), Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC), RedADA, Red Científica Peruana (RCP)
<b>FINANCIAMIENTO:</b>	Communication Assistance Foundation (CAF/SCF), UNESCO, SIDA, Friedrich Ebert Stiftung (FES)
<b>MEDIOS:</b>	Radio, Internet

#### ANECDOTARIO

---

*Todavía estamos lejos de un mundo donde los pueblos tengan acceso igualitario a la información y a los recursos tecnológicos. Las nuevas tecnologías pueden desempeñar un papel ambiguo en la búsqueda de ese objetivo: por una parte, realizan una contribución notable a la democratización de la información y la comunicación, pero por otra — si no se controlan — pueden abrir un abismo cada vez más profundo entre los ricos y los pobres en la información.*

*No es suficiente concentrarse exclusivamente en el desarrollo cuantitativo de la infraestructura de comunicación en América Latina (más computadoras, más satélites, más banda ancha, más velocidad). Debemos también desarrollar una estrategia que permita la consolidación de las redes de comunicación social que existen en la región.*

*Al facilitar el acceso a la Internet, Púlsar desata un impulso modernizador en la programación de las radios de los “pobres en información” del continente. De este modo, AMARC y CEDEP contribuyen con un grano de arena — o más bien, un grano de silicón — a la democratización de la comunicación en América Latina. — Comentario de Bruce Girard, ex-director de PÚLSAR.*

El proyecto *Púlsar* incluye las siguientes tareas:

1. Identificar en la Internet fuentes de información y de noticias de alta calidad.
2. Seleccionar diariamente noticias internacionales y editarlas en un estilo radial apto para su distribución a las emisoras comunitarias por la Internet, dando prioridad a las noticias de América Latina y el Caribe; y un tercio, a las regiones restantes.
3. Ofrecer capacitación y apoyo a las radios comunitarias que lo soliciten.
4. Establecer una red regional de corresponsales que envían noticias a la red de emisoras comunitarias.
5. Apoyar a las emisoras que quieren usar las ventajas de la Internet, orientándolas sobre la disponibilidad y utilidad de datos sobre temas relacionados con los derechos humanos, la agricultura y otros de interés comunitario.

#### DESCRIPCIÓN



La Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC), que agrupa a centenares de emisoras de todo el mundo, sugirió durante su segunda Asamblea General en 1986, la creación de una agencia que pudiera distribuir noticias independientes para el creciente número de emisoras comunitarias de América Latina, África y Asia. En ese momento se consideró que el costo de tal operación era muy elevado. La Internet todavía no se había desarrollado suficientemente, las computadoras y los programas eran caros y poco eficientes, y el fax—el único medio de transmitir información inmediatamente—era muy costoso. Sin embargo, la idea de la agencia de noticias volvió a presentarse en sucesivas conferencias de AMARC, hasta que en 1995, en su Asamblea General celebrada en el Senegal, AMARC reconoció que la tecnología había evolucionado lo suficiente como para que la propuesta se hiciera realidad.

*Púlsar* comenzó en 1996 con el propósito de proveer a las radios comunitarias de América Latina información de utilidad para los oyentes. Los suscriptores del servicio de *Púlsar* aumentaron de 48 en marzo de 1996 a 1.860 en 1999. En su mayoría, emisoras de radio (441), pero también ONG (344) y universidades (296), que utilizaban la información para noticias, para la enseñanza o para análisis político. Aproximadamente el 40% de las suscripciones provenían de países no latinoamericanos.

Para comenzar, *Púlsar* produjo un boletín diario con 12 a 15 noticias. A fines de 1996 se añadió un *Comunicado* mensual para los suscriptores, y entre 1997 y 1998 se crearon varios servicios especializados:

- *En Línea* y *Compendio*: noticias editadas y distribuidas diariamente, incluyendo clips de audio;
- *Ciberbrujas*: producido en colaboración con la ONG boliviana RedADA, servicio semanal con información y noticias sobre la mujer latinoamericana;
- *Ñuqanchik*: boletín diario de noticias en quechua, la principal lengua originaria de la región, hablada por ocho millones de personas.

El costo de funcionamiento de *Púlsar* durante un año subió de 30.000 US\$ dólares en 1996, a 100.000 US\$ en 1997. Los fondos fueron proporcionados por *Communication Assistance Foundation* (CAF)—una ONG holandesa—la UNESCO y OSDI (Suecia). En marzo de 1998, AMARC tomó a su cargo *Púlsar*.

Desde su creación, *Púlsar* persiguió los siguientes objetivos:

1. Mejorar la programación, establecer la credibilidad y ampliar el impacto de las radios comunitarias e independientes de América Latina.
2. Contribuir a la modernización tecnológica de las emisoras independientes y comunitarias.
3. Garantizar una mejor cobertura informativa y un mayor conocimiento de los problemas mundiales y regionales; promover temas relacionados con el desarrollo democrático, la integración regional, la paz y los derechos humanos, y el derecho a la información.
4. Promover el pluralismo y la participación en los niveles local, nacional y regional, dando prioridad a los sectores más excluidos.

“*Púlsar* reconoció desde un principio que no podía constituirse en un servicio totalmente alternativo. Por ello, trató de mantener un equilibrio entre las noticias dominantes y la información alternativa; para ofrecer de ese modo un servicio “completo” ya que un servicio únicamente “alternativo” no habría interesado a muchas emisoras. *Púlsar* tiene aceptación y capacidad de canalizar el impacto en la sociedad civil. Las agencias puramente alternativas están desprestigiadas a los ojos de muchos directores”, asegura Bruce Girard.

#### CONTEXTO Y ANTECEDENTES

Las radios comunitarias en América Latina han crecido rápidamente desde los años cincuenta. Las primeras experiencias fueron motivadas políticamente como una reacción en contra de las redes de información comerciales o estatales, que excluían totalmente de su programación las voces de las grandes mayorías. Más que ningún otro medio de

comunicación, la radio habla el lenguaje de la comunidad en la que se inserta y tiene incluso el acento de ésta. La programación de las emisoras comunitarias se vincula a los intereses locales y generalmente hace importantes contribuciones al fortalecimiento y la protección de la identidad cultural y de los valores sociales.

La radio no ha podido librarse de la *globalización*. Al igual que la televisión o los periódicos, está muy influenciada por las agencias internacionales de noticias, en su mayoría de los Estados Unidos o de Europa. Los conglomerados nacionales de medios de información,—generalmente una combinación de empresas de radio, diarios y televisión—dominan ampliamente los flujos de información.

Las radios más pequeñas luchan por sobrevivir, por ampliar su influencia en la comunidad y por defender los intereses locales y nacionales. Estas emisoras suelen ser proyectos comunitarios, con frecuencia apoyados por la Iglesia católica, por ONG locales o incluso sindicatos. “La misma tecnología que hace posible la globalización, permite a estas emisoras de radio trabajar desde la sociedad civil en un intento de influir en la aldea global”, destaca Bruce Girard, ex director de *Púlsar*.

En 1995 la situación de las radios comunitarias de América Latina se hizo crítica, demandando nuevas alternativas:

- La nueva legislación liberal redundó en centenares de emisoras de radio comerciales, que inmediatamente empezaron a competir por el mercado;
- Varios países reconocieron legalmente el estatuto de las radios comunitarias y se abrió la posibilidad de obtener nuevas frecuencias;
- La cooperación internacional mostró un interés creciente por África; América Latina tuvo que buscar nuevas fuentes de financiamiento;
- Las empresas de información más grandes consolidaron redes nacionales que ampliaron su control sobre las emisoras pequeñas.

### IMPACTO SOCIAL

---

Además de generar un volumen de información que anteriormente estaba fuera del alcance de las radios comunitarias, *Púlsar* promovió la formación de redes. El contacto diario con cientos de emisoras a través del correo electrónico y de la Internet, ya sea para distribuir boletines o para recibir noticias de los corresponsales, derivó en la conformación de un fuerte sentido de identidad entre las radios comunitarias.

Otro aspecto importante fue el estímulo que las emisoras comunitarias recibieron de *Púlsar* para modernizar sus equipos y aprovechar las ventajas de las nuevas tecnologías. En el caso de las radios que no tenían medios para comprar computadoras y pagar los servicios de Internet, *Púlsar* facilitó la vinculación con ONG—por ejemplo, la

Red Científica Peruana—que auspiciaron la instalación de cabinas públicas de Internet.

El quechua es un idioma fundamentalmente oral, que hablan ocho millones de habitantes del área andina, y que es escrito solamente por un puñado de intelectuales. La distribución a través de la Internet de programación en quechua, fue otro paso importante en una región dominada por noticias en castellano, y por la Internet en inglés.

*Ñuqanchik* es una alternativa para promover la lingüística originaria y la diversidad cultural.

### MEDIOS Y MÉTODOS

---

Cuando *Púlsar* inició sus actividades, solamente un puñado de radioemisoras utilizaban la Internet y el correo electrónico, por ello *Púlsar* promovió las nuevas tecnologías como un método para garantizar la expansión de la red. Un disco CD ROM titulado *Viaje Virtual* fue especialmente diseñado y distribuido a 350 emisoras de radio para explicar las ventajas de las nuevas tecnologías.

La capacitación ha sido una de las principales preocupaciones de *Púlsar*. En las reuniones anuales de corresponsales, la capacitación ha sido siempre uno de los temas principales en la agenda. Igualmente, se mantiene una lista electrónica de discusión entre los corresponsales y la oficina de Quito. *Púlsar* elaboró una *Cartilla para Corresponsales* muy completa, con guías que cubren la selección de noticias, la edición, el equipo necesario, y una sección sobre los documentos de audio enviados por correo electrónico.

Los principales objetivos de la capacitación son: a) desmitificar las nuevas tecnologías de comunicación y la Internet, en cuanto al acceso (destrezas y costo); b) proveer capacitación básica, especialmente sobre correo electrónico; y c) aprovechar los periodos de capacitación para evaluar los servicios de *Púlsar*. La agencia elaboró manuales y materiales para las sesiones de capacitación, incluyendo directorios Web para facilitar la búsqueda de información.

### OBSTÁCULOS

---

Aunque *Púlsar* logró que las suscripciones aumentaran a 2.000 (la mitad en América Latina), muy pocos en verdad pagaban las cuotas. La idea original era de financiar *Púlsar* a través de las suscripciones: 500 suscriptores a 25 US\$ dólares mensuales, sumarían 150.000 US\$ dólares por año. Pero en determinado momento, *Púlsar* tomó la decisión de ofrecer el servicio gratuitamente. “Es muy difícil hacer cobros internacionales en América Latina. Entre los impuestos y las comisiones que toman los bancos, se pueden perder los 25 US\$ dólares de una suscripción de la Argentina. El costo de facturación, incluyendo los costos de infraestructura, hubiera obligado a *Púlsar* a

elevar el precio de la suscripción drásticamente, poniendo el servicio fuera del alcance de la mayoría de las emisoras comunitarias. Al vender la suscripción a una emisora, muchas otras la reciben “de rebote” gratis. El problema es que una vez que se tomó la decisión de no financiar la agencia mediante suscripciones, no se encaró seriamente la búsqueda de una fórmula alternativa. *Púlsar* eligió la comodidad de buscar apoyo en la cooperación internacional, en lugar de inventar algo novedoso”, agrega Bruce Girard.

#### REFERENCIAS

Este capítulo está basado en documentos de *Púlsar* e intercambios de información con Bruce Girard, fundador y ex Director de la agencia.

El sitio Web: <http://www.pulsar.org.ec/> fue creado en 1996 para promover *Púlsar*.

“Community Radio, Gateway to the Information Revolution” por Bruce Girard. En *Voices*, Vol. 3, No. 3, diciembre de 1999, Bangalore, India.

“Púlsar: Dos años de radio en Internet” por Bruce Girard, en *Chasqui*, revista latinoamericana de comunicación, N° 61, Quito, marzo de 1998.

“Pluralismo, radio e Internet” por Bruce Girard, en *Chasqui*, revista latinoamericana de comunicación, N° 59, Quito, septiembre de 1997.

“Combinando la radio y el Internet”, por Lorencita Pinto, simposio regional de ITU/FES. Santiago de Chile, 25 a 28 agosto de 1999.

# RADIO COMUNITARIA DE MOUTSE

1997

Sudáfrica

#### DATOS

<b>NOMBRE:</b>	Moutse Community Radio Station (MCRS)
<b>PAÍS:</b>	Sudáfrica
<b>ÉNFASIS:</b>	Fortalecimiento de la mujer, desarrollo comunitario
<b>LUGAR:</b>	Moutse, Provincia de Mpumalanga
<b>BENEFICIARIOS:</b>	Mujeres rurales
<b>ALIADOS:</b>	Rural Women's Movement (RWM), National Community Radio Forum (NCRF)
<b>FINANCIAMIENTO:</b>	Open Society Foundation of South Africa, Communication Assistance Foundation (CAF), AusAID (Australia)
<b>MEDIOS:</b>	Radio

#### ANECDOTARIO

*Las mujeres visitaron a los jefes de la comunidad a fin de pedir su aprobación para instalar la radio. Los jefes dijeron que era una buena idea, pero trataron de desanimarlas diciéndoles que el proyecto fracasaría si quedaba en manos de las mujeres, a pesar de que ellas habían logrado organizar a la gente en torno a los problemas de mayor importancia para la vida comunitaria.*

*Dos factores parecían influir: primero, a los ojos de los jefes era inapropiado que las mujeres se involucraran con la tecnología; a diferencia del agua y de la electricidad, la radio no parecía vincularse directamente al hogar. Segundo, los jefes estaban cansados de que las mujeres de la zona hubieran ganado tanto reconocimiento por las campañas exitosas que llevaron adelante, y pensaban que ya era hora de que los hombres reafirmaran su liderazgo en el contexto de los inminentes cambios de Sudáfrica.*

*Luego de considerar las consecuencias prácticas, las mujeres anunciaron a los jefes su decisión de seguir con el proyecto. Más aún, como ya había pasado algún tiempo desde que los jefes habían manifestado su rechazo, las mujeres dijeron que si los hombres se hacían cargo, seguramente pasarían el tiempo bebiendo cerveza.*

Luego de tres años de intenso trabajo, el sueño del Movimiento de las Mujeres Rurales de montar una estación de radio en Moutse se hizo realidad. La emisora salió al aire a las 6.00 horas del 8 de noviembre de 1997.

Centenares de personas asistieron a la inauguración; las mujeres vestían sus trajes tradicionales y mostraban orgullosas los nombres de sus aldeas en los collares de cuentas que adornaban sus cuellos. Los aldeanos llegaron en grupos, arremolinándose como un colorido arco iris alrededor del local de la emisora. Sonaron los tambores, se cantaron canciones y se pronunciaron discursos. Se echaron los huesos para diagnosticar y asegurar la buena salud de la emisora.

La vida tradicional y la moderna se combinaron de una manera que expresaba la particularidad de la comunidad de Moutse. Todos tuvieron su oportunidad de decir algo frente al micrófono, y luego Ma Lydia Komape, fundadora del Movimiento de Mujeres Rurales, el alcalde de Moutse, Conrad Tjiane, y el Jefe Piet Mathebe cortaron juntos la cinta y declararon que la Radio Comunitaria de Moutse era un recurso local.— Escrito por Tracey Naughton, consultora independiente de la RADIO COMUNITARIA DE MOUTSE.

#### DESCRIPCIÓN



La Radio Comunitaria de Moutse (MCRS) fue fundada por miembros del Movimiento de Mujeres Rurales (*Rural Women Movement*), una organización de Sudáfrica que representa los intereses de las mujeres rurales. De acuerdo a una de sus miembros, Lahliwe Nkoana:

“La Radio Comunitaria de Moutse es el resultado de muchos años de lucha en la comunidad. Durante ese tiempo la comunidad rural, principalmente las mujeres, hicieron campaña por los derechos a la educación, el agua, la atención de salud, la electricidad, la democracia y por la abolición de la poligamia, que discrimina a las mujeres rurales”.

Gracias a un transmisor de 250 vatios, la señal de la emisora puede llegar a 1.200.000 personas, mucho más que la población de Moutse. Organizaciones de todo el mundo contribuyeron a la creación de la radio. Un grupo nacional, la *Open Society Foundation* de Sudáfrica, financió la cabina de grabación, que cuenta con los implementos básicos: un lector de discos compactos, una grabadora, una grabadora de minidisco, micrófonos y una consola de mezcla de sonido. La emisora fue instalada en una antigua construcción que pertenece al Departamento de Agricultura, un lugar más estable que el cuarto— propiedad del *African National Congress* (ANC)— donde el grupo se apretujaba anteriormente.

La emisora cuenta con un Consejo de Administración que define en líneas generales la visión y la perspectiva; cinco trabajadores permanentes que coordinan la capacitación, la administración y los

departamentos técnicos y de programación; y doce voluntarios que trabajan como locutores. La radio es miembro del *National Community Radio Forum* (NCRF), la entidad nacional que organiza a las radios comunitarias en Sudáfrica.

Varios grupos de trabajo cumplieron tareas de contactar a donantes, obtener fondos para el equipo, y abrir camino en medio de un sinfín de impedimentos que es necesario enfrentar para montar un proyecto de esta naturaleza en el medio rural. Inicialmente, 45 mujeres fueron capacitadas en técnicas radiofónicas.

Las voces más ortodoxas criticaron a las mujeres por haber nombrado como director de la radio a un hombre, aunque ellas ratificaron su decisión afirmando que querían que los hombres también estuvieran involucrados. Durante muchos años Sam Mashoeshe— “mujer honoraria”— fue miembro del Movimiento de Mujeres Rurales. Estuvo presente en la asamblea de 1993, donde se resolvió crear la radio comunitaria en Moutse, una de sus más fuertes subseces. Posteriormente fue nombrado director de MCRS.

Gente ajena a la radio vio el proyecto a través de un lente feminista; al cabo de un tiempo las mujeres de Moutse se dieron cuenta de que eran encasilladas de una manera que no concordaba con el contexto de su vida comunitaria. Consideraban que sus logros eran una lógica consecuencia de su función como madres y esposas, más aún en ausencia de los hombres, que se veían obligados a migrar a las ciudades en busca de trabajo.

Los programas en vivo atienden las necesidades de una amplia gama de oyentes. El programa de salud presenta regularmente a profesionales de la salud para que respondan a preguntas por teléfono; el programa sobre agricultura invita a delegados departamentales. Diariamente, los programas matutinos y vespertinos de motivación son a la vez entretenidos e informativos, y frecuentemente incluyen entrevistas sobre una gran variedad de temas comunitarios. También hay programas para niños, aficionados al deporte, amantes del jazz, entusiastas de la música, segmentos dramatizados, y otros. Los avisos comunitarios sobre acontecimientos locales, defunciones o festividades mantienen informada a la gente que vive en una zona más amplia. Las noticias locales, nacionales e internacionales son leídas en varias lenguas.

Los intercambios culturales constituyen uno de los objetivos principales: “Esperamos que nos escuchen en la ciudad de los blancos que está cerca, de modo que esa gente pueda conocer nuestras narraciones, nuestras canciones y nuestros problemas”.

## CONTEXTO Y ANTECEDENTES

---

Moutse (en la Provincia de Mpumalanga) cuenta con una población de aproximadamente 900.000 habitantes; era una zona políticamente muy activa durante el régimen del apartheid, y luchó duramente para no ser incorporada en el territorio de Kwandebele, una de las zonas establecidas para afianzar las políticas de “desarrollo separado” del régimen.

Durante generaciones, varios jefes de la autoridad tribal presidieron esas zonas. Las 48 aldeas de Moutse están dispersas en un área muy extensa y los sistemas de transporte son precarios y caros. La carencia de infraestructura de comunicación adecuada ha precipitado muchos conflictos.

Otra de las herencias del apartheid es la existencia de numerosos trabajadores migrantes, obligados a vivir y trabajar lejos de sus hogares para poder sostener a sus familias, dejando por lo tanto en abandono las zonas rurales. Se consideró que el establecimiento de una emisora de radio era un intento válido para mejorar esa situación.

Varios activistas comunitarios fueron elegidos como autoridades en las elecciones para los gobiernos locales de 1995; esto cambió drásticamente la composición de los gobernantes de la zona. La radio comunitaria fue apoyada como parte integral de la estrategia de unir a las aldeas. “El único proyecto que tiene el potencial de unir a la gente, de informar y de facilitar la participación de los ciudadanos es la *Radio Comunitaria de Moutse*”, afirma Ma Lydia Komape.

La determinación de las mujeres que establecieron la emisora fue recordada durante una discusión de grupo: “Cuando empezamos la radio, en tanto que grupo de mujeres sabíamos cómo organizarnos; no sabíamos nada acerca de la radio, pero sí sabíamos que podíamos aprender”.

## IMPACTO SOCIAL

---

La *MCRS* es un ejemplo de comunicación participativa. La emisora pertenece a la comunidad de Moutse, hombres y mujeres. Durante las audiencias para obtener la licencia, la *Independent Broadcasting Authority* (IBA) ofreció al grupo (que entonces tenía un solo representante masculino) la oportunidad de constituirse en un grupo exclusivo para mujeres, en la categoría de “comunidad de intereses”, en lugar de “comunidad geográfica”. Ambas definiciones de comunidad están reconocidas en la Ley de Difusión de Sudáfrica. Las mujeres tenían la certeza de que incluir a los hombres era el único camino posible para la emisora comunitaria, por lo tanto, optaron por definirse como una comunidad geográfica.

Hasta 1994, el control del Estado sobre los medios de comunicación en Sudáfrica era muy estricto. Los medios de información fueron utilizados para reforzar las divisiones impuestas por el apartheid y funcionaron como instrumentos de propaganda, manteniendo a las masas mal informadas en el mejor de los casos, y desinformadas en el peor.

Por primera vez, la radio comunitaria ha puesto a disposición de los ciudadanos información que es pertinente a sus vidas. En Moutse, donde las enormes distancias y la ausencia de infraestructura de transporte hacen difícil unir a la población, la radio ha permitido diseminar información sobre salud, incluyendo atención primaria de salud, VIH-SIDA, tuberculosis, sarna y la importancia del agua limpia y del saneamiento ambiental. La radio puede ser utilizada para fomentar que los padres envíen a sus hijos a la escuela y para comprometer a la población en temas de gobernabilidad en el ámbito local, provincial y nacional.

## MEDIOS Y MÉTODOS

---

*MCRS* está enteramente en manos de voluntarios, incluyendo el Consejo de Dirección, la administración, los locutores y el apoyo logístico. Recientemente, se efectuó por la radio un llamado para reclutar a nuevos miembros y se presentaron 180 candidatos, todos para los puestos de voluntarios. Solamente 32 fueron admitidos para participar en actividades adicionales de capacitación y evaluación.

*MCRS* cuenta con un Manual de Participación Comunitaria que detalla cómo interactuar con la comunidad. La participación adopta varias formas, desde las invitaciones para hablar en los programas, hasta la presencia en el Foro de Consulta de la Comunidad, donde los productores y los oyentes revisan conjuntamente la programación. Tanto la Asamblea General semanal—obligatoria para todos los voluntarios—como la reunión de responsables de los departamentos y de la administración, permiten a los voluntarios informarse sobre los problemas de la emisora y tomar parte en las decisiones que se toman.

## OBSTÁCULOS

---

*MCRS* enfrentó muchas dificultades al principio, así como otros obstáculos recientemente. Los problemas técnicos (la falta de electricidad y de teléfono), y las dificultades para obtener una licencia legal, retrasaron durante tres largos años el establecimiento de la emisora. El proveedor estatal de energía eléctrica no consideraba una prioridad la emisora de radio, y retrasó durante 18 meses la instalación del cable de extensión hacia la montaña Mapula; el trabajo concluyó justo a tiempo para la inauguración. Del mismo modo, hubo que esperar varios meses para contar con una línea telefónica.

A pesar de que *MCRS* disponía de una suma de dinero considerable, el banco local rehusó abrir una cuenta hasta que Tracey Naughton—una consultora *mlungu* (blanca)—insinuó al Gerente que la actitud del banco tenía connotaciones racistas.

La IBA tardó mucho en otorgar la licencia; la radio sufrió una crisis de credibilidad mientras esperaba la autorización legal. La comunidad tuvo que enfrentar otra vez a la IBA en el año 2000 para obtener una licencia por cuatro años.

Durante 1998–1999, las tensiones internas se agudizaron cuando las mujeres perdieron control sobre el proyecto. De acuerdo a Tracey Naughton, “la realidad actual de *MCRS* es muy diferente de la que habían previsto las mujeres que iniciaron el proyecto y los donantes que lo financiaron. Las mujeres querían que la emisora fuera un recurso comunitario para todos, y no solamente para ellas. Sin embargo, el proyecto, que tuvo una clara definición desde el principio, se fue apartando paulatinamente de su orientación en favor del desarrollo, hasta convertirse en una experiencia dominada por la cultura masculina, centrada en el entretenimiento y en la promoción individual”.

Como sucedió con otras emisoras de radio de Sudáfrica, esa dinámica hizo tocar fondo, para luego comenzar nuevamente en *MCRS* un proceso de reconstrucción en el que el Movimiento de Mujeres Rurales es de vital importancia.

#### REFERENCIAS

Documentos de Tracey Naughton, consultora que trabaja con *MCRS* desde 1992. Información suplementaria proporcionada por Nikki Marcel, actual directora de *MCRS*.

*The local village speaks up: Rural women in South Africa start community radio station* por Tracey Naughton. *InteRadio* (AMARC) Volume 9, Number 2, 1997.

*Moutse Community Radio Station, Overview & proposal Document for Donors*, diciembre de 1999. CAF (Países Bajos). Preparado por Tracey Naughton.

# RADIO SAGARMATHA

1997 Nepal

#### DATOS

<b>NOMBRE:</b>	Radio Sagarmatha
<b>PAÍS:</b>	Nepal
<b>ÉNFASIS:</b>	Medio ambiente, salud, problemas comunitarios
<b>LUGAR:</b>	Katmandú
<b>BENEFICIARIOS:</b>	Comunidades urbanas y rurales
<b>ALIADOS:</b>	Nepal Forum of Environmental Journalists (NEFEJ), Nepal Press Institute, Himal Association, Worldview Nepal
<b>FINANCIAMIENTO:</b>	Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación (PIDC/UNESCO), UNICEF, DANIDA, Panos, Canadian Center for International Studies and Cooperation (CECI), OKO Himal, Communication Assistance Foundation (CAF/SCF) y otros.
<b>MEDIOS:</b>	Radio

#### ANECDOTARIO

La conocemos con el nombre de Everest, la montaña más alta del planeta, pero los habitantes de Nepal la llaman Sagarmatha: “el frente del océano”, una referencia a tiempos remotos, cuando el territorio de lo que hoy es Nepal se encontraba bajo las aguas del mar. Nadie lo diría ahora, desde el Valle de Katmandú, a 1.300 metros de altitud sobre el nivel del mar.

Sagarmatha es también el nombre y el símbolo de la primera radio comunitaria Nepal, la vanguardia de la comunicación independiente en este país que fue durante tanto tiempo gobernado por un régimen monárquico donde no se admitían partidos políticos. El edificio de tres pisos de *Radio Sagarmatha* en Patan—una ciudad adyacente a Katmandú—se distingue por el alto mástil que sostiene la antena, cuya torre fue elevada en 50% en 1999.

Poco tiempo atrás, no había edificio, ni antena; apenas un grupo de periodistas entusiastas que luchaban por el derecho a informar, jugando al gato y al ratón con la policía. Upendra Aryal era el director técnico cuando finalmente *Radio Sagarmatha* pudo salir al aire:

“Pensé que era una gran fantasía transformar nuestra instalación, que contaba solamente con una grabadora de casete Sony EV500, en una sofisticada emisora FM, la radio pública de Nepal. Fue muy difícil incluso conseguir un espacio para instalar la estación. La gente no quería que las transmisiones se hicieran desde sus casas, puesto que todavía no habíamos obtenido la licencia para operar. Finalmente la instalamos en mi casa y yo estaba dispuesto a alquilar el terreno y la construcción por quince años. Aunque habíamos ensayado con éxito la señal desde allí, no teníamos aún la licencia y los funcionarios del Ministerio de Comunicaciones estaban al acecho constantemente. Tenía el transmisor escondido en mi residencia, y en la noche lo guardaba celosamente como si fuera mi almohada”.

El sueño de *Radio Sagarmatha* se hizo realidad y su ejemplo en Nepal abrió el camino para otras radios comunitarias en los últimos años.

#### DESCRIPCIÓN



*Radio Sagarmatha* fue la primera emisora de radio independiente en el sur de Asia. Tardó cinco años en salir al aire: “La historia de *Radio Sagarmatha* está entrelazada con la pérdida gradual de control gubernamental sobre las frecuencias de radio en Nepal”, escribió

Ian Pringle, del Centro Internacional de Estudios y Cooperación (CECI) del Canadá. Aun después de 1990, el Gobierno se resistía a renunciar a su control monopólico sobre los medios. Recién en 1997 el Foro de Periodistas Ambientales de Nepal (NEFEJ), obtuvo la primera licencia independiente, y esta conquista dio vida a *Radio Sagarmatha*.

La emisora está presidida por un Consejo de Dirección autónomo integrado por siete miembros de NEFEJ, titular de la licencia. De acuerdo a los estatutos, en el Consejo están representadas las cuatro ONG asociadas y las reuniones se realizan cada mes para revisar el plan de actividades, definir las políticas y orientaciones generales de la emisora.

Desde el 22 mayo de 1997 (aniversario del nacimiento de Buda), *Radio Sagarmatha* comenzó a emitir, a través de su transmisor de 500 vatios, su programación diaria en FM 102.4 en el valle de Katmandú. La emisora comunitaria no tiene fines lucrativos y está dedicada a la difusión de programas de interés público.

La programación de *Radio Sagarmatha* está orientada hacia la exploración y discusión de temas relacionados con la cultura y el medio ambiente nepalés. La lengua principal de difusión es el nepalí, y con excepción de la música tradicional de otras partes del mundo, toda la música que se difunde es de Nepal. Grupos comunitarios y organizaciones no gubernamentales (ONG) participan en la programación.

Cada día, las emisiones comienzan con una hora de música seguida de noticias nacionales y el programa *Charla Radial (Radio Talk)*. La programación matinal incluye también el servicio de noticias de la BBC en inglés. La programación vespertina incluye segmentos de orientación social como *Diagnóstico de Salud, Campaña por un Aire Limpio, Plataforma Popular, Acciones e Ideas, El Tema del Día, Cuando Nuestros Abuelos eran Jóvenes, Plataforma Pública* y *Noticias Comunitarias*. Y mucha música: *Onda Musical, Diálogo Musical, Nuestra Música, Música de Oro (Golden Oldies), Pop del Este*... Los sábados se difunde un programa de educación sobre los derechos humanos.

El objetivo de *Radio Sagarmatha* es convertirse en una radio pública autosustentable, una fuente de información y difusión cultural de calidad, y un vehículo para la expresión de la pluralidad en las voces de la comunidad. Más específicamente, la emisora pretende:

- Favorecer la democratización y el pluralismo mediante un mayor acceso del pueblo a la información, y promoviendo continuamente una prensa más libre y responsable;
- Establecer los parámetros de la radiodifusión de interés público en Nepal, a través de una programación que satisface las necesidades de información de los diferentes sectores de la audiencia, pero especialmente dirigida a los grupos marginados: mujeres, niños, y los más pobres;
- Promover una generación de periodistas sensibles a la difusión de interés público y comunitario, y proporcionarle un entorno adecuado para mejorar sus aptitudes;
- Establecer a *Radio Sagarmatha* como un centro nacional y regional de recursos de comunicación para el desarrollo y comunitaria, fortaleciendo la capacidad interna para ofrecer asesoramiento en capacitación, gestión de licencias, programación y administración.

Varias agencias de cooperación internacional contribuyeron con equipos (UNESCO, OKO *Himal*, CAF), capacitación (UNESCO, *Panos, Radio Nederland*), y asistencia técnica (DANIDA, CECI, INGO). Grupos locales apoyaron desde el inicio la campaña a favor de *Radio Sagarmatha* a través de coproducciones, servicios de producción y auspicios.

## CONTEXTO Y ANTECEDENTES

---

Muchas cosas cambiaron en Nepal durante la última década del siglo pasado. La civilización milenaria sufrió profundos cambios políticos que transformaron el entorno social. Antes de 1995, la radiodifusión era un dominio exclusivo de *Radio Nepal*, la emisora estatal establecida en 1951, que cubre un 60% del país a través de sus servicios de onda corta y onda media. La *Televisión de Nepal* (NTV), establecida en 1984, era la única permitida hasta que los operadores de televisión por cable y satélite—más de setenta—se expandieron en los años noventa. Cuatro licencias comerciales, para emisoras FM motivadas por la publicidad, fueron otorgadas en 1999.

Nepal vivió en 1990 la culminación del movimiento popular a favor de las libertades democráticas, que puso fin a casi 40 años de monarquía. La nueva Constitución de 1990 consagró el derecho a la libertad de expresión y abrió el camino para las primeras elecciones democráticas de 1991. En 1992 se aprobó la Política Nacional de Comunicación, seguida por la Ley de Difusión en 1993 y el Reglamento de Difusión en 1995.

Desde el inicio, la organización que respaldó a *Radio Sagarmatha*, tanto en la campaña para la obtención de la licencia como para la instalación de la emisora, fue el Foro de Periodistas Ambientalistas de Nepal, una ONG integrada por periodistas. NEFEJ se concentra en temas ambientales, de desarrollo y de derechos humanos, trabajando con varios medios de información. Otras organizaciones se incorporaron después: la Asociación Himal, *Worldview Nepal* y el Instituto de Prensa de Nepal (Nepal Press Institute).

## IMPACTO SOCIAL

---

La programación de *Radio Sagarmatha* ha brindado a miles de personas la oportunidad de que sus opiniones sean escuchadas en un foro público. Cada día la emisora ofrece información para los oyentes desde la calle y desde otros ámbitos de la vida cotidiana. La variedad de voces que se escucha otorga a la emisora una característica y un tono que difieren de otras radios en esta parte del mundo: la vida real, tal como es vivida por el pueblo y en última instancia programada por el pueblo. Los entrevistados y otros que hablan en la radio tienen muy diversos antecedentes y ocupaciones.

Uno de los programas de mayor audiencia de *Radio Sagarmatha* es *Hamro Caldo* (*Nuestro Valle*), que aborda problemas como la prostitución, el SIDA, la contaminación, el aborto, el trabajo infantil y la seguridad de los consumidores. Cada tema se explora a través de la investigación periodística, pero también entrevistando a personas de diferentes sectores de la sociedad local.

Uno de los aspectos importantes del acceso comunitario tiene lugar en la coproducción y colaboración con los grupos locales. Las ONG locales, así como otros grupos comunitarios, culturales y especializados en ciertos temas, preparan programas semanales y mensuales que son producidos con el apoyo técnico de *Radio Sagarmatha*.

Los voluntarios juegan un papel muy valioso, y en la medida en que ha crecido la imagen de la emisora, también ha crecido el número de grupos que tienen interés en colaborar. Los nuevos equipos, por ejemplo el teléfono para llamadas en directo, además de otras ventajas y el desarrollo de los programas de capacitación, ofrecen muchas posibilidades para la participación de la audiencia y de la comunidad en el futuro inmediato.

*Radio Sagarmatha* abrió un camino hacia nuevas experiencias de participación comunitaria. Dos nuevas licencias fueron otorgadas a fines de 1998, para emisoras localizadas fuera del Valle de Katmandú: *Radio Madan Pokhara* en el Distrito de Palpa, y la *Cooperativa Lumbini* en el Distrito de Rupandehi.

## MEDIOS Y MÉTODOS

---

*Radio Sagarmatha* se identifica más con el concepto de una radio de servicio “público”, que con el de una emisora “comunitaria”; se asume como portavoz responsable e instrumento facilitador, antes que como vehículo abierto a la participación directa de la comunidad. Lo esencial de la producción es el producto de periodistas asalariados y de una programación planificada, organizada y dirigida de manera centralizada. *Radio Sagarmatha* ha introducido en la radiodifusión de Nepal la investigación, la opinión y la discusión.

La emisora ha trabajado para ofrecer a los oyentes un módulo de programación con contenido humano, que combina temas importantes con entretenimiento, discusiones sociales con música, y es asimismo un medio para que se exprese una variedad de voces y opiniones que antes no se escuchaban en las radios de Nepal. Es por su programación que la emisora se distingue de la radio estatal y de un número creciente de estaciones que retoman modelos comerciales occidentales.

El periodismo y la difusión de interés público son esenciales en la misión y en la visión de *Radio Sagarmatha*, que promueve una prensa más responsable y una sociedad consciente de su pluralidad. Sobre la base de la antigua y poderosa tradición de comunicación popular, la programación cultural es otro aspecto prominente en el trabajo cotidiano de la emisora.

Las prioridades inmediatas de la radio incluyen el desarrollo de programas de capacitación, la ampliación de alianzas con grupos locales e internacionales y el apoyo imprescindible al sector emergente de la radio comunitaria en Nepal.

## OBSTÁCULOS

Los medios de comunicación en Nepal enfrentan obstáculos importantes. Los altos niveles de analfabetismo y la pobreza generalizada, limitan el acceso a la televisión, a los periódicos e incluso a la radio. La geografía montañosa del país no favorece la circulación de publicaciones ni la cobertura de los medios de difusión masiva. Solamente el 15% de la población tiene acceso a la electricidad.

Cuando *Radio Sagarmatha* obtuvo finalmente su licencia, tuvo que someterse a 14 condiciones y restricciones impuestas. Entre ellas se destacaban: prohibición de emitir programas comerciales, comentarios o noticias sobre acontecimientos políticos; las transmisiones limitadas a dos horas diarias; obligación de presentar informes semanales al Ministerio de Comunicaciones y de retransmitir las noticias de *Radio Nepal*. Poco a poco, casi todas las restricciones fueron levantadas.

El costo anual de las licencias que ha establecido el Gobierno puede alcanzar el equivalente a 1.500 US\$ dólares por un transmisor de apenas 100 vatios, limitando de ese modo las posibilidades de funcionamiento de las radios comunitarias.

La programación y las operaciones de la emisora estuvieron dominadas por los hombres durante los primeros años. Paulatinamente, las mujeres empezaron a representar un papel más visible y “audible” como productoras y voluntarias.

## REFERENCIAS

La mayor parte de la información de este capítulo está tomada de *Radio Sagarmatha: A Case Study in Community Radio* por Ian Pringle (agosto 1999) y del sitio Web de *Radio Sagarmatha*: [www.sagarmatha.org.np](http://www.sagarmatha.org.np)

La información adicional fue facilitada por Madhu Acharya, joven productor de *Radio Sagarmatha*, en entrevistas en Kuala Lumpur e intercambios de correo electrónico.

# CARPA LILA

1998

Bolivia

## DATOS

NOMBRE:	Carpa Lila
PAÍS:	Bolivia
ÉNFASIS:	Salud reproductiva, medio ambiente
LUGAR:	Comunidades en tres zonas geográficas
BENEFICIARIOS:	21 municipios
ALIADOS:	SERVIR, Project Concern International (PCI), Centro de Promoción Agropecuaria Campesina (CEPAC)
FINANCIAMIENTO:	Johns Hopkins University Center for Communication Programs (JHU/CCP), USAID
MEDIOS:	Interactivo, video, publicaciones, juegos, teatro, títeres

## ANECDOTARIO

Gente de todas las edades hace fila para entrar a una inmensa carpa color lila instalada recientemente en el centro de la comunidad. No se trata de un circo, aunque ofrece entretenimiento; tampoco es una escuela, pero ayuda a aprender. Es diferente de todo lo que la gente ha visto antes. Todos sienten curiosidad por aprender sobre sexualidad y salud reproductiva a través de juegos interactivos, imágenes, películas y espectáculos musicales. Los visitantes ingresan a la carpa en grupos de diez; permanecerán allí menos de una hora, pero en ese tiempo tendrán mucho que hacer.

Adentro, encuentran primero las figuras de un hombre y de una mujer, en tamaño natural y recortadas en madera. Los participantes pueden sostenerlas para improvisar un diálogo sobre las relaciones entre hombres y mujeres. Esta es una técnica para romper el hielo, pero además introduce los temas de género y sexualidad. Un animador lanza algunas preguntas pertinentes, y luego se lleva al grupo al área siguiente, donde los participantes arman un gran rompecabezas, para

individualizar los malos hábitos relacionados con el medio ambiente y la salud reproductiva. Si las piezas se colocan correctamente, aparece detrás del rompecabezas la imagen de un niño saludable; si no, la imagen muestra a un niño enfermizo. La discusión, por supuesto, es la clave para armar bien el rompecabezas.

En el ambiente que sigue los participantes aprenden algo sobre la mortalidad materna, sin darse cuenta de ello al principio. Sobre una mesa se han distribuido varias imágenes grandes, sobre las cuales el grupo debe colocar otras más pequeñas que tratan temas similares. La discusión colectiva los va llevando paulatinamente a una comprensión de los riesgos y cuidados durante el embarazo. Luego, el grupo se desplaza al área siguiente donde participa en la elaboración de un “árbol de problemas” acomodando figuras de tela sobre un bastidor cubierto de franela, para identificar las causas de la mortalidad materna: el acceso a los servicios de salud, el papel de las mujeres en la sociedad, la educación y las dificultades económicas, entre otros. Al final, un oscuro túnel de sensaciones conduce al grupo hacia el exterior, como un recordatorio de la experiencia de nacer. En muchos sentidos, es un alumbramiento del conocimiento y la conciencia sobre los temas de salud reproductiva.

Al atardecer, fuera de la carpa, toda la comunidad asiste a un concierto de música popular.



#### DESCRIPCIÓN

La *Carpa Lila* amplió hacia las áreas rurales el alcance de tres campañas sobre salud reproductiva que se habían realizado anteriormente. Durante seis meses, de octubre de 1998 a marzo de 1999, tres grandes carpas de circo color lila llegaron a 200.000 personas en 21 municipios de tres distintas regiones de

Bolivia: el altiplano, los valles y el trópico. La mayor parte de esa gente asistió a las actividades desarrolladas fuera de las carpas, pero 34.710 hombres y mujeres tomaron parte en el recorrido interno.

El proceso que culmina con la instalación de la *Carpa Lila* es tan importante como la misma carpa: garantiza la participación comunitaria y la sustentabilidad; incluye actividades de promoción, capacitación y movilización social. Aproximadamente cincuenta actividades diferentes tienen lugar en la comunidad antes de la llegada de la *Carpa Lila*.

Primero, se seleccionan varias ONG en las diferentes regiones del país. Tres organizaciones de la red PROCOSI fueron seleccionadas, una en cada región geográfica: SERVIR, PCI y CEPAC. Una delegación de la ONG regional visita a las autoridades municipales para

explicar el proyecto y solicitar apoyo. El Consejo Municipal, el personal del centro de salud, los maestros de escuela, y los militares acantonados en la zona, son invitados a integrar una instancia de coordinación. Luego, se capacita a unas veinte personas como animadores de la *Carpa Lila*. Los locutores de las radios locales reciben también capacitación y materiales para producir programas educativos sobre salud reproductiva; un rotafolio para tratar esos temas y resolver las preguntas fue especialmente diseñado para los productores de radio, pero puede ser utilizado también por los maestros de escuela. Otro grupo recibe capacitación para realizar pintura mural; se pintaron un promedio de seis murales en cada uno de los 21 municipios.

Luego de tres semanas de actividades de capacitación que contribuyen a involucrar a las diferentes instituciones de la comunidad, un grupo de ocho personas arma la *Carpa Lila*, que pesa tres toneladas. Los animadores se preparan para recibir a los visitantes, que recorren el interior de la carpa en grupos de diez, guiados a través de los diferentes ambientes y ejercicios. Se trata de una experiencia intensa. El circuito dentro de la carpa concluye con una visita a la biblioteca, donde los participantes reciben ejemplares gratuitos de algunas publicaciones, como la serie de tiras cómicas *Las historias de Yoni*.

Mientras tanto, la otra gente que espera en el exterior puede asistir a proyecciones de videos producidos por la *Carpa Lila*, como *Amanecer* o *Decisiones*, o a espectáculos de títeres o teatro.

En las noches, la plataforma instalada en el exterior de la *Carpa Lila* se convierte en un escenario para los espectáculos de música, danza y teatro, con la asistencia de cientos de personas de la comunidad. Los grupos artísticos locales alternan con jóvenes cantantes de Santa Cruz, Cochabamba o La Paz, invitados especialmente para la ocasión.

Durante los tres días que se mantiene instalada la *Carpa Lila*, aproximadamente 1.500 a 3.000 visitantes toman parte en la intensa experiencia de aprender a través de dinámicas de grupo, de juegos e imágenes que estimulan la participación. Inmediatamente después, la *Carpa Lila* se desmonta y se traslada a otro lugar. Tres días de actividad de la *Carpa Lila* parece muy poco, considerando que tomó más de dos semanas organizar todo, capacitar a los animadores y montar la carpa. Sin embargo, la *Carpa Lila* no es sino la culminación de un proceso que involucra a toda la comunidad. Cuando la carpa se va, quedan los materiales y los animadores comunitarios continúan abordando la discusión sobre salud reproductiva en las escuelas, en los centros de salud y en las familias.

El costo de montar la *Carpa Lila* en cada municipio, asciende a unos 7.000 US\$ dólares. En 1998, se invirtieron 400.000 US\$ (de 1 millón disponible en el proyecto).

## CONTEXTO Y ANTECEDENTES

---

En 1969, *Yawar Mallku*, la famosa película del director boliviano Jorge Sanjinés, mostró la rebelión de campesinos del altiplano en contra de voluntarios del Cuerpo de Paz que estaban esterilizando a sus mujeres. Esta dramática denuncia sobre las políticas estadounidenses de control de natalidad en un país despoblado como Bolivia (la población de la ciudad de Nueva York en un territorio tres veces más grande que California) se tradujo en un rechazo total, durante muchos años, a discutir los temas de población. En los últimos años, las campañas sobre salud reproductiva incorporaron nuevamente el tema de población en la agenda nacional.

Una autoevaluación del Centro de Comunicación de la Universidad Johns Hopkins (JHU/CCP) establece que desde 1986 las estrategias de salud reproductiva desarrolladas por JHU/CCP con fondos de USAID ilustran “la importancia de las campañas cuidadosamente calibradas, que evolucionan desde la promoción cautelosa hasta acciones de envergadura nacional”.

En diez años, la estrategia de promover servicios de planificación familiar en los principales centros urbanos, evolucionó hacia las preocupaciones sobre la salud materno-infantil en áreas rurales. En 1994, se lanzó una gran campaña a través de los medios, en las cuatro ciudades más importantes; un nuevo logotipo, publicidad en radio y televisión, y nuevos servicios de salud, contribuyeron a borrar parcialmente la imagen negativa asociada a la planificación familiar. En 1996 la tercera campaña enfatizó el acceso a los servicios de salud reproductiva, resaltando el tema de la mortalidad materna.

La *Carpa Lila* es parte de la cuarta campaña y toma en cuenta las lecciones de las tres anteriores. Ésta es la primera que llega a áreas rurales de Bolivia. Una Comisión Técnica que integró a ONG, el sector privado, el Gobierno y las agencias de cooperación internacional que trabajan en salud reproductiva, diseñó la estrategia.

## IMPACTO SOCIAL

---

Quizás no sea mérito exclusivo de la *Carpa Lila* y de las tres campañas precedentes, pero las estadísticas del *Demography and Health Survey* (DHS) de Estados Unidos y del Instituto Nacional de Estadística (INE) de Bolivia, muestran cambios importantes durante los diez años anteriores. El índice de mortalidad infantil disminuyó de 96/1000 a 67/1000; los partos en instituciones de salud aumentaron de 40% a 56%; los cuidados prenatales crecieron de 45% a 70%. La estabilidad económica del país no es ajena a esas cifras.

Los objetivos de planificación familiar de la estrategia fueron también logrados. Aumentó de 67% a 87% el porcentaje sobre “conocimiento de al menos un método anticonceptivo moderno”;

el uso de condones subió de casi cero a 2,6%; la implantación de dispositivos intrauterinos (IUD) creció de 4,8% a 11,1%, y el uso de la píldora de 1,9% a 3,8%. Las estadísticas evidencian que la población está más interesada en reducir la mortalidad materna e infantil que en el control de la natalidad.

La experiencia de la *Carpa Lila* está dirigida sobre todo a jóvenes del área rural que hablan castellano, que tienen cierto nivel de educación y que son menos resistentes al cambio. Las nuevas generaciones de bolivianos tienen mejores oportunidades para informarse y para tomar decisiones.

Otro beneficio importante introducido por la *Carpa Lila* es el enfoque colectivo. La estrategia ya no se concentra en la educación individual, cara a cara, sino que toma en cuenta a toda la comunidad. Además, su énfasis es menor en la “persuasión” y mayor en la promoción del análisis y el debate. La comunidad es activamente involucrada y deja de recibir pasivamente las decisiones tomadas por otros.

## MEDIOS Y MÉTODOS

---

El uso de una variedad de medios de comunicación hace de la *Carpa Lila* un proyecto innovador. La carpa, en sí misma, es el ámbito en el que transcurren las cosas, un espacio de referencia y un entorno propicio. Los métodos incluyen juegos interactivos, música en vivo, video, publicaciones, teatro, títeres, etc.

Los folletos son particularmente interesantes. A través de dibujos y breves diálogos, las tiras cómicas describen las situaciones que viven los jóvenes, aconsejándolos sobre el uso de condones, de dispositivos anticonceptivos, de enfermedades transmitidas sexualmente, y otros temas. Las producciones de video, específicamente diseñadas para los jóvenes, abundan en el mismo sentido.

## OBSTÁCULOS

---

La primera palabra que viene a la mente cuando se evocan los obstáculos de este proyecto, es “sustentabilidad”. Como todo proyecto financiado y dirigido por JHU/CCP con financiamiento de USAID, la *Carpa Lila* tiene un principio, un tiempo de desarrollo y un final bien definidos. Una vez que el financiamiento se agote, ¿quién podrá trasladar a través de Bolivia, de una provincia a otra, las tres toneladas de equipo necesarias para montar la carpa? La principal inversión ya se hizo: la construcción de las carpas, la adquisición del equipo audiovisual, la capacitación, la producción de materiales... Sin embargo, se requieren aproximadamente 7.500 US\$ dólares cada vez que se realiza la experiencia de la *Carpa Lila* en una nueva comunidad.

Otro problema detectado tiene que ver con el tiempo de permanencia de la *Carpa Lila* en cada municipio. Tres días no son suficientes para que toda la gente de la comunidad pueda visitar el interior de la carpa. La mayor parte de la gente participa solamente en las actividades de recreación que tienen lugar en el exterior, que no son tan efectivas desde el punto de vista educativo, como las que tienen lugar dentro de la carpa.

#### REFERENCIAS

La información para este texto fue obtenida en los documentos mencionados a continuación, y a través de entrevistas en La Paz (en octubre de 1999) con el Coordinador de la *Carpa Lila*, Marcos Paz, y la responsable de la producción de video, Carola Prudencio.

Se examinaron los videos: *Diálogo al Desnudo* (1996), *Amanecer* (1998), *Piel de Luna* (1997), *Decisiones* (1998), y *Hablemos en Pareja* (1998); todos ellos producidos localmente para el proyecto o en las etapas anteriores de la estrategia de comunicación.

#### Publicaciones:

*Las Historias de Yoni*, serie de folletos con tiras cómicas.

*Las ONG y las Carpas Lila* por Marcos Paz; artículo en "J & G, Revista de Epidemiología Comunitaria", julio-diciembre de 1998. La Paz, Bolivia; y *La Carpa Lila: Una Experiencia Innovadora en Comunicación para la Salud*, por Marcos Paz; artículo en "Opciones, Revista sobre Salud Sexual y Reproductiva", marzo de 1999. La Paz, Bolivia.

*Estrategia de IEC para el Área Rural*. Subcomité Nacional de IEC, 1997.

"Bolivia's *Lilac Tent*: A First in Health Promotion". En el boletín *Communication Impact*, Johns Hopkins University Center for Communication Programs (JHU/CCP), Baltimore, abril de 1999.

# CENTROS DE CONOCIMIENTO COMUNITARIO

1998

India

#### DATOS

NOMBRE:	Village Knowledge Centres
PAÍS:	India
ÉNFASIS:	Desarrollo rural
LUGAR:	Chennai
BENEFICIARIOS:	Población rural
ALIADOS:	M.S. Swaminathan Research Foundation (MSSRF)
FINANCIAMIENTO:	Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo (CIID)
MEDIOS:	Tecnologías de información, Internet

#### ANECDOTARIO

*En esta aldea, situada en el extremo sur de la India, su templo centenario tiene dos puertas. Una de ellas representa la tradición: no pueden pasar por ella ni personas de baja casta, ni mujeres menstruando; adentro, los devotos ofrecen sus rezos cotidianos y realizan sus pujas. La otra puerta se abre hacia la Era de la Información, y la entrada de todos está permitida.*

*Es un experimento social inusual: los ancianos han permitido que un ala del templo aloje dos computadoras que operan con energía solar y proveen a esta pobre aldea, diversas informaciones, desde el precio del arroz hasta las horas más auspiciosas del día. ...*

*Meses atrás, Subrayan Panjaili, una mujer que no sabe leer ni escribir, estaba en el patio de su casa en la aldea de Kzhur, en Pondichéry, junto a Javalakshmi, la única vaca de la familia. Durante cinco días con sus noches, la vaca mugía con dolores de parto, pero algo no estaba bien, el ternero no podía nacer. La señora Panjaili temía que la vaca fuera a morir: "éste es nuestro ingreso" decía, refiriéndose a los doce litros de leche que produce la vaca diariamente y que son la base de la economía familiar.*

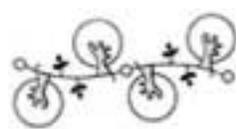
*La información sobre la infortunada vaca de la señora Panjaili se difundió rápidamente hasta llegar a oídos de Govindaswami, un campesino preocupado por las cuestiones de su comunidad. En la antesala de su casa está la computadora de la aldea, instalada por la Fundación Swaminathan.*

*Azhalarasi, su hija universitaria de 23 años, que opera la computadora durante todo el día — aunque no recibe salario por ese trabajo — contactó a varios veterinarios de la zona.*

*Esa misma noche llegó un doctor, y a la luz de una bombilla eléctrica, metió su brazo dentro de Javalakshmi, sacó una pata larguirucha del ternero, le amarró una cuerda y jaló hasta traer al mundo al becerro.*

*La Fundación de Investigación M.S. Swaminathan ha procurado poner a disposición de cuatro aldeas de su red, información local con contenido práctico, que se distribuye a través de la red de computadoras comunitarias en lengua tamil. Por lo general, esa información no se encuentra en la Web.*— Extractos de *CONNECTING RURAL INDIA TO THE WORLD*, por Celia W. Dugger.

#### DESCRIPCIÓN



Los *Centros de Conocimiento Comunitario (Village Knowledge Centres)* —antes llamados “talleres de información (“*information shops*”)”— fueron creados en Chennai por la

Fundación de Investigación M.S. Swaminathan (MSSRF), con el objetivo de usar las nuevas tecnologías para proporcionar a la población rural datos útiles sobre varios temas: salud (existencia de vacunas y medicinas en los centros de salud, medidas de prevención); subsidios (créditos); insumos para la agricultura (precios y disponibilidad, costos, riesgos y rendimientos, precios de los productos en los mercados locales); transporte; meteorología (relacionada con la región); información sobre reservas de agua subterránea y superficial; vigilancia de pestes, prácticas agrícolas y cultivos de todo el año (sobre datos proporcionados por familias rurales); mantenimiento y actualización de información sobre los derechos de las familias rurales (con relación al sector social público y a los fondos de infraestructura).

Los “talleres de información” están dirigidos por voluntarios, seleccionados sobre la base de varios criterios: educación (por lo menos 10 años de escolaridad); género (se prefiere contratar mujeres, cuando obtienen en todo lo demás la misma clasificación); y edad (se prefiere el grupo de 20 a 25 años).

El programa de crédito y participación del proyecto “aldea biológica” se usa como un canal para individualizar a los operadores de los *Centros de Conocimiento Comunitario*, que luego participan en una breve capacitación de dos días, a cargo del personal del centro de “ecotecnología” de la MSSRF. El contenido de la formación incluye demostraciones de instrumentos inalámbricos, teclado de computadoras, uso de energía condicionada. Basándose en el rendimiento, se selecciona a una persona por aldea.

Los operadores reciben el equipo de computación mediante acuerdos no monetarios de arrendamiento, y son capacitados en todas las operaciones básicas de una computadora, procesamiento de textos, hojas de cálculo, HTML, correo electrónico, Internet, utilización de módem, y generalidades que incluyen nociones de mantenimiento. Tanto la capacitación como los materiales están en tamil, la lengua local.

Se establecieron “talleres de información” en cuatro aldeas: Kizhur, Mangalam, Embalam y Veerampattinam. En Embalam, el equipo se instaló en el interior del templo, que es propiedad de la comunidad en virtud de un fideicomiso de hecho. En cada centro, hay una computadora con procesador Pentium y bandeja de CD ROM, y una impresora, en una caja especialmente diseñada para prevenir los ataques de roedores. La computadora puede ser conectada a la red inalámbrica a través de un módem y de un dispositivo de interfaz especialmente diseñado. Según su disponibilidad, los voluntarios de los centros envían noticias de sus comunidades.

Las cuatro aldeas están conectadas al centro de la MSSRF en Villianur a través de un ingenioso sistema inalámbrico. Ése fue el sueño hecho realidad de V. Balaji, graduado en el Instituto Indio de Tecnología (*Indian Institute of Technology*) de Kanpur, quien supervisa el proyecto. En Villianur está el “centro de valor agregado”, que actúa como centro de intercambio de informaciones locales específicas. Cada “taller de información” en las aldeas dispone de una pizarra para exhibir los boletines que envía el “centro de valor agregado”. Una red local que utiliza señales de radio de muy alta frecuencia (VHF) se estableció en la oficina de Villianur para servir como centro de conexión con posibilidades de transmitir tanto señales de voz como datos.

Aunque el modelo puesto en práctica por la Fundación es relativamente costoso y difícil de reproducir en una escala mayor, el gobierno de Pondichéry planea sin embargo expandir el proyecto a 50 aldeas más. La expansión de este modelo en las 600.000 aldeas del país requeriría fondos del Gobierno, así como la asistencia técnica y el apoyo de las organizaciones no gubernamentales y filantrópicas.

#### CONTEXTO Y ANTECEDENTES

Pondichéry fue la sede administrativa de los territorios franceses en la India; abarca 130 aldeas y la ciudad del mismo nombre, y se extiende sobre un área de 1.100 kilómetros cuadrados. El tamil, el francés y el inglés son las lenguas administrativas. Más del 60% de la población vive en áreas rurales, cultivando arroz y caña de azúcar. Según datos oficiales, aproximadamente el 20% de las familias vive por debajo de la línea de pobreza.

La MSSRF fue establecida en 1988 como sociedad fiduciaria no lucrativa y apolítica, con el compromiso de aplicar la ciencia y la tecnología en favor de un desarrollo sustentable en términos ambientales, y socialmente justo. Los programas de investigación, capacitación, comunicación, extensión y constitución de redes de la Fundación, en las áreas de agricultura y desarrollo rural, buscan relacionar la seguridad alimentaria con la seguridad ecológica, de modo que se refuercen mutuamente. Los proyectos de la MSSRF incluyen: *Investigación de Sistemas Costeros (CSR)*, *Biodiversidad y Biotecnología*, *Ecotecnología y Agricultura Sustentable*, *Alcanzar a los Inalcanzables*, y *Educación, Comunicación, Capacitación y Fortalecimiento Institucional*.

El proyecto de Pondichéry fue creado por la MSSRF con un aporte de 120.000 US\$ dólares del Gobierno del Canadá. La fundación proporciona gratis a las aldeas la tecnología y la información, a cambio de que la comunidad garantice un espacio para las computadoras y voluntarios para mantenerlas en funcionamiento.

#### IMPACTO SOCIAL

---

La India se ha convertido en un laboratorio para pequeños experimentos que pretenden vincular zonas rurales muy aisladas con el mundo sin fronteras del conocimiento. Los gobiernos locales y las organizaciones no gubernamentales (ONG) están probando nuevos enfoques para instalar computadoras que sean accesibles a todos en aldeas donde ni siquiera existe un teléfono. Una computadora bien ubicada, al igual que una bomba de riego o un pozo comunitario, puede convertirse en una herramienta de desarrollo.

Los *Centros de Conocimiento Comunitario* permiten a las familias rurales no solamente producir más sin dañar el medio ambiente, sino que además ayudan a todos en la aldea a crear una zona libre de hambre. Los propios aldeanos se encargan de identificar a aquellos que padecen más hambre; generalmente del 12% al 15% de las familias está en esa categoría. Suelen ser analfabetos, extremadamente pobres, sin tierra de cultivo, sin ganado, sin estanque de peces o ningún otro bien productivo.

Cada día, el personal del proyecto consulta en la Internet los mapas de la Fuerza Naval de los Estados Unidos, para recolectar información sobre las condiciones climáticas y la dirección de los vientos en el Golfo de Bengala. En la aldea de pescadores de Veerampattinam, los altavoces colocados sobre altos postes a lo largo de la playa, retumban con los informes sobre el clima. Los pescadores escuchan atentamente mientras remiendan sus redes y reparan sus artesanales botes de madera bajo un calor sofocante.

A pesar de que la experiencia de los *Centros de Conocimiento Comunitario* es aún muy reciente, está encaminada a producir cambios sociales importantes: mayor acceso a los mercados gracias a la información sobre los precios y las oportunidades de vender; mejores posibilidades de acceder a los servicios de salud; más contacto de la juventud rural y de los estudiantes con redes informatizadas; mayores conocimientos generales entre los jóvenes a través de la capacitación apoyada por medios múltiples; creación de bases de datos específicas con relevancia local, utilizando información genérica disponible en la Internet y otras redes; mayor conciencia sobre técnicas agropecuarias que están en armonía con el medio ambiente, que permiten mejorar la producción, elevar los ingresos y ampliar las oportunidades de las familias para sustentarse.

#### MEDIOS Y MÉTODOS

---

“Mi larga experiencia en la agricultura me ha enseñado que cada vez que la gente pobre obtiene algún beneficio de la tecnología, los ricos también se benefician. Lo contrario no sucede nunca”, afirma el Profesor M.S. Swaminathan.

La meta del Sistema de Conocimiento para la Seguridad Alimentaria Sustentable (*Knowledge System for Sustainable Food Security*), creado por él, es fortalecer a las mujeres, hombres y niños de las zonas rurales, con información sobre la agricultura ecológica, el acceso económico, y la absorción y utilización biológica. El sistema pretende crear condiciones favorables a una vida saludable y productiva para todos.

La premisa del proyecto se basa en la comprensión de que el *valor agregado*—por profesionales y otros individuos capacitados— a la información existente en las redes informáticas, es un paso fundamental para facilitar el acceso de las familias rurales.

La pequeña oficina de la aldea de Villianur, ubicada estratégicamente, sirve como “centro de valor agregado”, donde el personal del proyecto revisa la Internet, especialmente la World Wide Web (WWW), en busca de información sobre tecnologías o contactos útiles.

El funcionamiento de cada “taller de información” difiere según el apoyo que recibe. En Kizhur los voluntarios fueron escogidos por el Consejo de Desarrollo de la Comunidad, que además nombró a un panel de 23 miembros (14 hombres y 9 mujeres) para dirigir las operaciones del centro. En Embalam todos los voluntarios son mujeres que tienen entre 21 y 27 años de edad; todas ellas dedican media jornada de trabajo para atender el centro.

## OBSTÁCULOS

La gran mayoría de los sitios Web están en inglés, una lengua que más del 95% de la población de la India desconoce. Sin embargo, desde su inicio el proyecto ha desafiado esa situación mediante un proceso de traducción y producción local de contenidos en tamil.

La principal limitación es la pobreza. En toda el área del proyecto, que cubre 19 aldeas con una población conjunta de 22.000 habitantes, sólo hay doce teléfonos públicos y 27 privados. Las continuas interrupciones de la energía eléctrica y la sobrecarga en las líneas de teléfono, convierte a las conexiones con la Internet en un ejercicio frustrante. Se ha cuestionado seriamente si países como la India—apabullados por los índices de analfabetismo y morbilidad—deberían invertir grandes sumas para introducir nuevas tecnologías que se consideran un lujo, en aldeas que necesitan desesperadamente escuelas y centros de salud.

Según V. Balaji, otro obstáculo inmediato, son los burócratas locales que se resisten a perder su monopolio sobre la información, ya que es una fuente de poder para obtener prebendas.

## REFERENCIAS

La información para este texto fue proporcionada por Raúl Román, de la Universidad de Cornell, a través del correo electrónico.

El sitio Web de la Fundación M.S. Swaminathan (MSSRF) es: <http://www.mssrf.org/>

“Connecting Rural India to the World” por Celia W. Dugger, en *The New York Times*, 28 de mayo de 2000.

*Success Stories of Rural ICTs in a Developing Country*, por Roger Harris y otros. PANTLEG-IDRC, diciembre de 1999

# GRAMEEN: TELÉFONO COMUNITARIO

1998

Bangladesh

## DATOS

NOMBRE:	Grameen Telecom's Village Phone Programme
PAÍS:	Bangladesh
ÉNFASIS:	Desarrollo comunitario
LUGAR:	Comunidades de todo el país
BENEFICIARIOS:	65.000 aldeanos (1999)
ALIADOS:	Grameen Bank, GrameenPhone
FINANCIAMIENTO:	International Finance Corporation, Banco Asiático de Desarrollo, Commonwealth Development Corporation
MEDIOS:	Teléfonos celulares

## ANECDOTARIO

En áreas rurales donde el aislamiento y los precarios servicios de infraestructura son la norma, la telecomunicación puede jugar un papel muy importante en el desarrollo económico y social de las zonas rurales. El *Teléfono Comunitario* es una empresa prometedora, que proporciona servicios modernos de telecomunicación celular digital a una parte de la población más pobre del mundo.

Los miembros del *Grameen Bank*, en su mayoría mujeres, pueden adquirir un teléfono celular con el financiamiento del banco, y convertirse en proveedores de servicio telefónico en sus comunidades. Cada operador de *Teléfono Comunitario* asume la responsabilidad de proporcionar a sus clientes el servicio de llamadas entrantes y salientes, de cobrar las llamadas y de garantizar el mantenimiento adecuado del teléfono. El pago de las cuotas por el arrendamiento del teléfono se realiza de acuerdo a los procedimientos de crédito y recaudación establecidos por el *Grameen Bank*.

El programa del *Teléfono Comunitario* presenta facetas “inéditas” en el desarrollo rural:

- Es el primer programa de microcrédito para el desarrollo rural en un país en vías de desarrollo, que apunta a la creación de microempresas de servicios de tecnología de información y comunicación.

- Es el primer programa de microcrédito para el desarrollo rural en un país en vías de desarrollo, que apoya la creación de empresas comunitarias de servicio telefónico utilizando telefonía digital e inalámbrica.
- Es la primera iniciativa de telecomunicación rural del sector privado específicamente destinada a las mujeres pobres de las comunidades, para el establecimiento de microempresas.
- Es la primera iniciativa de telecomunicación del sector privado que tiene el propósito explícito de reducir la pobreza rural.

Como resultado de estos factores, el programa del *Teléfono Comunitario* debe ser examinado a fondo como un modelo innovador.

#### DESCRIPCIÓN



Las ocupaciones de los habitantes de las zonas rurales de Bangladesh se han diversificado cada vez más, y mucha gente vive ahora lejos de sus aldeas originarias. El 50% de las familias rurales no posee ningún terreno de cultivo; por lo que buscan ingresos con actividades

ajenas a la agricultura. Menos del 8% de los miembros del *Grameen Bank* encuestados para este informe indicaron que su principal ocupación es la agricultura. Los desplazamientos en busca de trabajo se han multiplicado en años recientes y son millones los que ahora trabajan lejos de sus aldeas e incluso en el extranjero. Esta movilidad de la población es un indicador importante de la demanda de servicios telefónicos, pues cuando la gente se traslada para establecerse en otro lugar, aumenta la necesidad de comunicarse con la familia y los amigos.

*GrameenPhone* es una empresa comercial que proporciona servicios de telefonía celular tanto en áreas urbanas como rurales de Bangladesh. Un programa piloto de *GrameenPhone* a través del *Grameen Bank* y de su subsidiaria *Grameen Telecom* (GTC), permite ahora a beneficiarios del crédito rotativo del Banco, convertirse en operadores de servicios de telefonía celular en las zonas rurales.

En 1999, este proyecto piloto ya involucraba a 950 aldeas, proporcionando acceso a más de 65.000 personas. Las mujeres acceden a un pequeño crédito que les permite adquirir teléfonos celulares digitales GSM, y vender posteriormente servicios de telefonía celular en sus aldeas. Cuando el programa se desarrolle en la escala prevista, habrá 40.000 operadores del *Teléfono Comunitario* y sus ingresos netos combinados alcanzarán un total de 24 US\$ millones de dólares por año.

Al igual que otras iniciativas del *Grameen Bank*, lo maravilloso del *Teléfono Comunitario* es que el programa es no sólo beneficioso socialmente, sino además rentable. Pocas organizaciones de desarrollo

social han tenido el éxito del *Grameen Bank* en una escala tan grande, creando las condiciones para cambios estructurales profundos en la sociedad.

El *Teléfono Comunitario* permite a la población rural hacer llamadas desde las aldeas y también recibir llamadas de otros lugares. El operador del *Teléfono Comunitario* tiene un incentivo económico para garantizar el éxito de las llamadas entrantes y por ello hace un esfuerzo suplementario para encontrar a las personas que reciben llamadas.

De acuerdo a usuarios del sistema del *Grameen Bank* encuestados en 1999 para un informe de la organización *TeleCommons*, el 61% de las últimas llamadas registradas eran llamadas entrantes, mientras que el 58% eran llamadas salientes dirigidas, en prioridad, a familiares que viven fuera de Bangladesh. De ese modo, el *Teléfono Comunitario* es un vínculo muy importante que permite a los que se fueron de sus aldeas, mantenerse en contacto con la familia. El 42% de los usuarios del servicio indicó que su principal motivación para usar el teléfono era hablar de temas económicos (sobre todo las remesas de dinero) con miembros de la familia. Solamente el 7% de las llamadas se relacionaban con asuntos de negocio o comercio.

Los datos del informe de *TeleCommons* revelan que el *Teléfono Comunitario* desempeña un papel central, al facilitar las relaciones familiares y las corrientes de remesas hacia las comunidades, cuando un miembro de la familia ha abandonado la aldea para trabajar en la capital o en el extranjero.

El 54% de los usuarios afirmó estar dispuesto a invertir 100 a 300 taka (2 US\$ a 6 US\$ dólares), por una llamada de tres minutos para hablar de un asunto económico con un familiar que vive en el extranjero; y el 27% dijo que invertiría hasta el doble por el mismo tipo de llamada. Considerando que el ingreso mensual promedio de los encuestados es de 5.000 taka (102 US\$), los costos de teléfono representan una porción significativa (2% a 12%) del ingreso mensual.

#### CONTEXTO Y ANTECEDENTES

Como muchos otros países del mundo en desarrollo, Bangladesh es un ejemplo de servicios de telecomunicación inoperantes. Sin embargo, el proyecto del *Teléfono Comunitario* podría convertirse en un ejemplo sobresaliente de telecomunicaciones que funcionan eficientemente en beneficio de cambios sociales y del desarrollo rural.

Los datos básicos sobre el sector de la telecomunicación indican que la densidad telefónica en el país es de 0,26 líneas por cada 100 personas, una de las más bajas del mundo. Como promedio, sólo 2 de cada 10 llamadas se establecen con éxito. El tiempo de espera para la instalación de una línea nueva suele ser mayor a diez años, a un costo equivalente a 450 US\$ dólares, uno de los más altos del mundo.

La iniciativa del *Teléfono Comunitario* se desarrolló combinando la experiencia del *Grameen Bank* en microempresas y microcrédito, con la más avanzada tecnología digital inalámbrica. GTC es una organización sin fines lucrativos—parte del *Grameen Bank*—que se ocupa exclusivamente de desplegar en áreas rurales de Bangladesh el programa de *Teléfonos Comunitarios*. GTC es dueña del 35% de las acciones de *GrameenPhone* (GP), una empresa privada de telefonía celular urbana, de la cual GTC compra tiempo de transmisión a granel, para trasladar el ahorro a los operadores de *Teléfonos Comunitarios* utilizando la extensa red del *Grameen Bank* (1.140 sucursales en 39.346 aldeas) y su sistema de cobros para recaudar los ingresos de los operadores.

En Bangladesh, la relación porcentual entre los suscriptores de telefonía fija y de telefonía celular es del 20%: 500.000 teléfonos fijos en comparación con 100.000 teléfonos celulares. No obstante, *GrameenPhone* tiene planes de duplicar cada año la cifra de teléfonos celulares. Es una situación sin precedentes, donde la red de telefonía celular tiene condiciones para dominar el ámbito nacional de la telecomunicación. La comunicación por teléfono no es todavía posible en el 90% de las 68.000 aldeas de Bangladesh. El programa de *Teléfonos Comunitarios* abre oportunidades para el acceso universal: aunque una persona no posea un teléfono, puede tener acceso a él a diez minutos de camino.

#### IMPACTO SOCIAL

Estos son algunos beneficios del *Teléfono Comunitario* de Grameen:

- El programa ofrece aparentemente la mejor solución técnica posible, considerando las reglamentaciones existentes y el contexto económico.
- El programa representa una solución técnica y organizacional para el acceso a la telecomunicación rural.
- El matrimonio entre el sistema de crédito rotativo y la red de sucursales del *Grameen Bank*, con el esquema crediticio para telefonía celular, es singular y funciona muy bien.
- El personal de GTC tiene el compromiso de proveer a los usuarios un excelente servicio.
- El impacto social y económico es importante, con excedentes de consumo bastante amplios y con beneficios para la calidad de vida que son inmensurables.
- El programa aborda, quizás por primera vez, la importancia del tema de género cuando se evocan los objetivos del acceso universal a la telecomunicación.

Las llamadas sociales a la familia y a los amigos generalmente implican intercambios de información sobre precios y tendencias del mercado, y hacen del *Teléfono Comunitario* una herramienta importante para que las empresas familiares puedan aprovechar esa información para aumentar sus beneficios y reducir sus costos de producción.

#### MEDIOS Y MÉTODOS

GTC analiza primero la información sobre las aldeas que ya están cubiertas por la red de torres de transmisión celular de *GrameenPhone*. La cobertura actual se expande a través de cables de fibra óptica tendidos a lo largo de la red ferroviaria de Bangladesh. Funcionarios de GTC visitan entonces las sucursales del *Grameen Bank* para preparar una lista de las aldeas donde la cobertura celular es suficientemente buena como para proveer el servicio de *Teléfonos Comunitarios*.

El *Grameen Bank* ha establecido una serie de criterios especiales para seleccionar a los operadores: disponer de un buen historial de pago de sus créditos; saber leer y escribir o por lo menos tener hijos que pueden hacerlo; vivir cerca del centro de la aldea; tener un buen negocio y tiempo libre para asumir las funciones de operador. Al principio, ésta puede ser una empresa secundaria para el operador, pero con el tiempo puede convertirse en un negocio de telecomunicación con dedicación exclusiva.

Una vez seleccionado el operador, un técnico garantiza que la señal llegue a la casa donde se instalará el teléfono. La experiencia enseña que una señal débil puede mejorarse con una antena montada sobre un palo de bambú de cuatro a cinco metros de altura; esta antena convierte al teléfono celular en un teléfono “fijo-móvil”, pero si es necesario, la antena puede ser trasladada de un lugar a otro en la aldea. GTC compra de *GrameenPhone* una suscripción de teléfono celular a nombre del operador, establece la conexión y suministra la capacitación y el equipo necesarios para operar el teléfono.

El módulo básico de *Teléfono Comunitario* (incluye un aparato Nokia, batería, cargador, letrero, calculadora, cronómetro, manual de utilización en bengalí, y una lista de precios de llamadas a diferentes lugares) cuesta 310 US\$ dólares. Los operadores deben realizar pagos semanales de 4,50 US\$ en el *Grameen Bank*. La ganancia neta promedio de un operador de *Teléfono Comunitario* es de 2.000 taka por mes (unos 40 US\$ dólares).

El acceso cada vez más extendido a la electricidad en áreas rurales de Bangladesh permite a los operadores recargar las baterías o conectar directamente el teléfono a un enchufe. En las aldeas sin electricidad, se utilizan fuentes de energía solar.

## OBSTÁCULOS

Los teléfonos de tarjeta prepagada que el Gobierno ha instalado en los pueblos pueden constituir una competencia para los *Teléfonos Comunitarios* de Grameen. Debido a que las tarifas de los teléfonos de tarjeta son más bajas que las del *Teléfono Comunitario*, y dado que los usuarios de telefonía rural son muy sensibles a los costos, podría producirse una caída en la demanda de llamadas salientes a través de los *Teléfonos Comunitarios*, en la medida en que los teléfonos de tarjeta prepagada se propaguen en los pueblos.

La tecnología GSM de telefonía celular es una solución costosa para el acceso universal en zonas rurales. La cobertura celular actual de las áreas rurales podría sólo ser viable bajo las aparatosas condiciones reglamentarias actuales. La tecnología GSM celular, por otra parte, determina tarifas más altas para los usuarios rurales, a diferencia de las tecnologías de red local inalámbrica (WLL). Además, la tecnología de telefonía celular no es todavía una opción viable para la conectividad de bajo costo para Internet y/o correo electrónico.

## REFERENCIAS

Este capítulo está basado en Grameen Telecom's *Village Phone Programme in Rural Bangladesh: a Multi-Media Case Study*, por Don Richardson, Ricardo Ramírez, Moinul Haq. *TeleCommons Development Group* (TDG), marzo de 2000. [www.telecommons.com/villagephone](http://www.telecommons.com/villagephone)

# INFODES

1998

Perú

## DATOS

NOMBRE:	Sistema de Información para el Desarrollo Urbano y Rural (InfoDes)
PAÍS:	Perú
ÉNFASIS:	Desarrollo comunitario
LUGAR:	Cajamarca
BENEFICIARIOS:	Población urbana y rural
ALIADOS:	Red de Bibliotecas Rurales de Cajamarca, Universidad de Cajamarca, Servicio Nacional de Adiestramiento en Trabajo Industrial (SENATI), SONOVISO, Asociación y Desarrollo Forestal (ADEFOR)
FINANCIAMIENTO:	Intermedia Technology Development Group (ITDG), INFODEV/Banco Mundial
MEDIOS:	Internet

## ANECDOTARIO

*Estábamos en el pueblo de Chanta Alta explicando las ventajas y bondades de la Internet y del sistema de información computarizado y accesible a todo el mundo. Al terminar la reunión, unas señoras se acercaron y nos dijeron en voz baja:*

*“Muy bonito, muy bonito; pero, ¿no habrá algo parecido para aquellas personas que somos analfabetas y que no sabemos leer ni escribir?”.*

*Marisol, una compañera involucrada en un proyecto de educación ambiental, visitó también Chanta Alta; mientras paseaba por las calles del pueblo encontró a una señora que tejía. Marisol se enteró de que la señora era analfabeta y le preguntó si tendría interés en aprender a leer y escribir. La señora le contestó:*

*“¿Para qué, madrecita? ¿Acaso hay algo para leer que me pueda servir?”*

*Eso fue cuando recién empezábamos el Proyecto InfoDes. Las cosas han mejorado desde entonces. Ahora el proyecto proporciona información diseñada especialmente para que la comunidad tenga acceso a información que le sea útil.*

En el proceso de apropiación de las nuevas tecnologías, los usuarios locales inventan sus propios términos para designar los aparatos. Al “mouse” de la computadora, nosotros le llamamos ratón por ser la traducción directa al español. Pero como el ratón no es un animal con el que se quiera tener contacto, los campesinos le han puesto un nombre más propio del lugar: le llaman “cuy” (conejillo de indias), un roedor doméstico muy común en la zona andina.

Cuando llegan a nuestra oficina, se sientan junto a la computadora y con sus manos acostumbradas a labrar la tierra toman el “cuy” y van buscando información sobre agricultura y ganadería. Como a veces no pueden fijar el cursor sobre la ventanita que han elegido, dicen: “Este cuy no se está quieto, se me quiere escapar.”— Anécdotas compiladas por el equipo del proyecto *INFODES*.



#### DESCRIPCIÓN

*InfoDes* es un proyecto piloto del Grupo para el Desarrollo de la Tecnología Intermedia (Intermedia Technology Development Group—ITDG), que promueve el desarrollo local y rural mediante sistemas de información y

comunicación. El objetivo final del proyecto es contribuir al desarrollo subregional de Cajamarca, mejorar la producción de los pequeños agricultores y la capacidad de gestión de los gobiernos locales, mediante la provisión de herramientas de información y comunicación. También aspira a probar una metodología que pueda ser adaptada más adelante a otras áreas rurales del Perú y de América Latina.

*InfoDes* creó un sistema subregional de información que integra las bibliotecas convencionales, la investigación sobre el conocimiento local y el uso de técnicas modernas de información. Al cabo de dos años y medio, el proyecto será transferido a un consorcio de organizaciones locales. Para expandir la red, *InfoDes* cuenta con el apoyo de los gobiernos municipales, los sindicatos de trabajadores, las organizaciones comunitarias y las ONG.

El *Sistema de Información* incluye de manera integrada varios niveles de contacto con la población local y ofrece una variedad de servicios. Todos los niveles están relacionados:

*InfoDes* estableció en Cajamarca un Centro Provincial de Coordinación y varios subsistemas independientes entre sí. En el nivel que sigue se encuentran los Centros de Información para el Desarrollo Urbano-Rural (CIDUR), localizados en las cabeceras de los distritos, y los Centros de Información para el Desarrollo Rural (CIDER) en los pueblos y aldeas más pequeñas. Los Centros de Información Móvil para el Desarrollo Urbano-Rural (CIMDUR) son unidades que articulan ambas estructuras, urbanas y rurales.

El Centro Provincial de Coordinación mantiene un servidor para la Web y todos los contactos externos. Además de coordinar, su tarea consiste en construir la base de datos del sistema con la información que proveen gradualmente las organizaciones locales. Por otra parte, promueve los servicios que ofrece el sistema de información.

Los CIDUR integran las bibliotecas que ya existían en los pueblos, con servicios de alta tecnología electrónica: acceso libre a la Internet y al correo electrónico. Cada usuario tiene su propio casillero de correo electrónico. Por otra parte, coordinan el servicio *Alforja Rural* para los bibliotecarios rurales, y desarrollan vínculos con otras iniciativas institucionales locales de información, sobre temas de salud, seguridad social, asistencia jurídica, etc. Los CIDUR tienen además la responsabilidad de coordinar a los CIDER en su área de influencia.

Más cercanos a las comunidades rurales, los CIDER ofrecen también servicios de biblioteca, tecnología de video de bajo costo y vínculos con las iniciativas locales de información de otras instituciones para el desarrollo, pero se diferencian de los CIDUR en que carecen de tecnología de computación y de acceso a la Internet. Los CIDER son, además, esenciales en la recolección de información y conocimiento local para la base de datos.

Los CIMDUR garantizan los intercambios periódicos entre los diversos niveles. Cuentan también con una biblioteca convencional y algunos libros para la venta y contribuyen a la interacción institucional y los intercambios de información—inclusive en video—entre las organizaciones locales. Además, coordinan las visitas de supervisión técnica, las actividades de capacitación y el respaldo a las bibliotecas rurales.

*InfoDes* ha establecido telecentros en lugares claves de Cajamarca, para facilitar el acceso a computadoras y a la Internet por parte de usuarios que aún no son miembros de los CIDUR. A diferencia de las “cabins públicas” que se han multiplicado en varias provincias del Perú, los telecentros de *InfoDes* proporcionan servicios a gente de escasos recursos y no son empresas comerciales.

#### CONTEXTO Y ANTECEDENTES

El Departamento de Cajamarca concentra el 15% de la población rural del Perú. Debido a su escaso desarrollo económico y social, las condiciones de vida son las más duras; el desempleo y la poca disponibilidad de tierra de cultivo expulsan constantemente a las familias rurales hacia las ciudades, donde son absorbidas por los cinturones de miseria que rodean los centros urbanos.

El desarrollo de las zonas rurales exige una serie de mejoras en el manejo de las empresas agrícolas pequeñas y medianas: el uso racional de los recursos naturales, la introducción de nuevas tecnologías, el

mejoramiento en la calidad de la producción para elevar los niveles de rentabilidad. En el análisis de *InfoDes*, estas medidas deberían acompañarse de una descentralización y una mayor intervención de los gobiernos locales en el desarrollo.

La información es otro elemento que podría contribuir al mejoramiento de la calidad de vida en las zonas rurales. En las provincias peruanas el acceso a la información es esporádico y de baja calidad. Tanto las cabeceras de distrito como los pueblos más pequeños padecen de la misma carencia de canales de información, a pesar de que las radios comunitarias han llenado ese vacío durante varias décadas.

Las emisoras, sin embargo, enfrentan el mismo problema para reunir información que pueda ser útil a la población rural. Los campesinos y pequeños agricultores carecen de información vital sobre los precios de sus productos en los mercados provinciales, sobre la disponibilidad de crédito y de herramientas, sobre las innovaciones técnicas, sobre potenciales mercados externos, etc.

El Grupo para el Desarrollo de la Tecnología Intermedia (ITDG) inició en Cajamarca esta experiencia, que podría producir cambios positivos en la vida rural. Sobre la base de las bibliotecas rurales convencionales, creadas treinta años atrás, el ITDG ha introducido nuevas tecnologías de información y comunicación que facilitan los intercambios, disminuyen el aislamiento y alivian la pobreza al propiciar nuevas formas de desarrollo urbano y rural.

#### IMPACTO SOCIAL

---

El *Sistema de Información para el Desarrollo Urbano y Rural* establecido por *InfoDes* en Cajamarca con el apoyo del ITDG es demasiado reciente—menos de dos años—como para ofrecer resultados que evidencien cambios sociales. Hasta ahora, la mayor parte del trabajo realizado ha consistido en organizar, en establecer el sistema y en acumular la información que será la base de los servicios ofrecidos por los CIDER y los CIDUR, mejor conocidos como “centros de información”.

Los impactos iniciales pueden verse en los cambios en la manera de operar de los gobiernos locales, el mejoramiento del sistema administrativo y una mayor atención hacia las nuevas tecnologías que pueden contribuir a realizar mejor las tareas de desarrollo.

Es demasiado pronto para evaluar el impacto del uso de los servicios de Internet y correo electrónico, aunque el hecho de haber generado un interés creciente en la población constituye en sí un paso adelante hacia los cambios sociales. La gente mostró especial interés en la información sobre técnicas de cultivo que pueden obtenerse en la base de datos que está en proceso de establecerse.

Por otra parte, la población rural reconoce la importancia del uso del video en la exploración de los valores comunitarios y de la identidad cultural, en la medida en que ha sido expuesta en el pasado a enfoques similares en proyectos de desarrollo rural.

#### MEDIOS Y MÉTODOS

---

En lugar de sumarse a la moda de repartir computadoras y acceso a la Internet en zonas rurales que antes carecían de esos implementos, y sin ningún marco conceptual de respaldo, *InfoDes* optó por un enfoque científico que incorpora los recursos disponibles, facilita la constitución de redes entre instituciones locales y amplía los servicios de información de acuerdo a la demanda y al nivel de participación comunitaria.

La metodología desarrollada por *InfoDes* incorpora servicios y actividades que son un estímulo para la participación de las comunidades urbanas y rurales.

Además de la biblioteca convencional, los CIDUR ofrecen a través del servicio *Alforja Rural*, materiales impresos para apoyar a los bibliotecarios rurales. Otro servicio, el *Inforápido*, proporciona respuestas rápidas a consultas que hacen los usuarios, sobre temas que no requieren una investigación detallada; los materiales impresos disponibles en los CIDER y CIDUR son generalmente suficientes. Sin embargo, los temas que requieren una investigación más profunda se canalizan a través de otro servicio, *El Preguntón*, que utiliza la base de datos computarizada y también la Internet para resolver las preguntas.

Considerando la expansión gradual pero lenta del acceso a la Internet en áreas rurales, el *Sistema de Información de InfoDes* utiliza todavía libros y videos para diseminar información útil para los usuarios. Un servicio específico, el *Videoclub*, se encarga de proyectar en zonas rurales videos sobre temas previamente acordados con la comunidad.

Uno de los servicios más prometedores es *Saber Campesino*, que recoge información sobre el conocimiento tradicional de los pobladores rurales, sobre tópicos relacionados con las áreas de intervención del proyecto.

#### OBSTÁCULOS

---

En la estructura original del proyecto, la Municipalidad de Cajamarca era el principal aliado en el nivel central. *InfoDes* había previsto inicialmente establecer allí el Centro Provincial de Coordinación. Sin embargo, al cabo de casi dos años, la institución municipal no mostró ninguna consecuencia, ni continuidad, ni respeto por los acuerdos que

habían sido firmados. Los cambios reiterados de personal, remplazando frecuentemente a funcionarios calificados por amistades del alcalde y el hecho de que las bibliotecas quedaron sin presupuesto, resultó en una ruptura del acuerdo, lo que obligó a *InfoDes* a acoger en su propia sede al Centro Provincial de Coordinación. *InfoDes* estableció un telecentro en Cajamarca, para dejar una puerta abierta a los potenciales usuarios de la Internet.

El proyecto enfrentó dificultades mayúsculas para que la idea de un sistema autosostenible de información para el desarrollo rural fuera aceptada. En su mayoría, los programas y proyectos en Cajamarca— como en otras áreas rurales del Perú—son el resultado de donaciones y reciben continuamente apoyo de agencias de cooperación bilateral o internacional. Las instituciones locales, las ONG y en general la población, están tan acostumbradas a modelos de desarrollo dirigidos por el financiamiento externo, que no están dispuestas a apoyar un proyecto que pretende generar fondos localmente. Ésta es una de las razones para que *InfoDes* haya decidido establecer telecentros a fin de ofrecer servicios a la población general.

#### REFERENCIAS

Texto basado en información disponible en el sitio Web de *InfoDes*:  
<http://www.infodes.org.pe/>

Datos adicionales proporcionados por el responsable de bibliotecas del proyecto, Luis Fernando Bossio.

# MANENO MENGI

1998

República Unida de Tanzania

#### DATOS

<b>NOMBRE:</b>	Maneno Mengi
<b>PAÍS:</b>	Tanzanía
<b>ÉNFASIS:</b>	Desarrollo comunitario
<b>LUGAR:</b>	Mtwara, Lindi, Hangai, Zanzíbar y otros
<b>BENEFICIARIOS:</b>	Comunidades urbanas y rurales, pescadores
<b>ALIADOS:</b>	Rural Integrated Project Support (RIPS), TV Zanzibar, Historic Cities Support Programme (HCSP)
<b>FINANCIAMIENTO:</b>	Cooperación Finlandesa, Swedish International Development Agency (SIDA), Aga Khan Trust for Culture (AKTC)
<b>MEDIOS:</b>	Video

#### ANECDOTARIO

La que sigue es una escena en el mercado de pescado de Kilwa, en la Región de Mtwara, en el este de Tanzania. La imagen muestra a un grupo de pescadores que acusa al Director Ejecutivo del Distrito de no haber redistribuido el dinero de los impuestos al Fondo para el medio ambiente marino y a la comunidad, como correspondía. “Ésta es la verdad. La utilización del dinero recaudado es mala, como se puede ver. Él mismo no sabe cuánto recaudó, y por lo tanto no sabemos cuánto nos corresponde. De esa manera, ellos engordan mientras nosotros estamos cada vez más flacos”.

La discusión continúa como si la cámara no estuviera allí; la gente está acostumbrada a que la cámara sea un participante más. Nadie mira la cámara, nadie modifica sus palabras o su actitud por la cámara. Ésta es una de las sesiones de video participativo organizadas por *Maneno Mengi*, un paso más en el largo proceso de ayudar a la comunidad a entender mejor las iniciativas de desarrollo social y económico a través del uso del video.

El resultado final, “*Utuambie Wananchi*”, es un “resumen” en video, un breve informe del proceso interactivo desarrollado a lo largo de varios meses. Pero no constituye un resultado final ni es el principal objetivo, sino apenas una manera de compartir con otros todo el proceso en forma sintetizada. Meses después, el video se convierte en “un popular relato sobre cómo los pescadores combatieron la corrupción”.

El verdadero objetivo del trabajo de *Maneno Mengi* es el proceso interactivo de participación. Los pescadores de la Asociación de Protección del Medio Ambiente Marino de las Regiones de Mtwara y Lindi (*Shirikisho*) solicitaron el apoyo de *Maneno Mengi* para hacer un seguimiento del mercado de pescado, que continuamente mostraba pérdidas en los ingresos. Se había decidido inicialmente que el 5% de las utilidades debían repartirse entre la comunidad (20%), el distrito (30%) y el fondo para el medio ambiente marino (50%), para financiar actividades de desarrollo. No sucedió así hasta que el problema fue analizado por los interesados mediante un proceso de video participativo.

La evaluación se hizo frente a la cámara, en el mismo mercado. La gente era consciente de que la cámara era un aliado, ya que desde 1994 habían trabajado con *Maneno Mengi* en otro tema que fue resuelto con ayuda del video: la lucha para terminar con la pesca con dinamita.

## Maneno Mengi

### DESCRIPCIÓN

*Maneno Mengi*—que en suahili significa “muchas palabras”—es una pequeña empresa de video formada en 1998, al cabo de varios años de trabajo de sus miembros con comunidades de Tanzania. Armado de cámaras digitales y equipos portátiles de edición, este

grupo de cineastas—compuesto por cuatro comunicadores de nacionalidades diferentes (Suecia, Alemania, Inglaterra y Tanzania)—pone en práctica uno de los proyectos más interesantes de video participativo.

El grupo empezó con actividades de comunicación participativa mientras trabajaba en el sur de Tanzania en el marco del Proyecto de Apoyo Rural Integrado (RIPS), financiado por Finlandia. En ese tiempo, algunos temas muy polémicos, como la pesca con dinamita, no eran siquiera discutidos por considerarse “muy difíciles” de tratar. Las soluciones superficiales no tuvieron éxito, hasta que se discutió el tema de la participación comunitaria: la única manera de tratar el problema de manera definitiva era desde la comunidad. El video se utilizó por primera vez para facilitar la participación.

El proceso comenzó con un análisis de la situación: 28 especies de peces estaban extinguiéndose; varios pescadores perdieron sus brazos por explosiones accidentales; los arrecifes de coral estaban dañados; la corrupción de las autoridades impedía encontrar soluciones. El proceso de video interactivo incluyó “expresar las demandas, vincular a las comunidades, realizar una evaluación y una mediación participativa”. La comunidad analizó las grabaciones en video, que fueron esenciales para revelar el problema durante las reuniones con ministros, instituciones de cooperación y legisladores. Entre los resultados de ese proceso: la Fuerza Naval intervino para frenar la pesca con dinamita, se creó un sistema de ahorro y préstamo, se construyeron mercados para los pescadores, se fortaleció la organización comunitaria (*Shirikisho*) y el tema se debatió en escala nacional. La pesca con dinamita desapareció finalmente hacia 1997.

Lo anterior ilustra el tipo de intervenciones de *Maneno Mengi*, que utiliza el video como herramienta de autoevaluación y para el fortalecimiento de las organizaciones comunitarias, proporcionando una voz potente a la gente que antes no era escuchada. “Definimos el video participativo como un proceso de producción sin guión, dirigido por gente de la comunidad, que avanza en ciclos iterativos de filmación y análisis. El proceso aspira a crear una narrativa en video que comunica aquello que los participantes realmente quieren comunicar, en la forma en que ellos consideran que es mejor”.

Entre 1996 y 1998, *Maneno Mengi* apoyó activamente el proceso de involucrar a las aldeas de Hangai en el diseño y mantenimiento de una reserva forestal. Se formaron Comités Comunitarios de Recursos Naturales para facilitar el diálogo con funcionarios del distrito sobre la descentralización de la administración de la reserva forestal. Al final, se editó un “resumen” del proceso: *Misitu wa Hangai (El bosque de Hangai)*.

El video fue también esencial en la campaña de 1997 para prevenir los brotes de cólera en las regiones de Mtwara y Lindi. Contribuyó en el análisis de situación y en la planificación participativa. Al final, las propias aldeas diseñaron sus propios planes de acción contra el cólera. Además del resumen en video, *Tukomeza Kipindupindu (Librémonos del cólera)*, se produjo un programa de radio.

En otras intervenciones, el uso del video posibilitó frenar la expulsión de aldeanos por parte de terratenientes extranjeros en Naumbu (*Están vendiendo nuestra aldea*); hacer de conocimiento público las implicaciones de un decreto agrario para las aldeas de Newala (*¿Conflictos sobre la tierra?*); y dotar de una voz a los inquilinos de Stonetown en Zanzíbar, promoviendo simultáneamente la preservación de esa antigua ciudad (*Baraza*, serie de televisión). Solamente en esta última actividad los videos fueron el principal producto del proceso.

## CONTEXTO Y ANTECEDENTES

---

*Maneno Mengi* tuvo su origen en el componente de comunicación interactiva, una de las tres esferas de concentración del RIPS. Los objetivos apuntaban a promover la comunicación rural para facilitar el acceso a la información y proporcionar a las comunidades la posibilidad de expresarse. En 1998 *Maneno Mengi* se estableció como una agrupación independiente, con el objetivo de ofrecer servicios de comunicación para todo el este de África. RIPS es uno de los copartícipes en la red de centros de comunicación rurales que continúa desarrollándose.

El uso de la tecnología de video para los fines descritos anteriormente constituye un logro importante en Tanzania, principalmente porque todo lo que se había hecho antes desde el punto de vista de comunicación participativa, estaba relacionado con la radio. Aunque la radio es sin lugar a dudas el medio más influyente en el este de África, muy rara vez ha sido utilizado para dar una voz a las comunidades rurales. El principal uso de la radio en programas sociales ha sido como vehículo para difundir mensajes de contenido social. Su utilización como instrumento de comunicación en manos de la comunidad es todavía remota, aunque el propio programa RIPS tuvo éxito al establecer una red (*Radio Kijijini*), que permitía a doce aldeas grabar sus propios casetes con mensajes que posteriormente eran transmitidos por una radio local, afiliada de Radio Tanzania.

La tecnología de video se presentó como una alternativa interesante en un contexto donde el acceso a la radio por parte de las comunidades es muy limitado. En el marco del RIPS, el video sirvió para:

- negociar alianzas y mecanismos para el manejo de recursos naturales;
- vincular la investigación participativa con los debates sobre políticas nacionales; y
- mejorar la provisión de servicios sociales a través del aprendizaje de la participación.

## IMPACTO SOCIAL

---

*Maneno Mengi* profundiza la práctica de la comunicación participativa y al mismo tiempo desarrolla una reflexión basada en la experiencia acumulada. Todos los procesos de trabajo con las diferentes comunidades han sido documentados y se consideran como la suma de un trabajo que nutre una misma orientación.

Se han producido cambios sociales en casi todos los proyectos donde *Maneno Mengi* se ha involucrado. Los resultados de las intervenciones en temas como el de la pesca con dinamita en Mtwara, el bosque de Hangai o la renovación de Stonetown en Zanzibar, no hubrían sido posibles sin los cambios que ocurrieron dentro de las comunidades: una mayor participación local, fortalecimiento organizativo, aplicación de principios democráticos en la toma de decisiones,

y sobre todo una clara comprensión de los problemas. Las dos estrategias—comunicación para expresar las demandas y comunicación para la negociación—han tenido éxito en la búsqueda de soluciones.

El video ha apoyado el proceso y ha recorrido el camino junto con la comunidad, como una herramienta de aprendizaje con enorme valor educativo. La cámara actúa a veces como un microscopio y a veces como un espejo colectivo. Puede concentrarse en detalles o dejar que la comunidad se analice y autoevalúe. El hecho de que la comunidad se haya familiarizado en todos los casos con el equipo de video, prueba que el instrumento ha sido aceptado y adoptado. El próximo paso es la transferencia y apropiación por la comunidad.

“El acceso al video—escribió Lars Johansson—ha ampliado el proceso verticalmente, facilitando el diálogo sobre políticas, y horizontalmente, generando apoyo político para las causas y demandas expresadas localmente. ... Al permitir que los individuos y las comunidades de base se expresen por sí mismos, el video estimula las luchas políticas sobre poder y los derechos democráticos”.

## MEDIOS Y MÉTODOS

---

El principal elemento en el trabajo de *Maneno Mengi* es el uso interactivo del video. El producto final, que los productores llaman el “resumen” en video, es sólo un informe sobre el proceso, cuyo propósito es mostrar a otras comunidades, a la cooperación internacional y a los ejecutivos el papel que puede cumplir el video como instrumento impulsor del desarrollo.

La tecnología de bajo costo ha permitido usar el video de manera diferente. Si *Maneno Mengi* no tuviera los equipos ligeros con los que cuenta, no habría avanzado tanto en el proceso interactivo y participativo. Las pequeñas cámaras digitales no solamente garantizan una alta calidad de las imágenes, sino también la posibilidad de transferir esa tecnología a manos de la comunidad. En última instancia, deja de ser importante quién sostiene la cámara, ya que la comunidad está involucrada en todo el proceso.

El mayor salto cualitativo se alcanza a través de la tecnología de edición. Hasta hace muy poco tiempo, los equipos de edición estaban encadenados a las salas de edición debido al tamaño y a la cantidad de instrumentos necesarios (monitores, mezcladores, grabadoras); pero las nuevas tecnologías que utiliza *Maneno Mengi* liberan al proceso de edición de la dependencia de una habitación, del transporte o incluso de la electricidad. Todo lo necesario para editar está contenido en una computadora portátil (*Apple PowerBook G3*), cargada con el programa *Final Cut* y suficiente capacidad de memoria. En términos de calidad, no hay diferencia con las instalaciones profesionales normales, pero el precio es veinte veces más bajo.

## OBSTÁCULOS

A pesar de las ventajas de las nuevas tecnologías, el proceso para lograr que la comunidad se apropie del medio de comunicación no es sencillo, en la medida en que la herramienta utilizada (el video) es tan novedosa para la comunidad, que la “apropiación” no consiste simplemente en una transferencia de la propiedad de los instrumentos. *Maneno Mengi* tiene muy claro que ese proceso puede insumir meses o años: “1. Unos minutos para aprender a apretar los botones; 2. Unos días para aprender a encuadrar, enfocar y exponer correctamente; 3. Unas semanas para aprender a narrar una historia en imágenes en movimiento; y 4. Unos meses o quizás años, para estar en condiciones de ayudar a otros a narrar sus historias”.

## REFERENCIAS

La información para este texto fue reunida durante una visita a la sede de *Maneno Mengi* en Zanzíbar (Tanzanía), en marzo de 2000. El autor entrevistó a Lars Johansson, Verena Knippel, Dominick de Waal y Farida Nyamachumbe, los cuatro socios de *Maneno Mengi*.

Se examinaron las siguientes producciones o “resúmenes”: *El bosque de Hangai* (1999), *Bahari Yetu Hatutaki* (1994), *Utumbie Wananchi* (1998) y *Baraza* (1999).

La revista *Forest, Trees and People* (diciembre de 1999–enero de 2000) publicó cuatro importantes artículos sobre el trabajo de *Maneno Mengi*, escritos por miembros del grupo.

El sitio Web de *Maneno Mengi* (<http://www.zanzibar.org/maneno/>) contiene otros textos complementarios: a) *Tiavel Report* por Kamal Singh (julio de 1998), b) *Communicative Aspects of Participatory Video Projects: An exploratory Study* por Bernhard Huber, y c) *Stonetown Baraza: Participatory TV and Community-Based Rehabilitation in Zanzibar* por Verena Knippel y Lars Johansson.

# NUTZIJ

1998 Guatemala

## DATOS

NOMBRE:	Centro de Mujeres Comunicadoras Mayas (NUTZIJ)
PAÍS:	Guatemala
ÉNFASIS:	Desarrollo y organización de la mujer
LUGAR:	Sololá
BENEFICIARIOS:	Mujeres mayas
ALIADOS:	Red de Desarrollo Sostenible (RDS/PNUD), Asociación para el Desarrollo Integral (APDESI), Autoridad para el Manejo Sustentable de la Cuenca del Lago Atitlán y su Entorno (AMSCLAE)
FINANCIAMIENTO:	Padma Guidi, PNUD, FAO/MAGA, Friedrich Ebert Stiftung (FES)
MEDIOS:	Video e Internet

## ANECDOTARIO

La cámara se mueve libremente mostrando rostros sonrientes, pies, objetos y animales. Desciende y va al encuentro de un niño que se aproxima hasta que uno de sus ojos cubre toda la imagen; mientras el niño celebra su hazaña, la cámara se eleva nuevamente registrando a su paso tejidos de magníficos colores.

Dos mujeres mayas se filman mutuamente y filman a quienes las rodean. Las pequeñas cámaras de video no parecen molestar a la familia Aguilar Reynoso, mayas del grupo kaqchikel que viven en una comunidad cerca de Cantel, Quetzaltenango. Emiliana Aguilar, la hija, sostiene una de las cámaras; ella y su hermana Elena fueron capacitadas para producir videos, y lo hacen con la misma naturalidad con que conversan en su idioma materno.

Panorámica de ropas tendidas al sol, primer plano de manos pelando papas, un perrito se escabulle entre las piernas. Para alguien demasiado acostumbrado a la televisión, esa selección de imágenes puede parecer errática, pero no lo es: en apenas 12 minutos, la vida de

la familia Aguilar Reynoso se resume en la pantalla a través de testimonios vibrantes sobre la cultura y la vida cotidiana, en los buenos tiempos como en los malos.

“Las cosas han cambiado—dice un anciano—; antes curábamos a los enfermos con productos naturales, pero ahora hay medicinas químicas que cuestan 1.000 quetzales. Como no podemos comprarlas, seguimos usando la medicina tradicional”. Una mujer muestra unas hojas y explica sus propiedades medicinales. “Pero claro, si uno no tiene fe en ellas no puede curarse”, añade con convicción.

La cámara se acerca a unas mujeres que están lavando ropa, con sus niños pequeños en la espalda. “Al padre de mi primer hijo lo mataron los militares, nunca lo volví a ver”, dice una de ellas, recordando la represión de los años 80. Muchos huyeron apresuradamente, dejando todo atrás. Algunos sobrevivieron.

El video fluye como un arroyo claro, ajeno a las sacrosantas reglas del cine documental. De cualquier modo, ¿quien inventó esas reglas? Una guitarra deja escapar su música, impulsando a la familia a cantar y bailar. La vida continúa, estos son mejores tiempos. Los niños juegan a la rayuela: dibujan con un palo las casillas, luego saltan sobre una pierna y aterrizan en el “cielo”.

#### DESCRIPCIÓN



*Nutzij* (“Mi Palabra”, en idioma maya kaqchikel), también conocido como el *Centro de Mujeres Comunicadoras Mayas (CMCM)*, es una organización que tiene su sede en el área central de Guatemala, en Sololá, sobre el

lago Atitlán. A la cabeza de *Nutzij* está un grupo de mujeres mayas—profesoras de la escuela Nueva Esperanza en Xajaxac—asesoradas por Padma Guidi, comunicadora de Estados Unidos que originó el proyecto. *Nutzij* ofrece cursos prácticos de comunicación audiovisual para mujeres indígenas, con énfasis en video y en computación. El objetivo del centro es generar conciencia sobre los medios de comunicación y desarrollar la capacidad de comunicar en el contexto de las zonas rurales, así como enseñar el uso de la Internet para el mercadeo y la comunicación internacional.

El centro proporciona servicios de educación técnica y oportunidades de empleo a través del acceso a las tecnologías de información y comunicación y de la producción en video, así como en talleres de análisis de los medios y de comunicación participativa. El uso de la Internet permite acceder a información útil para las organizaciones de desarrollo involucradas en cooperativas, agricultura, salud, educación, entre otros. Una de las tareas que *Nutzij* está desarrollando progresivamente es la búsqueda en la Web de información que pueda ser de utilidad para la población local.

El centro comenzó sus actividades en 1997 contando con una donación privada de equipos de video por valor de 50.000 US\$ dólares, incluyendo cuatro cámaras video 8, equipo de edición y tres computadoras personales.

Las actividades de *Nutzij* están esencialmente divididas en dos componentes: la producción y capacitación en video, y la capacitación en computación y acceso a la Internet.

El componente de video cuenta a su vez con tres áreas principales;

- Talleres de autodiagnóstico interactivo, para ayudar a las comunidades, a los proyectos y a las organizaciones de desarrollo a incluir procesos participativos en la planificación e implementación de programas;
- Producciones de video realizadas por las mujeres miembros de *Nutzij*;
- Capacitación de mujeres como productoras de video y comunicadoras populares.

Durante 1999, *Nutzij* se asoció a otras instituciones, por ejemplo la Autoridad para el Manejo Sustentable de la Cuenca del Lago Atitlán y su Entorno (AMSCLAE), una organización que solicitó apoyo para capacitar en producción de video y en temas ambientales a un grupo de jóvenes mujeres mayas.

El componente de Internet incluye capacitación básica en computación, así como la investigación en la Web sobre temas que pueden ser beneficiosos para la comunidad, como el medio ambiente, los cultivos, la educación, el fortalecimiento de la mujer, etc.

La estrategia de abrir telecentros en las comunidades comenzó a implementarse en la aldea de Chaquijya, en colaboración con la Asociación para el Desarrollo Integral (APDESI), un grupo local. Se espera que esta experiencia piloto brinde información valiosa para la instalación de los otros telecentros previstos.

Una de las limitaciones constantes de *Nutzij* ha sido la falta de financiamiento, sobre todo porque todas las actividades de capacitación y acceso a los equipos de video y de computación, se ofrecen gratuitamente a las poblaciones indígenas. Hacia 1999 el centro diseñó una estrategia para obtener fondos a través de talleres para estudiantes de comunicación extranjeros, que pagan por el derecho de participar en coproducciones con mujeres mayas. Además de recaudar fondos para financiar otras actividades, esta experiencia es importante porque favorece el intercambio cultural en un espíritu de respeto y solidaridad. En 1999, participaron cinco estudiantes de Europa y los Estados Unidos.

## CONTEXTO Y ANTECEDENTES

---

La situación de la educación en Guatemala es lamentable. Los sucesivos gobiernos militares y ladinos ignoraron completamente las necesidades de educación de la población maya, que constituye la vasta mayoría del país. Como resultado, la tasa de analfabetismo es muy alta, particularmente entre las mujeres mayas; después de Haití, Guatemala aparece con el peor índice de América Latina (45%). Los intentos de forzar a la población maya a aprender a leer y a escribir en castellano han fracasado, pero los gobiernos ladinos persisten a pesar de la recomendación de la UNESCO de que la educación inicial debe hacerse en la lengua materna, antes de introducir gradualmente el castellano como segunda lengua.

Las comunidades mayas de Guatemala hablan una veintena de lenguas diferentes; en la parte central del país, en las comunidades de los departamentos cercanos al Lago Atitlán, se hablan tres lenguas importantes: tzutujil, quiché y kaqchikel. Debido a su arraigo a la lengua y a la tradición, estas comunidades mayas tienen una identidad cultural muy fuerte, que ha sobrevivido no solamente a siglos de conquista y colonización española, sino también a casi cuarenta años de guerra civil y de exterminio donde la población maya, incluyendo mujeres y niños, fue la más afectada.

En ese contexto, la capacidad de las mujeres mayas, incluso analfabetas, de adoptar las herramientas audiovisuales y ponerlas al servicio de su cultura y de sus luchas sociales, abre oportunidades extraordinarias; más aún cuando esas herramientas están integradas con las nuevas tecnologías de información y comunicación.

Las actividades de *Nutzij* debutaron a fines de 1997 cuando Padma Guidi—que anteriormente había trabajado con grupos de mujeres en la India, la República Checa y las reservas indígenas de los Estados Unidos—capacitó a un grupo de mujeres en técnicas de producción de video. Cuatro de esas mujeres organizaron el *CMCM*. Padma Guidi proporcionó “fondos semilla”, donó los equipos de video, subsidió las primeras actividades y apoyó al grupo como asesora técnica.

## IMPACTO SOCIAL

---

El video es un medio barato y fácil de utilizar y de difundir. Ha sido utilizado con éxito en proyectos de desarrollo, a veces como una herramienta de autoanálisis, reflexión y evaluación, y otras veces para apoyar procesos organizativos dentro de los grupos. Se adapta particularmente al mundo rural de Guatemala, donde se pueden encontrar receptores de televisión en hogares que carecen sin embargo de servicios elementales, y donde los operadores locales de televisión no tienen inconveniente en difundir programas producidos localmente.

Mujeres que no habían soñado antes en una vida que fuera más que acarrear agua y tener hijos, que nunca aprendieron a leer y a escribir, tienen ahora la posibilidad de manejar cámaras de video, toman decisiones personales sobre los valores y la representación, documentan los acontecimientos importantes de su comunidad y contribuyen a revitalizar su cultura mientras interactúan con otras culturas. “La población maya ha sido persistentemente desinformada o mal informada acerca de todo, desde la economía hasta los cuidados de la salud. Ver es creer, y los videos realizados por las comunidades indígenas pueden proporcionar información a la gente en su propia lengua y en imágenes que pueden reconocer y con las que pueden identificarse”, afirma Padma Guidi.

Otra contribución de *Nutzij* es poner al alcance de las comunidades y organizaciones las herramientas para realizar autodiagnósticos, y generar procesos de participación para el desarrollo. Este enfoque pudo implementarse en colaboración con la FAO y el Ministerio de Agricultura de Guatemala (MAGA).

## MEDIOS Y MÉTODOS

---

*Nutzij* valora el aporte de la comunicación audiovisual, más aún en una cultura en la cual, de una generación a otra, la transmisión oral de los valores humanos y de la historia constituye el más importante sistema de comunicación.

La estrategia del *Centro de Mujeres Comunicadoras Mayas (CMCM)*, aprovecha el potencial del video y la Internet, y combina ambas herramientas de acuerdo a las necesidades de la capacitación y la demanda de servicios. El componente de video equilibra los talleres de capacitación con la producción de documentales, así como su utilización en la investigación y el autodiagnóstico comunitario. De este modo, la tecnología de video se utiliza como una herramienta para la producción de mensajes y como un proceso que estimula el diálogo entre comunidades, proyectos y organizaciones.

Aunque todavía en una etapa experimental, el componente de Internet y computación tiene los mismos rasgos participativos. La administración del telecentro en Chaquijya está en manos de gente de la comunidad, que recibe el apoyo y la asistencia técnica de *Nutzij*.

## OBSTÁCULOS

---

El acceso a la Internet es un desafío todavía no resuelto entre la población maya, especialmente para las mujeres que apenas hablan castellano y menos aún, inglés. El hecho de que el 90% de la información en la Web está en inglés, no es un dato muy alentador para un proyecto que pretende usar la Internet para crear vínculos entre la

población indígena y el mundo exterior. Sin embargo, las mujeres asociadas en *Nutzij* hacen esfuerzos considerables para encontrar en la Internet páginas en castellano y hacer que esa información esté un poco más cerca de las comunidades. Sólo el desarrollo de nuevas páginas Web, con contenidos propios y adaptados a las necesidades de la población local, podría cambiar esa situación.

Las exigencias de la vida cotidiana en las zonas rurales de Guatemala hacen que las mujeres mayas no estén siempre disponibles para participar en las actividades de capacitación. Los horarios y el currículo de *Nutzij* han tenido que adaptarse a esa realidad.

Las zonas rurales de Guatemala no cuentan aún con buenos servicios de telefonía y electricidad, lo cual limita algunas de las actividades de *Nutzij*, en particular las de la Internet. Las líneas de teléfono, cuando las hay, son precarias, y el acceso a la Internet resulta una operación enrevesada.

Un problema constante para *Nutzij* ha sido la ausencia de financiamiento. Desde el principio, las actividades y el equipamiento de comunicación se financiaron mediante relaciones personales de Padma Guidi.

#### REFERENCIAS

La información para este texto fue proporcionada por Padma Guidi (Asesora Técnica de *Nutzij*) y Fermina Chiyal Jiatz (Presidenta), durante una visita a Sololá en mayo de 2000.

Se examinaron varias producciones de video: *La educación como una luz*, *La mujer guatemalteca y su mundo natural*, *Abriendo voces*, y *Un día en la vida*.

Otro documento de consulta: *Boletín Anual 1999*, Centro de Mujeres Comunicadoras Mayas.

El sitio Web del *Centro de Mujeres Comunicadoras Mayas (CMCM)*: [www.rds.org.gt/cmcm](http://www.rds.org.gt/cmcm)

# PROYECTO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN CHIAPAS

1998 México

#### DATOS

<b>NOMBRE:</b>	Proyecto de Medios de Comunicación en Chiapas (CMP)
<b>PAÍS:</b>	México, en colaboración con los Estados Unidos de América
<b>ÉNFASIS:</b>	Comunicación para la democracia
<b>LUGAR:</b>	Municipios de Palenque, Ocosingo, Altamirano, Las Margaritas y San Andrés Larrainzar
<b>BENEFICIARIOS:</b>	Comunidades chol, tzeltal, tzotzil, tojolabal
<b>ALIADOS:</b>	LaNeta, ILCE (Instituto Latinoamericano de Comunicación Educativa)
<b>FINANCIAMIENTO:</b>	The US–Mexico Fund for Culture, The Peace Development Fund, The Funding Exchange
<b>MEDIOS:</b>	Video

#### ANECDOTARIO

El aroma del café orgánico cultivado localmente flota en el aire de la oficina del *Proyecto de Medios de Comunicación en Chiapas (CMP)*, en San Cristóbal de las Casas. En un cuarto, Feliciano clasifica las cintas de video que son parte de su nuevo proyecto sobre rescate cultural en las zonas de indígenas tzeltal. En otro cuarto, Moisés da los últimos toques a su video—filmado en su lengua nativa—sobre el sistema autónomo de educación que los indígenas desarrollaron desde 1994, cuando el movimiento zapatista se dio a conocer. La oficina entera, que además sirve de casa para los videastas indígenas cuando están lejos de sus remotas comunidades, denota bulliciosa actividad.

Hoy, videastas de las cinco regiones indígenas autónomas del Estado de Chiapas trabajan en el *CMP*, que se ha convertido en un foro para que los indígenas definan su propia agenda, promuevan su autonomía y transmitan sus historias en su propia voz y en su propia imagen.

Feliciano ya ha producido tres videos. El más reciente, *Mujeres Unidas*—sobre una panadería, tienda y jardín del municipio “17 de Noviembre” administrados colectivamente—fue filmado por dos mujeres de la comunidad Lucio Cabañas. “Este video muestra cómo las mujeres han organizado el trabajo colectivo en tiempos de resistencia. Hay otras comunidades que necesitan organizarse; por ellas hicimos el video, para que vieran cómo se puede hacer. El video se distribuye en varias regiones. Ya lo hemos exhibido, y ahora toda la región sabe cómo es el trabajo colectivo de las mujeres”, dice Feliciano.

Otros aprenden video para defender a sus comunidades de los abusos contra los derechos humanos cometidos por el ejército mexicano o por grupos paramilitares que atemorizan a las comunidades más remotas.

Rubén, promotor de derechos humanos capacitado en video, afirma: “Lo único que queremos es que todos conozcamos nuestros derechos y que sepamos hacerlos respetar”. Otro promotor añade: “Lo que aprendemos es muy útil: cómo usar la cámara de video para mostrar la evidencia que prueba que somos las víctimas precisamente de lo que el Gobierno nos acusa”. — Testimonio de miembros del

PROYECTO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE CHIAPAS.

#### DESCRIPCIÓN



El *CMP* es una sociedad binacional entre los Estados Unidos y México, que proporciona capacitación y equipos de video y computación a las comunidades indígenas marginadas de Chiapas. Su misión es alentar—mediante la tecnología de computación y de video— el fortalecimiento de las comunidades que

luchan por la democracia, la reforma agraria y la autonomía para desarrollar medios de comunicación alternativa, de modo que sus voces sean escuchadas. El proyecto empezó en 1997 con una serie de consultas con líderes de comunidades indígenas del Estado de Chiapas. En esas reuniones, los dirigentes subrayaron la importancia de la información en las luchas por los derechos humanos, la reforma agraria y el respeto por los derechos indígenas.

El *CMP* trabaja en los municipios de Palenque, Ocosingo, Altamirano, Las Margaritas y San Andrés Larrainzar. La población es chol, tzeltal, tzotzil y tojolabal. Las autoridades indígenas eligen a hombres y mujeres jóvenes para participar en el proyecto como asociados. Con suficiente capacitación, algunos de ellos se convierten en productores de video. Al mantener las tradiciones comunitarias, los miembros del *CMP* aplican su conocimiento y su creatividad en beneficio de sus comunidades.

A través de la tecnología del video pueden contar sus historias en sus propias palabras. Gracias a las computadoras pueden difundir esas historias por la Internet. Es un nuevo tipo de lucha que fusiona los valores tradicionales de la dignidad, la democracia y la autonomía, con tecnologías modernas que permiten expresarse a los que no tienen voz. La demanda de equipos y capacitación crece continuamente. La capacitación inicial incluye el uso básico de la cámara, técnicas de entrevista, documentación de pruebas físicas, y filmación en condiciones difíciles.

Desde que tuvo lugar la primera capacitación en febrero de 1998, el *CMP* ha distribuido 40 cámaras de video a 37 comunidades. Tres sistemas de edición están en funcionamiento, incluyendo un sistema portátil no lineal. Cinco proyectores móviles permiten mostrar los videos por toda la región. Se utilizan ocho computadoras portátiles para capacitar y para mantener el registro de información y cubrir las necesidades de correspondencia de las comunidades. Potencialmente, el proyecto puede llegar a 400 comunidades con una población total de un millón de habitantes.

El uso del video como instrumento para preservar la memoria local de las luchas por la democracia y por la justicia, ha generado numerosas producciones: En *Mujeres unidas*, se muestra el trabajo colectivo de las mujeres del Municipio “17 de Noviembre”; *El curandero de las comunidades indígenas de los Altos de Chiapas* es un estudio profundo sobre las prácticas de medicina tradicional maya; *La familia indígena* explora el papel de hombres y mujeres en la comunidad “Ejido Morelia”; *La mala cosecha* documenta el déficit de alimentos en 1998; *El colectivo de la caña de azúcar* ilustra la actividad central del municipio “El Trabajo”, donde hombres, mujeres y niños unen esfuerzos para producir azúcar con instrumentos caseros, mucho trabajo y alegría. El documental *Consulta Nacional 21 de Marzo, Municipio Autónomo San Juan de la Libertad*, registra el trabajo masivo de educación popular que cinco mil zapatistas de Chiapas hicieron a través de México para informar sobre los derechos indígenas y sobre los Acuerdos de San Andrés. Esta campaña, que duró nueve días, generó una Consulta Nacional en la que los ciudadanos mexicanos pudieron votar sobre cuatro temas básicos relacionados con los derechos indígenas.

#### CONTEXTO Y ANTECEDENTES

Las comunidades indígenas de Chiapas están comprometidas en una lucha de vida o muerte por la democracia, el derecho a la tierra y el respeto por los derechos humanos. Mientras procuran romper el ciclo de pobreza e injusticia, los medios de información nacionales retratan desde una perspectiva ajena la difícil situación del Estado más sureño

de México. Por ignorancia o por malicia, los medios masivos no interpretan de manera fidedigna la lucha de los indígenas. Las informaciones coinciden con frecuencia con las necesidades políticas de la clase dirigente, pero no representan el sentir de los indígenas empobrecidos. Como resultado se perpetúa un racismo generalizado y una sociedad de enormes desigualdades, donde los pueblos indígenas viven al borde de la desesperación, sin democracia, sin justicia económica y sin respeto por su cultura ancestral.

Sin la posibilidad de controlar su propia verdad, las comunidades indígenas libran una difícil batalla por una vida más digna. La comunicación pone a su alcance el marco para realizar cambios políticos, económicos y sociales. La información es poder, y la redistribución de poder es esencial para lograr una sociedad más justa y democrática.

En 1997, en consultas entre especialistas en computación y video de los Estados Unidos y de México con dirigentes indígenas de Chiapas, se vio la necesidad de promover la voz de los indígenas en el debate nacional e internacional. Las comunidades expresaron sus necesidades y con apoyo de experimentados especialistas de Oaxaca, de México, DE, y de Estados Unidos, diseñaron y establecieron el *CMP*.

#### IMPACTO SOCIAL

---

El *CMP* da voz a los que no la tienen; su influencia se hará sentir en el resultado de las complejas luchas sociales y políticas de Chiapas. El arma más poderosa en esa lucha ha sido la capacidad de dar a conocer al mundo el punto de vista de los indígenas. El *CMP* alienta procesos de fortalecimiento de los pueblos indígenas a través de la tecnología de video y computación. Estas herramientas pueden utilizarse para acrecentar la tolerancia y la comprensión y para derrumbar las barreras sociales, culturales e ideológicas.

En apenas dos años, el impacto del *CMP* ha sido profundo. Los jóvenes que logran dominar la tecnología de video y de computación se fortalecen, ganan confianza y expanden sus horizontes al desmitificar la tecnología. Casi todas las comunidades han sido expuestas a la televisión: ahora tienen el poder de narrar sus propias historias. En 1998 ninguno de los estudiantes había tenido antes en sus manos una cámara o computadora; hoy producen videos y se familiarizan rápidamente con la tecnología de computación.

En 1999, un joven miembro del *CMP*, de la comunidad Nicolás Ruiz, documentó una agresión de la policía estatal, en que varias personas resultaron heridas; entrevistó a las víctimas y filmó sus heridas. Este video fue presentado a un juez en Tuxtla Gutiérrez, pidiendo el desalojo de la policía estatal de la comunidad indígena.

En febrero de ese año, la comunidad del Ejido Morelia organizó un taller de video en respuesta a las solicitudes de varias comunidades

vecinas. Éste fue un paso importante hacia la autosuficiencia, factor clave en la perspectiva de largo plazo. Estudiantes del Ejido Morelia capacitaron en técnicas básicas de video a ocho participantes de otras comunidades.

Muchos indígenas comenzaron a organizar un sistema autónomo de gobernabilidad en sus comunidades, como un medio para combatir muchos años de corrupción, conculcación de los derechos humanos y abandono por parte del Gobierno mexicano y del ejército federal.

#### MEDIOS Y MÉTODOS

---

Desde su creación el *CMP* es una iniciativa binacional y multicultural. Los dirigentes indígenas definen las necesidades así como los alcances y el ritmo del proyecto. Los técnicos de los Estados Unidos y México proporcionan los equipos—que pasan a ser propiedad de la comunidad—y la capacitación necesaria. El desarrollo del proyecto depende íntimamente de esa colaboración. El Consejo de Dirección incluye tantos miembros de los Estados Unidos como de México, y cuenta con la participación de algunos líderes indígenas de Chiapas cuyos nombres, por razones de seguridad, no aparecen en los documentos públicos. Su participación, sin embargo, es considerada esencial en todas las etapas del proyecto.

Casi todos los cursos de iniciación al video y la mitad de los cursos básicos de computación son impartidos por indígenas jóvenes, en sus lenguas nativas. A medida que los miembros asociados adquieren nuevas destrezas, se convierten en instructores, transfiriendo su conocimiento al resto de la comunidad. Al final, tanto los miembros “asociados” como los “videastas” que se capacitan a través del proyecto, conforman la siguiente generación de instructores para que las comunidades logren la autosuficiencia. En última instancia, se aspira a construir un puente multicultural de entendimiento y de apoyo mutuo.

El *CMP* cubre los costos de transporte, materiales y alimentación de los talleres. Gradualmente, los instructores ajenos a las comunidades asumen un papel de asesores para las nuevas producciones e instructores en cursos avanzados, siempre en la perspectiva de estimular la autosuficiencia.

#### OBSTÁCULOS

---

Muchos de los estudiantes que son parte del *CMP* viven en comunidades que se han declarado autónomas. Estas comunidades han establecido sus propias estructuras de gobierno paralelas y autosuficientes. Una de las funciones importantes que cumplen es el mantenimiento de archivos. En 1998, las fuerzas gubernamentales invadieron cuatro veces estas comunidades y destruyeron sus archivos.

El uso de computadoras permite ahora salvar la información importante de la comunidad, para que el resultado de muchos años de trabajo no sea destruido en una sola noche.

Todo el trabajo del *CMP* se desarrolla en condiciones de extrema dificultad. La guerra de baja intensidad ha afectado severamente la disponibilidad de alimentos (tal como se documentó en *Chiapas 1998: La mala cosecha*). La atención de la salud se ha utilizado como un arma en los enfrentamientos y muchos indígenas han muerto de enfermedades curables. Los puestos de control del ejército se triplicaron hacia fines de 2000, y es muy difícil viajar sin ser detenido.

Sin embargo, la presencia de cámaras de video ofrece cierta protección. En 1999 el ejército trató de ingresar a varias comunidades, pero se retiró rápidamente cuando gente de la comunidad empezó a registrar las acciones con cámaras de video.

A pesar del entusiasmo excepcional y de la capacidad de aprender, se presentan a veces problemas técnicos, logísticos y organizativos. Por ejemplo, cuando algún objeto del equipo de video o de computación no funciona bien, existe la tendencia a descartarlo en espera de que “los expertos” regresen para arreglarlo.

#### REFERENCIAS

Información proporcionada por Tom Hansen, Alexandra Halkin y Ana Hernández, del *Proyecto de Medios de Comunicación de Chiapas (CMP)*.

El sitio Web del proyecto: <http://www.chiapasmediaproject.org/index.html>

# RADIO KIRITIMATI

1998

República de Kiribati

#### DATOS

NOMBRE:	Radio Kiritimati
PAÍS:	República de Kiribati
ÉNFASIS:	Educación sobre agua y saneamiento ambiental, información y entretenimiento
LUGAR:	Christmas Island (Kiritimati)
BENEFICIARIOS:	Alrededor de 4.000 habitantes de Kiritimati
ALIADOS:	Telecom Services Kiribati Limited (TSKL)
FINANCIAMIENTO:	Proyecto de Agua y Saneamiento de Kiribati (KWASP), AusAID, Linnix (Government)
MEDIOS:	Radio

#### ANECDOTARIO

*Todos querían ayudar. La primera tarea fue cortar la maleza, arrancar árboles y arbustos, limpiar y nivelar el terreno para la construcción y para erigir una torre de 30 metros de altura sobre la que instalaríamos la antena FM de transmisión. En nuestro tercer día en la isla, ya estábamos excavando el piso de coral para construir la losa y la base de la torre, y en el cuarto día vaciamos el hormigón de la losa y los cimientos de la torre.*

*Nuestra siguiente tarea de construcción fue el armazón de madera; nos ayudaron dos jóvenes que aprendían muy rápido y que trabajaban con bastante rigor. Una vez que el armazón estuvo listo, retornamos a la obra para armar y levantar la torre. Esta tarea tardó dos días y, una vez más, todos los que ayudaron lo hicieron con mucho entusiasmo. Colocamos el armazón de madera, el techo de lámina metálica, el revestimiento exterior de los muros, el aislamiento acústico y el revestimiento interno. Trabajando unas 10 a 11 horas diarias, tardamos unas dos semanas en terminar la obra. El resultado era sorprendente.*

*Como el sitio de la obra quedaba en los extramuros de London Town, los que llegaban a la población podían ver el avance de la construcción. Los niños en camino a la escuela mostraban su interés saludando desde lejos. Los pobladores locales que pasaban en automóviles hacían sonar sus bocinas*

a manera de saludo y a veces se acercaban para mirar de cerca el trabajo. La flamante estación de radio era el tema de moda en el pueblo.

Apenas un mes después de llegar a la isla, “disparamos” la radio por primera vez; fue un día viernes. Decidimos hacer algunas pruebas de recepción el domingo, viajando por la isla para medir la potencia de nuestra señal de radio FM. Para ello, preparamos una cinta de prueba de 30 minutos para que se repitiera continuamente. De ese modo, nuestro primer programa (una mezcla de música local y occidental), se repitió durante 36 horas sin interrupción. Nos parecía que era demasiado aburrido escuchar lo mismo una y otra vez, pero los oyentes locales no pensaron lo mismo. Uno tras otro nos decían lo mucho que habían disfrutado escuchando Radio Kiritimati durante el fin de semana. “¿No les molesta escuchar lo mismo cada media hora?”, les preguntábamos; pero la respuesta era casi siempre: “Nos encanta escuchar nuestra propia emisora de radio”.— Escrito por Ron Ehrke, especialista de radio y consultor de RADIO KIRITIMATI.

#### DESCRIPCIÓN



Antes de que *Radio Kiritimati* (93.5 FM) iniciara a fines de noviembre de 1998 sus transmisiones—seis horas diarias, siete días a la semana—no existía ninguna emisora de radio en la Isla de Christmas.

Inmediatamente después de que la estación de radio fue construida y equipada, siguió un periodo de siete días intensos de capacitación para las cuatro personas elegidas como locutores y presentadores de programas. Los participantes aprendieron lo necesario para operar un estudio de radio: grabación de voces, realización de entrevistas, producción musical utilizando casetes y discos compactos, todo ello combinado en programas de revista, transmitidos en vivo mediante la consola de sonido. Lo más sorprendente en esta parte inicial del proyecto es que la mayoría de los participantes no había visto nunca antes un estudio de radio, pero en apenas unos días estaban íntegramente a cargo de su funcionamiento.

La programación de *Radio Kiritimati*, que se difunde a través de un transmisor de 500 vatios, incluye música, anuncios y noticias. Al anochecer, entre 19.30 y 20.00 horas, se difunden programas con contenido social y educativo: *Educación* (lunes), *Concurso Radial o Entrevista* (martes), *Agua y Saneamiento* (miércoles y sábado), *Salud* (jueves), *Revista* (viernes), y un programa religioso (domingo). La mayor parte de los programas son producidos por grupos e instituciones que apoyan a *Radio Kiritimati* y tratan de aprovechar el potencial de su alcance.

- Semanalmente, los grupos religiosos participan con la transmisión en vivo desde las iglesias.

- La oficina de vida silvestre del Ministerio auspicia un programa para niños de primaria, donde se promueven temas ambientales como la conservación de aves y corales.
- El Proyecto de Agua y Saneamiento de Kiribati (KWASP) produce programas semanales sobre agua y saneamiento. La mayor parte de los mensajes son educativos, pero algunos se refieren a los avances del proyecto. Ocasionalmente se invita a consultores internacionales para referirse a esos temas en vivo.
- La programación incluye también la participación de grupos de la comunidad—conjuntos musicales, por ejemplo—que visitan el estudio para grabar sus canciones, que más tarde serán difundidas. La emisora cuenta con una grabadora de casete portátil, que puede utilizarse fuera de la emisora para grabar entrevistas y reuniones.

*Radio Kiritimati* no cuenta con fondos provenientes de fuentes locales, pero la emisora cobra a las empresas comerciales y a la comunidad por los anuncios que se difunden durante la mañana, la tarde o la noche.

El financiamiento para la construcción de la estación, para la compra de los equipos, para la capacitación y para la asistencia técnica, fue proporcionado por el Proyecto de Agua y Saneamiento de Kiribati (*Kiribati Water Supply & Sanitation Project*—KWASP). Sin embargo, en vista de que el proyecto debe concluir en el año 2002, se invitó al Gobierno para que asuma la responsabilidad de *Radio Kiritimati*. Durante el año 2000 el Gobierno cubrió el costo de los salarios de dos locutores y presentadores.

*Telecom Services Kiribati Limited* (TSKL), una institución gubernamental que controla los sistemas de telecomunicación en la isla y otorga las licencias de funcionamiento, apoyó los esfuerzos para establecer la emisora. Personal técnico de TSKL participó además en los cursos básicos de capacitación sobre el mantenimiento de los equipos de radio, ya que la organización asumió el compromiso de proporcionar apoyo técnico local en caso de que se produzcan fallas técnicas.

#### CONTEXTO Y ANTECEDENTES

Kiribati abarca tres grupos de islas—Gilbert, Phoenix y Line—que fueron de dominio británico hasta la proclamación de la República en 1979. Los habitantes son gilbertianos de origen micronesio, y su idioma local se conoce como gilbertiano.

En el grupo de islas Line (conocidas en castellano como Espóradas), la Isla de Christmas es la más grande y la de mayor población (4.000 habitantes). Fue descubierta el 24 de diciembre de 1777 por el Capitán Cook, que le puso ese nombre. Sin embargo, el nombre oficial de la

isla es Kiritimati, y toda la población local se refiere a ella de esa manera. La isla es el más grande atolón de coral en el mundo, y su topografía es virtualmente plana. Los ingleses mantuvieron bases militares en los años cincuenta y sesenta, mientras la usaban para pruebas nucleares. Todavía quedan pruebas de la presencia británica, en forma de desechos militares y pistas de aviación abandonadas.

La isla está muy apartada del país más cercano que cuenta con servicios de radio. Hawái dispone de varias emisoras, en su mayoría para consumo local, pero la distancia de 3.000 kilómetros hace muy difícil que las señales puedan captarse en la Isla de Christmas, salvo en condiciones atmosféricas excepcionales.

La instalación de una emisora de radio en Kiritimati era solamente una pequeña parte del KWASP, financiado por el Organismo Australiano de Cooperación Internacional (AusAID). La idea de añadir una estación FM de radio comunitaria fue una iniciativa inspirada por el director del proyecto, contratado por KWASP a la organización *Overseas Projects Corporation of Victoria* (OPVC). Uno de los requerimientos del proyecto establece la necesidad de educar a la población local en temas de salud e higiene a lo largo de los cinco años de duración del proyecto. En la medida en que no había ningún medio de información en la isla (ni periódicos, ni radios), el director del proyecto sugirió instalar una pequeña emisora que fuera el “vehículo” para cumplir las tareas educativas del proyecto.

Ron Ehrke, consultor y especialista en radio, fue invitado a diseñar el proyecto de la emisora: “A medida que realizaba mis diseños y planes, los enviaba a los representantes locales del Gobierno, para su información y comentarios, pero nunca recibí ninguna opinión ni sugerencia de ellos para hacer cambios o para incluir alguna otra cosa”.

#### IMPACTO SOCIAL

A pesar de no ser una experiencia muy participativa, la presencia de la radio comunitaria ha tenido un impacto inmediato en la población, sobre todo en una isla como Kiritimati, donde no existía ningún otro medio de información. Las emisoras pequeñas como *Radio Kiritimati* generalmente empiezan difundiendo música la mayor parte del día, lo cual tiene un impacto en la identidad cultural y comunitaria. La etapa siguiente, todavía asociada a la programación musical, incluye anuncios y dedicatorias que contribuyen a fortalecer las redes sociales locales. Cuando la emisora adquiere más experiencia comienza a producir localmente programas sobre salud o educación que contribuyen a difundir información importante sobre los problemas que afectan a la comunidad.

Por primera vez en Kiritimati, la población tiene acceso a información sobre atención primaria de la salud, sobre los resultados de los análisis del agua de pozo, así como canciones sobre temas ambientales, cultivo de huertos para una dieta balanceada, recetas de cocina y consejos de higiene. La radio es una herramienta para la educación y conscientización de la comunidad de Kiritimati.

“La radio ha inculcado mucho espíritu y alegría en la vida de la isla”, afirma un observador que ha visitado en varias ocasiones Kiritimati.

#### MEDIOS Y MÉTODOS

Los locutores de radio de Kiritimati hablan en su propio idioma, el gilbertiano. Uno de los aspectos más interesantes es que todos los presentadores son mujeres. Tres mujeres están a cargo de la emisora. Una de ellas, la mayor, tenía cierta experiencia previa en radio pues había trabajado en Tarawa antes de trasladarse a la Isla de Christmas.

Los representantes del Gobierno de Linnix seleccionaron a las mujeres entre un grupo de candidatos, y las tres tuvieron que renunciar a sus trabajos para dedicarse exclusivamente a trabajar en la radio, aunque al principio como voluntarias, sin garantía de que serían confirmadas en sus puestos una vez que concluyera el periodo de capacitación. Afortunadamente, las tres mujeres sobresalieron, y luego de apenas ocho días de capacitación intensiva, estaban en condiciones de realizar programas en vivo. Al cabo de algunos meses, el Gobierno de Linnix decidió cubrir el costo de sus salarios.

No había sino unos cuantos receptores de radio en toda la isla, debido a la inexistencia de una emisora antes de la instalación de *Radio Kiritimati*. Para hacer frente a ese problema, el proyecto adquirió un lote de radios portátiles que operan con energía solar o con un sistema de dínamo (receptores a cuerda), que luego fueron vendidos localmente al precio unitario de 26 US\$ dólares EE.UU.

#### OBSTÁCULOS

Todas las emisoras de radio, incluso las de baja potencia, requieren una licencia aprobada por las autoridades locales para poder operar. Este procedimiento es normal en cualquier país que tenga una experiencia en radiodifusión, pero no así en Kiribati. Más aún, las propias autoridades locales decidieron que no era necesaria una licencia para operar. El lugar escogido inicialmente para instalar la emisora estaba cerca del edificio de TSKL, que posee equipos satelitales sensibles. Cuando la construcción de la emisora iba a empezar, el director de TSKL afirmó que la licencia era un requisito imprescindible, pero que TSKL no autorizaría la construcción en ese lugar, porque podrían producirse interferencias entre los equipos de la radio y los de TSKL.

Finalmente, ambas partes acordaron instalar la radio en otro lugar, en las afueras de London Town, y todo estuvo listo en apenas cuatro semanas. Así es como funcionan las cosas en un lugar como Kiritimati.

Es improbable que *Radio Kiritimati* se convierta en el futuro inmediato en una experiencia de comunicación con un fuerte componente de participación comunitaria en las decisiones sobre contenidos, administración y propiedad del medio. El acceso de la población a la emisora está garantizado, pero no la participación en la toma de decisiones.

A fines de 1999, el Ministerio del Grupo Line y Phoenix asumió la dirección de la radio; el presupuesto del Gobierno cubre los contratos de dos locutores, mientras que los salarios de un tercer locutor, un asistente de contabilidad y un sereno provienen de los ingresos que genera *Radio Kiritimati*. La responsabilidad sobre el contenido y formato de la programación la asumió la locutora con mayor experiencia, quien debe consultar con el Ministerio en el caso de que se introduzcan cambios en la programación.

#### REFERENCIAS

Este capítulo está íntegramente basado en textos e información proporcionada a través de correo electrónico por Ron Ehrke, especialista en radio y consultor de *Radio Kiritimati*.

“Radio comes to Christmas Island” por Ron Ehrke. *Pacific Magazine*, marzo/abril de 1999, Volumen 24, N° 2-134.

# RADIOS MAMPITA Y MAGNEVA

1998

Madagascar

#### DATOS

<b>NOMBRE:</b>	Radios Asociativas Mampita y Magneva
<b>PAÍS:</b>	Madagascar
<b>ÉNFASIS:</b>	Desarrollo rural y organización comunitaria
<b>LUGAR:</b>	Fianarantsoa y Morondava
<b>BENEFICIARIOS:</b>	Población rural
<b>ALIADOS:</b>	Agence de communication (AGECO), Communication pour le développement (CODE), Médiascope
<b>FINANCIAMIENTO:</b>	Développement et coopération (DDC)
<b>MEDIOS:</b>	Radio

#### ANECDOTARIO

A 27 kilómetros al norte de Fianarantsoa, en Madagascar, se encuentra la pequeña aldea de Akondro en la comuna de Ambalakely, en las faldas de una colina, suspendida sobre un valle paradisíaco donde refulge el verde brillante de los arrozales. En las pendientes los viñedos jóvenes comienzan a mostrar su intrincada textura; la producción de vino se ha convertido en los últimos años en un importante rubro económico para Madagascar. Sobre cada colina del valle hay grupos de casas de dos pisos, con sus característicos balcones y ventanas de madera pintadas de intenso azul. Las casas son sólidas, hechas de adobe, con muros anchos y ventanas pequeñas. Se las puede ver desde muy lejos; se yerguen sobre las colinas con dignidad.

Puede que estos campesinos sean pobres, pero no son miserables. Su vida transcurre tranquilamente, en armonía con la naturaleza, aunque mucha naturaleza ya no queda en Madagascar luego de varias décadas de abatir los bosques que antes cubrían la mayor parte del territorio. Estos campesinos cultivan su arroz y lo venden, tienen ganado y algunos empiezan a cultivar viñedos. Pero además tienen algo que no tenían hace un par de años: una voz.

La asociación de campesinos de Ambalakely es una de las que se afiliaron a *Radio Mampita*. Su preocupación por la educación salta a la vista: en un cuarto de dos por dos metros, están reunidos una docena de niños; sentados en el suelo, escuchan y repiten lo que una joven de 17 ó 18 años, les enseña. Como herramientas de enseñanza no tiene más que una envejecida pizarra negra y una dulce sonrisa en el rostro.

Durante nuestra reunión, los dirigentes de la asociación local pasan revista a los beneficios de *Radio Mampita*. A todos les gusta sobre todo el programa que habla de las leyes del agro y de la propiedad de la tierra; gracias a él han aprendido a defender sus derechos y a resolver disputas por la tierra entre las comunidades. Luego, en orden de preferencia, están los programas que permiten a la gente enviar mensajes a sus familiares que están lejos. Después de todo, *mampita* quiere decir “mensaje” en la lengua local. Los mensajes enviados a través de la radio han contribuido a reforzar una red de contactos e intercambios. Un beneficio inmediato: el robo de ganado casi ha desaparecido desde que la emisora posibilita hacer un seguimiento. Un beneficio a largo plazo: gracias a las nuevas técnicas de cultivo adaptadas, la producción local es ahora mayor.

#### DESCRIPCIÓN



*Radio Mampita* y *Radio Magneva* están dirigidas a una audiencia rural. Con transmisores de 300 vatios, *Radio Mampita* (FM 94 y FM 102) cubre un radio de 70 kilómetros en las colinas cercanas a Fianarantsoa, mientras *Radio Magneva* (FM 94 y FM 102) cubre comunidades en un radio de 100 kilómetros

alrededor de Morondava, a nivel del mar en la costa occidental de Madagascar. Así como *mampita* significa “mensaje”, *magneva* es un término relacionado con un lugar de entierros tradicionales muy respetado por la población.

*Radio Mampita* salió al aire el 8 de junio de 1998 y *Radio Magneva*, el 20 de mayo del mismo año. Ambas fueron concebidas en paralelo desde la creación en 1995 del Programa de Apoyo a la Comunicación (PACOM), una iniciativa de la cooperación suiza para el desarrollo rural. El objetivo del PACOM era hacer que los campesinos fueran más receptivos a la importancia de la comunicación en el desarrollo comunitario.

Desde el inicio, las asociaciones campesinas de base fueron invitadas a enviar sus representantes a una asamblea general que eligió a los miembros del Consejo de Administración de las radios. Esa directiva contrató a los directores y a los técnicos de ambas emisoras, y se reúne regularmente para debatir todos los asuntos relacionados con

el funcionamiento de las radios. Cerca de 30 corresponsales fueron nombrados en las comunidades, y se les equipó con una grabadora de casete, baterías y casetes vírgenes. Las asociaciones locales tenían la responsabilidad de sufragar el costo de sus desplazamientos, aunque en la realidad esto no sucedió.

Ante la evidencia de que muy pocas familias disponían de receptores de radio, *Radio Mampita* compró y distribuyó a un costo razonable 500 radios FM a transistores. Además, algunas asociaciones recibieron como donación radios “de cuerda” (*Free Play*) fabricadas en Sudáfrica, pero éstas no estaban a la altura de la fama que las precedía: sus componentes de plástico se rompen fácilmente y son más caros que los receptores convencionales a baterías. Por otra parte, no se consiguen en el mercado local, y no incluyen un lector de casetes, a pesar de su tamaño.

Tanto *Radio Mampita* como *Radio Magneva* se autofinancian parcialmente con publicidad. Las agencias de cooperación internacional contratan espacios de programación sobre temas de medio ambiente o de salud. Las asociaciones campesinas pueden convertirse en miembros mediante el pago de 50.000 francos malgaches o 60 kilogramos de arroz por año. Individualmente, los campesinos pueden enviar mensajes de un minuto a través de la radio, pagando 5.000 francos malgaches (unos 0,80 US\$ de dólar), o la mitad si son miembros.

El Ministerio de Comunicación y Cultura otorgó las frecuencias de FM a ambas radios sin costo alguno, a pesar de que en Madagascar no existe una legislación sobre las radios comunitarias. De hecho, las dos emisoras y una tercera a instalarse en Antananarivo, son las primeras de su especie en ese país. El estatuto legal de las radios comunitarias puede convertirse en un problema en el futuro, cuando la presión para obtener nuevas frecuencias se haga mayor.

Ambas emisoras transmiten durante una o dos horas muy temprano en la mañana, pero su principal programación comienza a las 17.00 horas y concluye a las 22.00 horas. A las 18.45, ambas difunden noticias nacionales e internacionales en cadena con Radio Nacional de Madagascar, la emisora estatal. Ninguna de las dos radios produce un noticiero propio, aunque las noticias locales suelen incluirse en otros programas.

La programación empieza normalmente con anuncios de interés público y publicidad. Luego, los principales segmentos incluyen contenidos sobre salud, medio ambiente, seguridad alimentaria, arte y cultura, género y juventud. Un espacio se consagra a “intercambios entre técnicos y campesinos”. La Agencia de Comunicación (AGECO) continúa produciendo un programa muy apreciado sobre legislación y propiedad de la tierra.

## CONTEXTO Y ANTECEDENTES

---

Cada detalle ha sido previsto desde el principio para lograr éxito en el proceso de comunicación participativa. La estrategia de *Développement et coopération*, la agencia suiza de cooperación, incluye cuatro etapas diseñadas de acuerdo a una ruta lógica.

En una primera etapa (1995-1997), el PACOM desarrolló actividades comunitarias, incluyendo teatro popular, títeres, canciones y grupos de escucha de casetes; estos últimos dieron origen a las radios. El PACOM produjo emisiones sobre salud, agricultura y otros temas comunitarios; la distribución de los casetes hizo crecer el interés de los campesinos por una radio comunitaria. Cerca de Fianarantsoa, 162 asociaciones campesinas pagaron cuotas como miembros para beneficiarse con los audiocasetes.

La segunda etapa consistió en la creación de agencias independientes, especializadas en comunicación rural, en apoyo de las actividades de comunicación de los programas de la cooperación suiza, pero con independencia para trabajar con otras agencias y proyectos de cooperación internacional. La AGECO en Fianarantsoa, *Communication pour le développement* (CODE) en Morondava, y *Médiascope* en Antananarivo, nacieron como consultoras privadas, con el personal que antes trabajaba en el PACOM.

Durante la tercera etapa se crearon las emisoras de radio, se establecieron los consejos de administración elegidos por las asociaciones campesinas y se desarrollaron talleres de capacitación a cargo de las agencias de comunicación y de consultores independientes, como Bianca Miglioretto, que fue contratada por la cooperación suiza. En la asamblea general de creación de *Radio Mampita* participaron 320 asociaciones, 240 de las cuales se hicieron miembros.

En la cuarta etapa, todavía en curso, se debe transferir la propiedad de las emisoras de radio a manos de las asociaciones campesinas, representadas en el Consejo de Administración a través de un proceso electoral democrático. La agencia suiza de cooperación tenía previsto retirar su apoyo a fines del año 2000.

## IMPACTO SOCIAL

---

Los programas que han tenido un mayor impacto en la población rural son aquellos que tratan de temas de agricultura, legislación y tenencia de la tierra, y salud. Los campesinos valoran también la eficacia de los mensajes de interés comunitario, cuyo impacto fue muy grande en la disminución drástica de los robos de ganado, uno de los principales problemas en Fianarantsoa: “Gracias a la radio, el 95% del ganado robado suele recuperarse”.

“La radio nos permite intercambiar experiencias entre nosotros, para mejorar nuestras técnicas”, afirma un campesino de Akondro. Una emisión sobre un estanque de producción de peces tuvo tanto éxito que varias asociaciones organizaron un viaje para visitar el lugar y aprender de esa experiencia. “Mediante la introducción de nuevas técnicas agrícolas, nuestra producción ha mejorado y ha crecido”.

“Hemos perdido el miedo al micrófono”, dice otro. Los campesinos se acostumbraron a ser entrevistados por los corresponsales y aprendieron a utilizar la radio para enviar mensajes a familiares y amigos. “Incluso los líderes políticos nos temen ahora, porque podemos decir nuestra verdad a través de la radio”, señala un miembro del Consejo de Administración de *Radio Mampita*.

Otro ejemplo: “Tradicionalmente, cuando alguien fallecía sólo la familia se hacía cargo de los gastos de entierro, pero ahora toda la comunidad comparte el costo”. El sentido de comunidad se ha desarrollado, es más fuerte ahora.

## MEDIOS Y MÉTODOS

---

El aspecto más interesante en la metodología de trabajo de *Radio Mampita* y *Radio Magneva*, es la construcción de una estructura social que garantiza la participación comunitaria. Con todas las limitaciones que serán mencionadas más adelante, la idea original de elegir a los miembros del Consejo de Administración en una asamblea general de las asociaciones campesinas, es un modelo de comunicación participativa.

Si se organiza adecuadamente la actividad de los corresponsales comunitarios, el proceso participativo se verá fortalecido, ya que los miembros de las comunidades tendrían la posibilidad de hacer escuchar sus voces en la radio.

## OBSTÁCULOS

---

A mediados del año 2000, las dos emisoras enfrentaban serios problemas debido al corto plazo que faltaba para que *Radio Mampita* y *Radio Magneva* quedaran definitivamente sin el apoyo de la cooperación suiza e incluso sin la asistencia técnica proporcionada por AGECO, CODE y *Médiascope*. El objetivo de que el Consejo de Administración—integrado por representantes de las asociaciones campesinas—asumiera total responsabilidad sobre las radios fue obstaculizado por una ausencia real de participación y representación democrática.

En el área de influencia de las emisoras, apenas una tercera parte de las asociaciones campesinas existentes tiene estatuto de miembro, y

entre las que no son miembros, varias han expresado sus críticas al proyecto, “lanzado en paracaídas” sobre las comunidades. Aun entre las asociaciones que se adhirieron como miembros, muy pocas pagan sus cuotas anuales: en Morondava, solamente 12 de un total de 147. El propio significado de “asociación” podría ser la causa del problema: pequeños grupos de veinte o treinta personas se constituyen en asociaciones que con frecuencia no representan sino a una sola familia. Peor aún, el Consejo de Administración de *Radio Magneva* está integrado por una mayoría de representantes urbanos.

En un plano más estrictamente técnico, ninguna de las dos emisoras ha logrado conquistar el espíritu de su audiencia potencial. La programación todavía no satisface las necesidades de las comunidades rurales. Los corresponsales no han sido suficientemente capacitados o motivados para cumplir con sus importantes tareas en las comunidades rurales; en Morondava, solamente 7 de los 26 corresponsales estaban activos en marzo de 2000. No menos importante es el dato de que muy pocas familias son dueñas de un receptor de radio, aproximadamente una de cada veinte. La radio no es, como en América Latina, un objeto corriente en las familias rurales. En el área de Ambalakely, solamente 12 de las 201 familias posee un receptor FM a transistores.

#### REFERENCIAS

La información para este texto se obtuvo en visitas de campo a *Radio Magneva*, *Radio Mampita* y la comunidad de Akondro (al norte de Fianarantsoa), en marzo de 2000.

En Fianarantsoa, el autor celebró reuniones con el Consejo de Administración, el personal técnico y la Directora de *Radio Mampita*, Lucienne Voahiran; así como con directivos de la *Agence de communication* (AGECO). En Morondava, con técnicos, periodistas y el Director de *Radio Magneva*, Florentin Razanajatovo; así como con miembros de *Communication pour le développement* (CODE).

Se obtuvo información adicional en conversaciones en Antananarivo con el Gerente de Médiascope, Guy Andrianjanaka, la consultora suiza Bianca Miglioretto y el Coordinador de *Développement et coopération* (DDC), Pius Wennubst.

# TELECENTROS DE GASALEKA Y MAMELODI

1998 Sudáfrica

#### DATOS

NOMBRE:	Gasaleka Telecentre, Mamelodi Community Information Services (MACIS)
PAÍS:	Sudáfrica
ÉNFASIS:	Acceso a nuevas tecnologías
LUGAR:	Gasaleka y Mamelodi
BENEFICIARIOS:	Población urbana y rural
ALIADOS:	South Africa National Civic Organization (SANCO), Ellisras Technical College, Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo (CIID)
FINANCIAMIENTO:	Universal Service Agency (USA)
MEDIOS:	Computadoras, Internet

#### ANECDOTARIO

*No hay carreteras para ir a Gasaleka. Para llegar allí hay que avanzar durante dos horas lenta y cuidadosamente sobre un camino plagado de charcos, piedras y arena, rodeado de infinitas palmeras, antes de llegar a la primera choza de la aldea, muy cerca de la frontera con Botswana. Esta remota aldea de chozas de barro y callejuelas de arena rojiza, alberga el primer telecentro establecido por Universal Service Agency (USA).*

*A pesar de algunos problemas económicos y de infraestructura, el Telecentro de Gasaleka es uno de los más activos y animados de Sudáfrica. La razón para esa vitalidad en medio de la adversidad cotidiana es Masilo Mokobane, el director, verdadero promotor de telecentros. Masilo es un visionario; luchó desde el primer día no sólo por la supervivencia del telecentro, sino también generando nuevas ideas para servir mejor a la comunidad mediante el uso de nuevas tecnologías. Aún recuerda el día de la inauguración del Telecentro de Gasaleka: “Fue un gran día para nosotros. Todos acudieron para celebrar”.*

*El éxito inmediato del telecentro se debe en parte a los cursos de computación que ofrece. Por otra parte, es el único lugar en el área desde*

donde se puede hacer una llamada de teléfono. Sin embargo, según Masilo, “el negocio no marcha muy bien debido a los problemas que tenemos con los teléfonos; a veces las líneas no funcionan, y los clientes dicen que las llamadas son muy caras”. Durante mi visita a Gasaleka, ninguna de las tres líneas de teléfono funcionaba debido a la intensa lluvia de los días anteriores.

Masilo sigue optimista sobre el futuro del proyecto. Las penurias no apagan su entusiasmo. Está lleno de ideas nuevas, que explica con una amplia sonrisa. Uno de sus planes más innovadores es la publicación de un boletín comunitario. Las aldeas de la comunidad de Gasaleka no reciben ningún tipo de servicio de información. “Tenemos muchas noticias en Gasaleka, pero la comunidad las desconoce”, afirma Masilo. El telecentro no será sólo un centro de referencia que ofrece acceso a las tecnologías de comunicación e información, sino que asumirá una nueva función en la producción y difusión de información local. “El telecentro puede convertirse en la memoria, la historia de esta comunidad”, explica Masilo.—Escrito por Raúl Román, quien en 1999 visitó Gasaleka y otros siete telecentros de Sudáfrica.

#### DESCRIPCIÓN



Gasaleka, Botlokwa, Tembisa, Mankweng, Mohodi, Apel, Siyabonga y Mamelodi...

son algunos de los lugares—aldeas o barrios suburbanos—en la Provincia de Gauteng y en la Provincia del Norte donde *Universal Service Agency* (USA), una institución del Gobierno sudafricano, ha establecido telecentros.

El *Servicio de Información Comunitaria de Mamelodi* (MACIS) y el *Telecentro de Gasaleka* son dos buenos ejemplos de las ventajas y desventajas de aspirar a un “acceso universal” a las tecnologías de la información en países como Sudáfrica. Gasaleka es una aislada comunidad rural que integra 34 aldeas con una población total de aproximadamente 30.000 habitantes. Mamelodi, en cambio, es un área urbana; el telecentro está ubicado desde 1998 en el Foro Patrimonial de Mamelodi, cerca de una estación de metro, de un centro comercial, de una parada de taxis, de los servicios de bienestar social y del Ayuntamiento de Pretoria.

El *Telecentro de Gasaleka* fue el primero establecido en marzo de 1998 por USA; es propiedad de la sección local de la Organización Nacional Cívica de Sudáfrica (SANCO). El MACIS fue “adoptado” en abril de 1998 por el programa Acacia del Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo (CIID), a través de USA, pero en realidad había sido instalado en julio de 1995 por el Consejo de Investigaciones Científicas e Industriales (CSIR).

Ambos telecentros están equipados igual: nueve computadoras, líneas de teléfono, servicio de correo electrónico e Internet, fotocopiadoras, escáner, impresoras y fax. Ambos ofrecen cursos de computación, que son uno de los factores para su éxito y aceptación. Al completar su curso, los estudiantes de Gasaleka reciben un certificado del Colegio Técnico Ellisras. Desdichadamente, apenas uno de cada diez estudiantes encuentra trabajo luego de concluir el curso de computación. Es una de las razones por las que el número de estudiantes disminuyó notablemente durante el año 2000.

El *Telecentro de Mamelodi* es sobre todo un centro de referencia. “No queremos inventar de nuevo lo que ya existe en la comunidad. Cuando es necesario, derivamos a la gente hacia otros recursos comunitarios; mucha gente llega aquí solamente para pedir una dirección”, según explica el director Esme Modisane. La misión de MACIS es proporcionar información a los miembros de la comunidad, para ayudarlos a resolver los problemas cotidianos y a mejorar su calidad de vida.

“La gente no está al tanto de lo que ocurre en el telecentro”, afirma Masilo Mokobane, el director de Gasaleka, quien contrató a siete promotores para que informen a la comunidad sobre los servicios que ofrece el telecentro. Es una manera proactiva de hacer mercadeo. Mokobane es también consciente de la importancia de evaluar las necesidades comunitarias. “Es muy importante consultar con la comunidad cuando uno ofrece un servicio nuevo o abre un telecentro; no se puede hacer nada si uno no dialoga con la comunidad. Las consultas deben ser regulares, de manera que la comunidad sepa lo que sucede en el telecentro y conozca los servicios que ofrece”.

Debido al aislamiento de la zona y a la fragilidad de la estructura comunicacional, ningún servicio de información cubre las necesidades de las aldeas que integran la comunidad de Gasaleka. Por ello, uno de los planes del telecentro es la publicación del boletín de noticias de la comunidad, que además serviría para garantizar la sustentabilidad del centro y reforzar sus funciones como centro de información. Además de ofrecer acceso a las nuevas tecnologías de información y comunicación, asumiría un papel adicional en la producción y difusión de información local.

#### CONTEXTO Y ANTECEDENTES

Aún hoy, a pesar de que las reformas de 1994 generaron una notable metamorfosis social, Sudáfrica se caracteriza por el alarmante desequilibrio en la disponibilidad de recursos para diferentes sectores de la sociedad. Las estadísticas de 1996 muestran que el 89% de las familias blancas disponen de una línea de teléfono, en comparación con sólo

el 11% de las familias negras. Mientras en las áreas urbanas blancas existe la más avanzada tecnología, el área rural mayoritariamente negra tiene limitado acceso a servicios precarios y casi inexistentes.

Algunos proyectos nuevos intentan introducir las tecnologías de la información en la educación y el desarrollo de Sudáfrica. La *Iniciativa de Aprendizaje Mejorado con Tecnología (Technology Enhanced Learning Initiative —TELI)*, es un plan gubernamental que “se concentra en la implementación de proyectos clave que promueven el uso de las tecnologías en la educación y capacitación”. *SchoolNet* es una ONG nacional creada en 1997, que integra a las escuelas en redes y capacita a profesores y alumnos en la tecnología de la Internet. *Vínculos Mundiales para el Desarrollo (World Links for Development —WorLD)* es un programa del Banco Mundial que “facilita equipos, capacitación, recursos educativos y vínculos entre escuelas, para que los estudiantes en los países en desarrollo puedan acceder a la comunidad mundial”. *Telkom* estableció “Centros de excelencia”, en las universidades sudafricanas. *Cyberhost* ofrece acceso público a la Internet y planea instalar en lugares públicos de todo el país mil quioscos de Internet operados con monedas. El Departamento Sudafricano de Comunicaciones ha lanzado por su parte varios proyectos, como las *Terminales Públicas de Internet (Public Internet Terminals —PIT)*.

Otro programa importante de USA es la instalación de unos veinte telecentros en la Provincia de Gauteng y en la Provincia del Norte. Esta agencia fue fundada en 1997 por el Gobierno y es responsable de garantizar el acceso universal a todos los servicios de telecomunicación.

### IMPACTO SOCIAL

---

Es demasiado pronto para medir los cambios sociales que se han producido desde la inserción de las nuevas tecnologías de telecomunicación en áreas urbanas y rurales de Sudáfrica. Los telecentros de USA tienen menos de dos años de funcionamiento y su impacto está relacionado con el potencial de acceso, antes que con cambios ocurridos en la comunidad.

Casi todos los telecentros establecidos recientemente están al servicio de los sectores más aventajados de la comunidad; sin embargo, hay algunos que son paradigmas significativos del interés en promover la visión de participación y apropiación comunitaria. Estos son telecentros que buscan crear, procesar y difundir información útil para el desarrollo comunitario: el de Mamelodi, a través de su proyecto de oficina de información y la publicación de un directorio comunitario; y el de Gasaleka, principalmente por su intención de desarrollar un boletín de informaciones comunitarias. El Directorio de Servicios,

actualizado anualmente, es un resultado importante de *MACIS*; en sus 22 páginas contiene información útil sobre la comunidad.

El *Telecentro de Gasaleka* ha consolidado buenas redes comunitarias; todas las organizaciones del área apoyan y trabajan con el telecentro. Dice uno de los miembros del Consejo de Dirección: “El telecentro es muy conocido, pero tenemos que comprometer aún más a las autoridades tribales. De cualquier modo, no hemos tenido problemas con ninguna organización”. El objetivo de formar redes contribuye también a minimizar la inseguridad y la percepción de inaccesibilidad que rodea al término “información”, y facilita la introducción de las nuevas tecnologías en comunidades marginadas.

### MEDIOS Y MÉTODOS

---

*MACIS* ha tratado de involucrar a la comunidad desde el principio. “Escuchamos a la comunidad para saber lo que quiere”, dice Esmé Modisane, el director del proyecto. “Estamos profundamente involucrados con la comunidad, entendemos su dinámica y sus problemas; estamos capacitados para el trabajo y para la animación comunitaria, y disponemos de buenas redes comunitarias”. Sin embargo, la exclusión social sigue siendo un problema: “Es cierto que la gente analfabeta no usa el telecentro”. La gente que hace negocios visita el telecentro para comunicarse por correo electrónico con sus clientes; las computadoras se usan también para imprimir documentos y para realizar trabajos de contabilidad.

El director del proyecto *MACIS* fue inicialmente capacitado por el CSIR en manejo de información y comunicación, técnicas de entrevista, el uso de computadoras, Internet, desarrollo y mantenimiento de bancos de datos, análisis de necesidades e interpretación, y manejo de quioscos de información digital. La capacitación debería ser un componente esencial en todos los demás telecentros, pero no lo es.

### OBSTÁCULOS

---

“El primer obstáculo que impide alcanzar los objetivos del telecentro es el temor hacia la tecnología, especialmente entre los adultos, por lo que tenemos que hacer un gran trabajo de orientación. Tenemos que hacerles entender que ellos también pueden usar las computadoras. El segundo obstáculo es que la mayor parte de la gente de la comunidad no tiene empleo y no puede cubrir los costos de nuestros servicios”, explica Modisane, director de *MACIS*.

Otro desafío es la sustentabilidad. Esmé Modisane agrega: “La regla general es que los telecentros no son autosuficientes”. La principal fuente de ingresos la constituyen las llamadas de teléfono, los fax, las fotocopias y el servicio de transcripción. Los ingresos cubren los

costos de mantenimiento del centro, pero no alcanzan para pagar los salarios del director y de los asistentes.

A pesar de contar con equipos adecuados y personal capacitado, casi todos los telecentros establecidos por USA son utilizados sobre todo para fines básicos de acceso al teléfono, al fax y a las computadoras, así como otros servicios afines, como la transcripción de documentos. Podrían identificarse más con quioscos de comunicación que con telecentros comunitarios de propósito múltiple. El director de Gasaleka afirma que “nadie usa el correo electrónico” en el telecentro.

Antes de establecer los telecentros, USA no realizó ningún estudio previo. No hubo una etapa de planificación, ni investigación de base, ni siquiera una clara explicación o discusión de los objetivos del proyecto. En general, no se ha elaborado ninguna información ajustada a las necesidades de la comunidad. Makoro, el director de un telecentro de USA en la población negra de Siyabongam, cerca de Johannesburgo, resume metafóricamente la esencia del problema: “USA me dio un automóvil, pero no la licencia para conducirlo. ¿Para qué quiero un automóvil si no lo sé conducir?”

Finalmente, los servicios de electricidad y teléfono son muy precarios, razón por la cual ninguno de los telecentros en áreas rurales remotas tiene acceso a la Internet.

#### REFERENCIAS

La información de este capítulo está basada en: *Towards a Training Framework for Telecenter Management. A case study in South Africa* por Raúl Roman. Cornell University, agosto de 2000; e intercambios por correo electrónico con el autor.

# VIDEO Y SUEÑOS COMUNITARIOS

1998 Egipto

#### DATOS

NOMBRE:	Video and the Community Dreams Project
PAÍS:	Egipto
ÉNFASIS:	Salud reproductiva, ampliación de los medios de acción de la mujer
LUGAR:	Beni Rani, El Tayeba, Itsa El'Bellit y Zenhom
BENEFICIARIOS:	Mujeres
ALIADOS:	Communications for Change (C4C)
FINANCIAMIENTO:	Centre For Development and Population Activities (CEDPA), Coptic Evangelic Organisation for Social Services (CEOSS), USAID
MEDIOS:	Video

#### ANECDOTARIO

*En sólo tres años, Neama Mohamed — una madre y ama de casa — se convirtió en promotora de salud, defensora de los derechos de las mujeres, y líder de su comunidad. Su activismo ha ayudado a cambiar las actitudes de sus vecinos con relación al analfabetismo, a la educación de las niñas, al saneamiento ambiental y a la mutilación genital femenina (FGM) que es una práctica corriente en la sociedad egipcia. Antes, Neama habría vacilado frente a esos problemas, pero luego de aprender las técnicas de comunicación y el uso de del video participativo, su seguridad en sí misma como portavoz creció rápidamente.*

*Neama vive en Tellal Zenhom, un barrio pobre de la sección sudoriental de El Cairo, y trabaja en la Organización Copta Evangélica de Servicio Social (CEOSS), una ONG para el desarrollo que opera allí desde hace más de siete años. Neama se familiarizó con la institución cuando era aún una joven madre; luego CEOSS la contrató para que trabajara como profesora de nutrición con grupos de mujeres. Más adelante, aceptó dirigir los cursos de “Nuevos horizontes”, que promueven el fortalecimiento de las mujeres adolescentes por medio de la formación en educación y salud.*

Los cursos de “Nuevos horizontes” cubren una amplia gama de informaciones sobre salud reproductiva, desde nociones básicas de biología reproductiva hasta enfermedades transmitidas por vía sexual; desde lactancia materna hasta las dañinas prácticas tradicionales de la mutilación genital femenina y de la prueba de virginidad. Como estos son temas muy delicados, la comunidad fue informada del contenido del currículo y sobre los temas que abarcaría.

Durante los 18 meses que siguieron a la capacitación de Neama en video, los niveles de participación en el proyecto de Zenhom se mantuvieron altos. Los participantes se sintieron cada vez más seguros al usar su capacidad técnica para abordar temas delicados y para someter sus trabajos a la discusión. Las mujeres del equipo de video adquirieron notoriedad en sus comunidades, como portavoces y líderes. La población, los dirigentes y los funcionarios locales expresaron su apoyo al trabajo de las mujeres, a veces incluso sugiriendo ideas para nuevas producciones en video. Los documentales se usan para provocar discusiones y promover la búsqueda de soluciones propias a los problemas.—Extractos del artículo “Fortaleciendo las voces de las mujeres”, por Sara Stuart.

#### DESCRIPCIÓN



*Communication for Change* (C4C)—antes conocida como *Martha Stuart Communications*—es una organización pionera del video participativo. Durante los veinte últimos años ha establecido talleres de capacitación en países como la India, Bangladesh, Indonesia, China y Nigeria.

En 1997 fue seleccionada para implementar un programa de video comunitario y participativo en Egipto.

El proyecto, cuyo objetivo es mejorar la condición de la mujer, fue auspiciado por el *Centre for Development and Population Activities* (CEDPA)—proyecto financiado por USAID—en colaboración con la Organización Evangélica Copta de Servicio Social (CEOSS). La capacitación estuvo a cargo de C4C.

En marzo de 1998 C4C capacitó a cinco trabajadoras del CEOSS y a 17 mujeres de tres aldeas de la región de Minya: Itsa El’Bellit, El Tayeba y Beni Rani; y de un barrio marginal de El Cairo: Zenhom. Al igual que en las otras aldeas, las cuatro mujeres líderes de “Nuevos horizontes” en Tellal Zenhom aprendieron a utilizar una cámara de video sencilla, para filmar los problemas de su comunidad. La capacitación tenía el propósito de reforzar la voz de las mujeres en el nivel local y ampliar la influencia de “Nuevos horizontes”, un programa de educación no formal diseñado para difundir información sobre salud reproductiva y nociones básicas para la vida.

Cada uno de los grupos capacitados hizo una evaluación de los problemas locales y utilizó el video como un instrumento para revelar y discutir problemas que a veces están tan incrustados en la cultura, que no son seriamente cuestionados, excepto cuando las mujeres reflexionan sobre ellos colectivamente. El programa de capacitación abordó una gama amplia de temas, incluyendo los obstáculos económicos del matrimonio, la escisión de las niñas y los problemas ambientales.

La implementación se hizo en seis aldeas de Minya y dos en el ámbito periurbano de El Cairo. La experiencia de Tellal Zenhom ha sido señalada como uno de los mejores ejemplos. En el marco del proyecto se realizó *Una mujer de Zenhom*, video documental que aborda la importancia del acceso de la mujer a la educación y a las oportunidades de trabajo. “El video alentó a las familias a permitir que sus hijas concluyeran su educación antes de casarse”, dice Marwa Abdel-Khaleq, una animadora de 18 años de CEOSS.

En el mismo barrio de Tellal Zenhom, las mujeres recién capacitadas abordaron el problema de la mutilación genital a través de entrevistas con un líder religioso, un médico y dos niñas, una de ellas víctima de la escisión.

El problema de los obstáculos económicos para el matrimonio fue el tema de una producción de video realizada en El Tayeba, donde las costumbres dictan que tanto el novio como la novia deben contribuir con sumas de dinero, joyas de oro y comida antes de que la pareja pueda casarse. El grupo de video planificó la producción de *Quiero casarme*. De acuerdo a la tradición, la familia de la novia está obligada a preparar toda la comida para la boda; en algunos casos, la familia se ve en la necesidad de vender sus terrenos o endeudarse para no enfrentar la deshonra. “Mi hija se casó hace dos años y todavía no hemos podido cubrir los gastos de la boda”, comenta Umm Maged.

En Itsa, el grupo de video abordó problemas de importancia nacional; el primer video trata el tema del medio ambiente. El canal que cruza la aldea—inicialmente construido para captar el exceso de agua de riego de las plantaciones y canalizarla hacia el Nilo—terminó llenándose de basura y de aguas servidas provenientes de un ingenio azucarero. Una copia del video se envió al Ministro del Medio Ambiente; los habitantes de Itsa esperaban así conseguir un decreto gubernamental que dispusiera el relleno definitivo del canal.

#### CONTEXTO Y ANTECEDENTES

El proyecto *Video y Sueños Comunitarios* tiene su origen en la Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer, celebrada en Beijing en 1995, cuando miembros de C4C expusieron su experiencia con SEWA (India) ante varias organizaciones no gubernamentales (ONG) de

Egipto, y el director nacional de CEDPA. Un año más tarde, CEDPA hizo posible el viaje de un grupo de Egipto a Bangladesh y la India, donde el grupo conoció de cerca el trabajo de *Video SEWA*. Fue recién en 1997 que C4C y la CEOSS lograron convencer a dirigentes de las agencias de cooperación para el desarrollo y a mujeres jóvenes de que el video participativo podía ser un instrumento valioso en su trabajo.

### IMPACTO SOCIAL

C4C tiene una reputación establecida como organización pionera del video participativo y ha demostrado las posibilidades de fortalecer el liderazgo comunitario a través del desarrollo de las capacidades de comunicación en el ámbito comunitario.

El proyecto no ha afectado solamente la vida de las comunidades, sino también a las mujeres del equipo de producción de video. “La confianza en nosotras mismas ha crecido. Ya no pasamos vergüenza cuando tenemos que hablar a toda la comunidad”, dice Neama Mohamed, animadora comunitaria de 31 años y miembro del grupo de video. Neama es consciente de que las mujeres videastas son percibidas como modelos sociales en su comunidad; han adquirido mucha visibilidad como promotoras y como líderes.

Los videos producidos han tenido un impacto en la gente. El tabú de la escisión de las mujeres fue inevitablemente escudriñado a través del lente de la cámara de video. El tema, sin embargo, se abordó con mucha delicadeza, en entrevistas con un jeque, un médico y dos niñas. Después de ver el video, la madre de Rania—la más joven de cuatro hermanas que habían sido mutiladas—decidió no someterla a una escisión. Tanto la madre como las hermanas estaban convencidas de que esa práctica era dañina.

Otra mujer, Mahmoud, tuvo también oportunidad de llevar a la práctica sus ideas. Cuando el marido insistió en que su hija de diez años, Shaimaa, fuera mutilada al igual que sus primas, Mahmoud se negó: “La persona que debe tomar esta decisión es la madre. Si la madre está convencida de que la escisión es mala, debe ser capaz de influir en su marido”.

El grupo de video considera que su mayor logro ha sido promover el debate sobre la escisión de las niñas. Es significativo que el grupo encaró el tema sólo después de afinar sus destrezas en el manejo del video y de obtener la aprobación general de la comunidad. En el grupo de video hubo consenso para incluir la perspectiva de un líder espiritual, así como la de un médico, para que los puntos de vista religiosos se complementaran con los argumentos científicos en contra de esa práctica tradicional.

Las producciones de video se muestran en los templos, en los espacios abiertos frente a las mezquitas o en las casas más grandes de las aldeas. El video parece haber jugado un papel en la cristalización del debate en torno a temas culturales extremadamente delicados.

“Esta experiencia demuestra el potencial de la comunicación cuando no está mediada por fuerzas externas, sino concebida y producida por individuos determinados a mostrar su realidad y a generar cambios. La autorrepresentación está muy vinculada a la autodeterminación. Cuando los individuos y las comunidades toman decisiones sobre su futuro, adquieren una mayor capacidad para lograr la justicia económica y social; desarrollan la fuerza necesaria para exigir que sus gobiernos sean más perceptivos y responsables en el diseño de políticas y en sus decisiones”, afirma Sara Stuart, de C4C.

### MEDIOS Y MÉTODOS

Al principio, las mujeres del grupo de video temían que las vieran con la cámara en las calles de su comunidad. Aun a pesar de que la comunidad estaba de acuerdo en apoyar la actividad del grupo y de que las mujeres participantes estaban ansiosas de aprender, el apoyo de sus padres, esposos, novios y suegros tuvo que ser ratificado en varias ocasiones. A medida que las mujeres se sintieron más seguras en el manejo de la cámara de video, salieron de las oficinas de CEOSS y de sus casas, para filmar lo que sucedía en las calles. Con cada paso fueron perdiendo el miedo y su capacidad como grupo creció.

En sólo diez días mostraron sus primeras filmaciones al resto de la comunidad. Esos videos trataban, por ejemplo, de la importancia de la alfabetización, de la nutrición balanceada, o presentaban a una maestra de la comunidad que realizó una tarea ejemplar con niños discapacitados. Las proyecciones permitían a los miembros del grupo animar y dirigir discusiones sobre los temas de los videos.

El grupo de video de Zenhom realizó más de diez producciones. Inmediatamente después de la capacitación, las mujeres prepararon un video sobre los problemas de basura y saneamiento ambiental en Tellal Zenhom. El grupo comenzó con cuatro mujeres que adquirieron nociones básicas de video, luego incorporó a tres mujeres más, a medida que unas capacitaban a otras.

Los videos se exhiben, por ejemplo, en las clínicas de maternidad de Zenhom; mientras las mujeres esperan su turno, miran las producciones y tienen la oportunidad de discutir los temas con miembros del grupo de video. Los videos se muestran también durante los cursos que se ofrecen en el CEOSS.

## OBSTÁCULOS

La reacción inicial de las comunidades seleccionadas en el proyecto de video fue de rechazo. “¿Acaso quieren mostrar los problemas de nuestra sociedad y explotar nuestra miseria para obtener financiamiento internacional?”, preguntó alguien. Los animadores tuvieron que explicar que las producciones de video serían realizadas exclusivamente por la comunidad y para la comunidad, y no serían mostradas en otros lugares.

Algunos obstáculos parecían infranqueables: una niña de doce años expresó su firme deseo de aparecer en el video para hablar de su propia experiencia con la escisión, pero su madre no se lo permitió. El grupo de video persistió en su búsqueda de testimonios, para incluir finalmente en el video entrevistas con una joven que recuerda su escisión, y otra que narra cómo logró convencer a su madre para que no la sometiera a esa tradición.

Iman Ibrahim, un animador del CEOSS, recuerda que en Itsa, “el primer problema fue con la palabra *video*. Los aldeanos no querían que sus mujeres aparecieran en la pantalla; nos lanzaban piedras cuando pasábamos por la calle”. Sin embargo, gracias a que la comunidad tenía experiencias anteriores con proyectos del CEOSS, y a que muchos de los animadores eran miembros de la comunidad, el proyecto fue aceptado gradualmente.

## REFERENCIAS

El texto de este capítulo está basado principalmente en artículos e intercambios por correo electrónico con Sara Stuart, de *Communication for Change* (C4C), New York.

“Strengthening the voices of women” por Sara Stuart, en *Rhodes Journalism Review*, 1999, Sudáfrica.

“Life under the lens” por Amira El-Noshokaty, en *Al-Ahram Weekly*, Issue No. 457, diciembre de 1999.

# RED DE RADIOS LOCALES

1999

Indonesia

## DATOS

NOMBRE:	Local Radio Network —Capacity Building of Local Radio
PAÍS:	Indonesia
ÉNFASIS:	Democracia, elecciones, derechos humanos
LUGAR:	Sumatra, Kalimantan, Sulawesi, Maluku, Bali, Java
BENEFICIARIOS:	Población rural
ALIADOS:	25 radios locales, Indonesia Corruption Watch (ICW)
FINANCIAMIENTO:	UNESCO, DANIDA
MEDIOS:	Radio, Internet, correo electrónico

## ANECDOTARIO

*Era una mañana como cualquier otra, el 14 de agosto de 1999, cuando dos visitantes que no habían sido invitados llegaron a Radio Nikoya montados en una Vespa. Sin mencionar sus nombres ni demostrar su identidad, dijeron que venían de la Oficina de Policía del Distrito y pidieron copias de todas las noticias difundidas por la emisora. Insistieron específicamente en obtener copias de una noticia sobre el debate “Política de la Violencia”, auspiciado por los estudiantes de la Universidad Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh, con la participación del Jefe de Policía del Distrito de Aceh y el Comandante del Distrito Militar de Aceh.*

*Al principio, no quisimos entregarles una copia, aunque aseguraron que sólo querían escucharla. Luego tuvimos que ceder, recordando que meses atrás dos camiones militares llenos de soldados armados, se instalaron frente a la emisora para vigilarnos las 24 horas. Tuvimos que “enfriar” el tono y suspender las noticias. La gente visitó la emisora y llamó para preguntarnos por qué habíamos suspendido las noticias. No nos habíamos percatado del apoyo que teníamos en la población hasta que muchos llegaron para discutir la situación y sus expectativas de oír la voz que representa realmente los*

intereses de Aceh. Nos dijeron que apreciaban las emisiones de la radio sobre las ONG y los estudiantes, y también nuestra cobertura de los dos extremos en conflicto: los militares indonesios y el Movimiento de Liberación de Aceh.

Vivimos una situación delicada y peligrosa, porque constantemente alguno de los grupos en conflicto está en desacuerdo con nuestras noticias. Algunos tratan de sacar ventaja de esa situación; tiempo atrás, unos visitantes afirmaron ser miembros del Movimiento de Liberación de Aceh y nos pidieron cinco millones de rupias para apoyar su causa. Era una cantidad muy grande para nosotros, ya que no tenemos ingresos por publicidad. Además, era una situación intimidante porque no podíamos darles el dinero. Por otra parte está el Ejército Indonesio, con las armas también prontas.

Mientras tanto, tratamos de mantener la calma en medio de esas presiones, y seguimos sirviendo al público, dejando que éste determine lo que quiere en el futuro. Lo que sí sabemos es que esos millones de gente inocente que no son parte de las organizaciones e instituciones, solamente tienen una expectativa: paz y seguridad.—Relato de Ade Grande, consultora de la UNESCO en el

el PROYECTO FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL DE RADIOS LOCALES.

#### DESCRIPCIÓN



El proyecto de la UNESCO *Fortalecimiento Institucional de Radios Locales*, financiado por el gobierno danés, se inició en 1999 para consolidar la capacidad informativa de una veintena de radios locales provinciales de Indonesia, a través de la provisión de equipos y de capacitación en técnicas de reportaje.

En la primera fase del proyecto, el *Institute of Studies for Free Flow of Information* (ISAI), elaboró un informe detallado sobre las emisoras locales en las zonas escogidas previamente. La selección final se hizo con asistencia de la UNESCO; 25 estaciones de radio fueron integradas en la red, y todas ellas se beneficiaron con las mismas oportunidades de capacitación, así como subvenciones y equipos nuevos.

En las lejanas islas de Maluku, se seleccionaron las emisoras *Istana Bahana Swara* y *Gema Hikmah*. En Sulawesi Sur: *Suara Mesra*, *Suara Daya Indah*, *SP FM*, y *Suara Sawerigading*. En el norte de Indonesia, en Aceh: *Nikoya*, *Gipsi* y *Adyemaja*. En Kalimantan Occidental: *Swara Dermaga Ria*. En Bali: *Guntur* y *Balisa*. En Yogyakarta: *Persatuan*. En Java Oriental: *Bass*, *Citrawanodya* y *Andalus*. En Java Central: *Rona Puspita*, *Pragola* y *Ria Female*.

Las emisoras independientes y comprometidas se eligen cuidadosamente de acuerdo a ciertos criterios:

- Que no tengan intereses sectarios
- Que tengan amplia representación y penetración en las provincias
- Que estén dispuestas y comprometidas a catalizar la democracia y la gobernabilidad en las provincias

La capacitación es central en la estrategia de la red. Periodistas de todas las radios locales han sido capacitados en la producción de programas que promueven el proceso democrático, a través de enfoques participativos. Ante la proximidad de las elecciones generales de 1999, se organizó en Yakarta un seminario específicamente sobre “Medios locales y elecciones democráticas”.

Además de los talleres y seminarios, el proyecto elaboró un manual en lengua bahasa indonesia, titulado “Guía para la cobertura de elecciones”, que la Federación Internacional de Periodistas había preparado originalmente.

Cada emisora recibió un apoyo en equipamiento, consistente en tres grabadoras portátiles, dos consolas de edición de cuatro pistas, un estudio portátil que incluye cuatro micrófonos y dos computadoras (una equipada con medios múltiples). Estos equipos posibilitan que las pequeñas radios locales hagan frente a cualquier contingencia mientras hacen grabaciones en áreas rurales o realizan complejas transmisiones en vivo.

La computadora equipada con medios múltiples es fundamental para facilitar el trabajo de las emisoras de la red; puede usarse para recolectar información de la Internet, y para las comunicaciones por correo electrónico. Tiene además capacidad para editar sonido digitalmente, y producir breves anuncios cantados y hablados y música. Una subvención de 2.000 US\$ dólares permite a cada emisora contratar a dos productores adicionales y cubrir los costos de la conectividad con la Internet a través de los proveedores locales.

La creación de una red entre las emisoras, a través de la Internet, es uno de los aspectos más innovadores del proyecto. La vinculación entre radios dispersas en el territorio de Indonesia, es una herramienta poderosa para facilitar el acceso a grabaciones sobre la democracia y la ayuda mutua en el desarrollo de la capacidad de generar noticias locales.

#### CONTEXTO Y ANTECEDENTES

Dadas las particularidades geográficas de Indonesia, la radio es el único medio que puede llegar a regiones remotas del país. Más aún, los indonesios proceden de una tradición oral profundamente enraizada y los niveles de analfabetismo son todavía altos, particularmente en las zonas rurales. La radio representa el único medio de comunicación accesible y la única fuente de información para la

mayor parte de la población; alrededor de 769 emisoras comerciales privadas están distribuidas en el archipiélago de Indonesia. Sin embargo, durante los 32 años del régimen de Suharto, las radios no estaban autorizadas para difundir noticias locales. En cambio, era obligatorio para ellas difundir los boletines de noticias enviados por el sistema oficial de radiodifusión (RRI).

En su mayoría, las radios rurales en el país son pequeñas estructuras que disponen de equipos modestos y generalmente obsoletos. La tecnología de computación no se utilizaba anteriormente sino en algunas radios, para fines administrativos. Los locutores no eran periodistas calificados y no tenían la responsabilidad de producir noticias locales. La carencia de recursos humanos continúa siendo un serio problema.

### IMPACTO SOCIAL

---

Las emisoras de radio que durante varias décadas no habían hecho otra cosa sino difundir música y programas de entretenimiento, de pronto se convirtieron en herramientas educativas, capaces de producir sus propias noticias sobre temas nacionales. Esto tuvo un impacto enorme antes de las elecciones de 1999. Por primera vez se ofreció a los oyentes una programación que promovía la participación democrática, por primera vez pequeñas radios locales hicieron frente a la censura y al control militar.

La *Red de Radios Locales* ofrece a la población de Indonesia posibilidades renovadas de estar informados día a día sobre los acontecimientos nacionales. El intercambio de notas entre las emisoras de la red es una de las actividades más dinámicas; cada emisora envía sus noticias locales, y las demás emisoras pueden escoger libremente las noticias que quieren difundir. La idea de estos intercambios nació de las propias emisoras, durante uno de los seminarios del proyecto.

La conectividad con la Internet ha permitido a las radios acceder fácilmente a una gran diversidad de fuentes de información. No es raro que ahora pueden difundir algunas noticias incluso antes que otras emisoras. Se han producido cambios notables en la programación; el porcentaje de tiempo de antena dedicado a los programas de información, noticias y entrevistas, ha crecido constantemente.

La existencia de radios en áreas remotas, permite a comunidades aisladas canalizar la información sobre los acontecimientos locales y comunicarse entre sí, como si la radio sustituyera a la oficina de correos. Por ejemplo, *Radio Dermaga* es la única en Sanggau (Kalimantan Occidental) que cubre un área de 50 kilómetros; la gente la utiliza para llamar a reuniones, enviar invitaciones a matrimonios, anunciar eventos culturales y ofrecer trabajo. *Radio Citrawanodya* (Java Oriental), una emisora de AM que cubre 70 kilómetros cuadrados, desempeñó un papel fundamental al denunciar la corrupción en las elecciones

del jefe de la comunidad. Las tres emisoras de Aceh (*Radio Gipsi*, *Radio Nikoya* y *Radio Adyemaja*), hacen esfuerzos para difundir información actualizada sobre los acontecimientos políticos generalmente omitidos o censurados por la cadena nacional oficial.

A principios del año 2000, la *Red de Radios Locales* lanzó una campaña nacional contra la corrupción. Cada emisora produjo y difundió sus propias emisiones. La UNESCO no tuvo el liderazgo en esa actividad, fuera de proporcionar breves anuncios cantados y algunas ideas; cada radio local dirigió su campaña independientemente y con sus propios recursos.

### MEDIOS Y MÉTODOS

---

El objetivo del proyecto *Fortalecimiento Institucional de Radios Locales*, es desarrollar las capacidades humanas y técnicas de un grupo de emisoras de radio en áreas rurales de Indonesia, para permitirles contribuir eficazmente en el proceso nacional de desarrollo, gobernabilidad y democracia.

Desde el punto de vista metodológico, la capacitación es uno de los aspectos clave en el apoyo que la UNESCO proporciona a las 25 radios locales que forman parte de la red. Una evaluación inicial reveló que las emisoras carecían de personal dotado de antecedentes periodísticos. Por ello, los sucesivos talleres que se desarrollaron entre 1998 y 1999 en Banda Aceh, Ujung, Pandang y Malang, tenían como objetivo proveer destrezas básicas en periodismo, programación y contenidos, en la perspectiva del proceso democrático que Indonesia había iniciado en ese tiempo.

El otro aspecto importante es la convergencia de las radios que antes operaban individualmente, en una red sustentada por la Internet. El contacto cotidiano por correo electrónico y los intercambios diarios de noticias entre las 25 emisoras, consolidaron el sentido de una red en busca de objetivos comunes, que lucha por tomar el liderazgo y convertirse en un ejemplo de medios democráticos, en un país demasiado acostumbrado a prácticas verticales y autoritarias de comunicación.

### OBSTÁCULOS

---

Las leyes de radiodifusión en Indonesia todavía restringen la existencia de las radios comunitarias. Toda emisora debe demostrar legalmente su carácter privado y su estatuto comercial. Los cambios políticos en Indonesia luego de la caída de Suharto, tuvieron un impacto en la liberalización de los medios, pero a pesar de este proceso de democratización, la censura todavía amenaza a algunas radios locales, sobre todo en aquellas provincias de Indonesia que han vivido episodios de

agitación social. En Aceh, por ejemplo, a fines de 1999, la policía presionó a *Radio Nikoya* para que entregara copias de las noticias antes de que fueran difundidas.

En el plano técnico, la calidad de la conectividad por teléfono es muy precaria; a veces son necesarias varias horas para lograr una conexión que puede cortarse en cualquier momento. Cuando el servicio se interrumpe, las emisoras quedan imposibilitadas de enviar o recibir noticias por medio de la Internet. En algunos casos, los proveedores cortan deliberadamente el acceso a la Internet por razones políticas, como sucedió en Aceh en momentos de agitación política.

Un importante desafío, que debe ser cuidadosamente evaluado, está relacionado con la sustentabilidad de la red. El uso de la Internet ofrece enormes oportunidades, pero su costo es muy alto todavía. La calidad precaria de las líneas telefónicas obliga a permanecer más tiempo en conexión, lo cual eleva los costos. Algunas emisoras consideran la posibilidad de diversificar sus ingresos a través de otras actividades, como diseño de publicaciones o de publicidad.

#### REFERENCIAS

La mayor parte de la información para este texto se obtuvo mediante conversaciones en Kuala Lumpur e intercambios por correo electrónico con Ade Grande, consultora de la UNESCO en el proyecto Fortalecimiento Institucional de Radios Locales.

“Democracy on Air: Building expertise of local radio” artículo en el boletín *UNESCO Jakarta Office News*, No. 2/1999.

Página de información en la Web: <http://www.unesco.or.id/localrad/frontpage.htm>

# TELECENTRO DE NAKASEKE

1999 Uganda

#### DATOS

NOMBRE:	Nakaseke Multi-Purpose Community Telecentre and Library Pilot Project
PAÍS:	Uganda
ÉNFASIS:	Comunicación e información
LUGAR:	Nakaseke
BENEFICIARIOS:	Población rural de Nakaseke y Kasangombe
ALIADOS:	Uganda Telecom Ltd, The Public Libraries Board
FINANCIAMIENTO:	UNESCO, DANIDA, Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo (CIID), Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), British Council
MEDIOS:	Internet, computadoras, correo electrónico

#### ANECDOTARIO

*Luego de recorrer 60 kilómetros desde Kampala — los últimos 16 sobre un camino pedregoso — es muy reconfortante entrar al ambiente fresco y amplio de la biblioteca del Telecentro de Nakaseke (Nakaseke Multi-Purpose Community Telecentre and Library).*

*Un niño de primaria escribe un ejercicio en inglés, ayudado por un enorme diccionario; un estudiante de secundaria prepara una tesis sobre agricultura y revisa un libro sobre agricultura sustentable en el trópico; un joven lee los diarios del día anterior... Meses atrás no había ni siquiera periódicos en Nakaseke.*

*En un rincón de la biblioteca, dos mujeres jóvenes — asistentes bibliotecarias — se inclinan sobre una computadora; hacen el seguimiento de más de tres mil libros de la biblioteca, cuyos servicios utilizan un promedio de 45 personas cada día.*

*Hay otras computadoras disponibles para los usuarios del centro. Apretujados en una pequeña habitación con tres computadoras, descubro a tres jóvenes concentrados en la práctica de Excel; son voluntarios de la*

comunidad local, dispuestos a enseñar a otros lo que ellos mismos aprendieron en la capacitación sobre el manejo de computadoras.

Una parte de la capacitación es sobre el uso de la Internet, correo electrónico y búsquedas en la Web. Hay un toque “artificial” en este entrenamiento, ya que el centro no dispone aún de una conexión segura con la Internet. La línea telefónica, que se utiliza también para el fax, no es de una calidad suficiente como para facilitar la transmisión de datos.

Mientras converso con estos ambiciosos jóvenes acerca de la capacitación, se produce un corte de energía eléctrica que deja “negras” las pantallas de las computadoras; el sistema de energía de reserva no ha sido instalado aún. Así, mi visita a Nakaseke es un vivo testimonio de la necesidad de proporcionar una infraestructura de electrificación y telecomunicación rural, antes de equipar con computadoras a las comunidades.

Mientras camino hacia la salida de la biblioteca, observo que los estudiantes continúan trabajando: los libros no han cesado de ofrecerles información, con o sin electricidad—Relato de una visita de Mona Dahms al TELECENTRO DE NAKASEKE, en julio de 1999.

#### DESCRIPCIÓN

La vida ha cambiado en Nakaseke, a 64 kilómetros de Kampala, la capital de Uganda, y a 16 kilómetros del pueblo más cercano, Wobulenzi. Un moderno telecentro y biblioteca, dotado de libros en inglés y en luganda, la lengua local, presta servicios a la gente de la comunidad y también a 24 escuelas primarias del área, cuatro escuelas secundarias, una escuela normal para profesores de primaria, y el hospital cercano.

El *Telecentro de Nakaseke* es un proyecto que aspira a introducir nuevas tecnologías y servicios de información en las áreas rurales de Nakaseke y Kasangombe, distrito de Luweero, en Uganda. El proyecto pretende demostrar que el acceso a la información y la comunicación puede catalizar el proceso del desarrollo y resultar en un mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades rurales. El *Telecentro de Nakaseke* es uno de los cinco proyectos de este tipo, iniciados en Benin, Malí, Mozambique, Uganda y Tanzania, con el apoyo de la UNESCO, el CIID y la UIT.

Los servicios que ofrece este telecentro “multipropósito” incluyen las computadoras y sus aplicaciones, capacitación, Internet (de funcionamiento muy precario), fotocopias (el servicio de mayor demanda), teléfono, fax, biblioteca, proyecciones de video, periódicos, grabaciones de sonido y audiciones comunitarias. El centro está equipado con ocho computadoras, dos líneas de teléfono, un fax y una fotocopidora. Para instalar la línea telefónica tuvo que hacerse una conexión a 16 kilómetros de allí. El local del *Telecentro de Nakaseke* fue donado por la comunidad y renovado en un nivel

aceptable para los fines del proyecto. La provisión de energía eléctrica no constituye un problema, a no ser por frecuentes cortes, que motivaron la instalación de un inversor eléctrico conectado a acumuladores en serie, para proveer una reserva de emergencia. Se desechó la alternativa de un generador de electricidad debido al alto costo de la gasolina.

Para garantizar el apoyo al grupo principal de formadores, se pidió a la comunidad local que designara a 24 personas para participar en el programa. Se utilizó una mezcla de luganda e inglés como lengua de instrucción. Los formadores eran un grupo de jóvenes de la empresa *Uganda Connectivity*.

El telecentro aspira a servir al conjunto de los habitantes de Nakaseke y Kasangombe, pero particularmente a ciertos grupos: mujeres, jóvenes, niños, agentes de salud, maestros, estudiantes, agricultores y líderes locales. En esa medida, la programación y el contenido del telecentro están diseñados en prioridad para satisfacer las necesidades y aspiraciones de los grupos mencionados.

Los primeros usuarios del telecentro fueron los maestros y los estudiantes que requerían los servicios de fotocopia y un buen centro de documentación; el personal de salud que acudía a la biblioteca; gente de negocios que tenía interés en comunicarse con otros en la capital; grupos de mujeres que necesitaban apoyar su trabajo con la información de los videos; miembros de la comunidad, ancianos y líderes de opinión interesados en leer los diarios.

Tomando en cuenta las demandas específicas de los usuarios, se introdujeron otros servicios: proyección de películas los viernes por la tarde, juegos de mesa en las noches, cursos para adultos, y grupos de audición.

Además, con el apoyo de la UNESCO se diseñó un programa piloto de telemedicina—en el marco del proyecto *TeleInVivo* de la Unión Europea—que incluye una estación móvil y ligera de teleconsulta, capaz de procesar una amplia gama de aplicaciones radiológicas. Los datos de los pacientes, recolectados por el personal de salud con ayuda de la estación de teleconsulta, pueden ser enviados en forma comprimida a un especialista en el principal hospital de Kampala, para que éste los analice y pueda hacer diagnósticos a distancia.

#### CONTEXTO Y ANTECEDENTES

Nakaseke se encuentra a aproximadamente 60 kilómetros de Kampala y a 16 kilómetros de Luweero. El área tiene 31.000 habitantes (cifras de 1991), aunque en el pueblo de Nakaseke viven solamente 3.000. La mayor parte pertenece a la tribu baganda, que es la más importante en la parte central de Uganda. La cultura oral es predominante, la mayoría de los pobladores del área rural—con excepción de los que

viven en el poblado de Nakaseke—no sabe leer ni escribir. Hasta la apertura del *Telecentro de Nakaseke*, no llegaba a ese lugar ningún periódico y para obtenerlo era necesario trasladarse al pueblo más próximo, a 16 kilómetros de distancia, sobre un precario camino de tierra.

Los cultivos de café y banano, la cría de ganado, la horticultura y la pesca en pequeña escala en los pantanos, constituyen los principales rubros de actividad económica y Kampala es el mayor mercado para los productos locales. Cerca del 90% de los campesinos utilizan métodos y técnicas tradicionales de cultivo.

Hay 23 escuelas primarias y cuatro secundarias en la zona, para 2.935 estudiantes varones y 3.329 mujeres, distribuidos en 79 cursos (cifras de 1999). En el pueblo de Nakaseke los índices de analfabetismo son más bajos; el 59,2% de la comunidad de Nakaseke sabe leer y escribir, principalmente en idioma luganda. El pueblo cuenta con una escuela normal para maestros de primaria. Las escuelas de la zona no están bien equipadas y carecen de bibliotecas.

En el sector de salud, Nakaseke dispone de siete unidades, incluyendo un hospital con 100 camas, cinco doctores, seis asistentes médicos, 23 parteras y 33 enfermeras. El hospital está comunicado con los otros centros de salud por radio. Un manantial protegido y una red de 28 pozos perforados garantizan el aprovisionamiento de agua limpia.

### IMPACTO SOCIAL

---

Según los gestores del proyecto, el *Telecentro de Nakaseke* ha revitalizado la vida en esta región de Uganda.

El conjunto de la comunidad (42 aldeas, unas 3.000 familias), ha comprendido gradualmente la importancia de la información, como testimonia el número cada vez mayor de personas que llegan al centro para hacer averiguaciones sobre diversos temas. Los campesinos preguntan cuáles son los precios de los productos en el mercado y las tendencias de los cultivos. Los diarios que llegan al telecentro permiten ahora mantener a la comunidad al día de lo que sucede en el país.

Para los iniciadores del proyecto, el propósito obvio del telecentro es no tanto probar la eficacia de una nueva tecnología como la de un nuevo servicio a la comunidad.

Las computadoras ya no son en Nakaseke máquinas extrañas y misteriosas. El telecentro ha desmitificado en alguna medida la informática a través de los programas de capacitación y orientación. Más de sesenta miembros de la comunidad han recibido capacitación en el uso de los servicios de comunicación, de manera que el núcleo de gente capacitada en la comunidad local ha seguido creciendo.

Una serie de lecciones aprendidas y documentadas servirán de parámetro para el desarrollo de otros telecentros en el futuro. Se

identificaron y establecieron sistemas de administración en la perspectiva de sustentabilidad del telecentro. Se logró probar la utilidad de las tecnologías de información y comunicación (TICs) para el desarrollo rural. Varias instituciones de desarrollo han visitado el *Telecentro de Nakaseke* con miras a establecer centros similares en otras regiones.

### MEDIOS Y MÉTODOS

---

La comunidad participó en la planificación y ejecución de las actividades del telecentro. Un Comité Local de Dirección integrado por representantes de los principales grupos de interés, fue elegido por la comunidad para supervisar las actividades cotidianas del telecentro, servir de enlace con el Comité de Administración y movilizar a la comunidad.

El *Telecentro de Nakaseke* está guiado por un Comité de Administración presidido por la Comisión Nacional de la UNESCO, con participación de la empresa *Uganda Telecom Limited* y la Junta de Bibliotecas Públicas. El comité es responsable de las políticas generales, así como la planificación, la contratación de personal y el enlace con las organizaciones internacionales que apoyan al telecentro.

Con el objetivo de garantizar una mejor comprensión de los objetivos y el funcionamiento del telecentro, se imprimieron y distribuyeron folletos y carteles, traducidos al idioma luganda. Durante el proceso de consulta y orientación se usaron sistemas tradicionales de comunicación. Con el propósito de garantizar que los líderes de opinión de la comunidad transmitieran una información correcta, se elaboró una “Guía para la Comunidad” con ilustraciones y toda la información pertinente.

Para promover la iniciativa, “Radio Nakaseke”—una combinación sencilla de un amplificador con altavoces montados en lo alto de un árbol—difundió con regularidad anuncios sobre la creación del telecentro.

### OBSTÁCULOS

---

El principal problema técnico es la deficiente conexión telefónica. La línea es de una calidad muy precaria, que hace difícil la transmisión de información digital, aunque sirve para las comunicaciones de voz. El proyecto ha previsto en una etapa posterior la instalación de un sistema especial de telecomunicaciones.

Los servicios que menos se utilizan en el telecentro son el correo electrónico y la Internet. Además de los problemas técnicos, el servicio de la Internet no atrae a la gente porque no es de utilidad para su vida cotidiana; existe una gran necesidad de desarrollar sitios con contenidos pertinentes para los ugandeses. Los telecentros no deberían ser únicamente lugares donde se pueden hacer llamadas de teléfono y

fotocopias, como sucede en Nakaseke. Es imprescindible diseñar estrategias para atraer a los usuarios hacia otros servicios, mediante una combinación de materiales de información impresa y electrónica.

En la opinión de Mona Dahms, los servicios de fotocopia y de teléfono son los únicos que puede utilizar la población destinataria del *Telecentro de Nakaseke*, es decir, los pobladores rurales carentes de educación que constituyen la vasta mayoría. “Es más que justificada y necesaria una reflexión sobre quiénes son realmente los beneficiarios actuales del telecentro”, añade.

## REFERENCIAS

*Tracing how far we have come*, por Meddie Mayanja, Oficial de Proyecto, Comisión Nacional de la UNESCO en Uganda.

El sitio Web del *Telecentro de Nakaseke*: <http://www.nakaseke.or.ug/index.html>

Otras páginas sobre el *Telecentro de Nakaseke* y los TICs en Uganda: el Proyecto Acacia (<http://www.acacia.or.ug/html/report.html>) y el artículo *Lemonade Report* de Richard Fuchs en <http://www.futureworks.ca/futureworks/reports/lemon.htm>

“For educated people only... Reflections on a visit to two Multipurpose Community Telecentres in Uganda” por Mona Dahms, en *Telecentre Evaluation*, CIID, 1999.

## SIGLAS

ABVP	Associação Brasileira de Video Popular
ACNUR	Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados
ACPO	Acción Cultural Popular, Colombia
ADEFOR	Asociación y Desarrollo Forestal, Perú
AGECO	Agencia de Comunicación (Agence de communication), Madagascar
AHI	Action Health Incorporated, Nigeria
AKTC	Aga Khan Trust for Culture
ALAI	Agencia Latinoamericana de Información
ALER	Asociación Latinoamericana de Escuelas Radiofónicas
ALRED	Radios Comunitarias de América Latina en Red
AMARC	Asociación Mundial de Radios Comunitarias
AMSCLAE	Autoridad para el Manejo Sustentable de la Cuenca del Lago Atitlán y su Entorno, Guatemala
ANAP	Asociación Nacional de Agricultores Pequeños, Cuba
ANC	African National Congress, Sudáfrica
APC	Association for Progressive Communications
APDESI	Asociación para el Desarrollo Integral, Guatemala
ARPAS	Asociación de Radios y Programas Participativos de El Salvador
ASEP	Asociación Salud por el Pueblo, Guatemala
AusAID	Australian Agency for International Development, Australia
BAfD	Banco Africano de Desarrollo
BBC	British Broadcasting Corporation, Gran Bretaña
BID	Banco Interamericano de Desarrollo
BOND	British Overseas NGOs for Development, Gran Bretaña
BRAC	Bangladesh Rural Advancement Committee, Bangladesh
C4C	Communication for Change, Estados Unidos
CAF/SCF	Fundación para la Asistencia a la Comunicación (Communication Assistance Foundation), Países Bajos
CAFOD	Catholic Agency for Overseas Development
CARIMAC	Caribbean Institute of Media and Communication
CASET	Cassette Education Trust, Sudáfrica
CAT	Altavoces Comunitarios (Community Audio Tower), Filipinas
CCC	Comunidades Cristianas Campesinas, Perú
CCFD	Comité catholique contre la faim et pour le développement, Francia

<b>CDC</b>	Centre for Development Communication, Estados Unidos
<b>CDF</b>	Conservation Development Fund, Estados Unidos
<b>CDTV</b>	Centro de Diagnóstico y Terapia para Varones, Bolivia
<b>CECC</b>	Centro de Estudios para la Comunicación Comunitaria, Cuba
<b>CECI</b>	Centre canadien d'étude et de coopération internationale, Canadá
<b>CECI</b>	Centro canadiense de Estudios y Cooperación Internacional, Canadá
<b>CECIP</b>	Centro de Imagem de Criação Popular, Brasil
<b>CEDEP</b>	Centro de Educación Popular, Ecuador
<b>CEDPA</b>	Centre for Development and Population Activities, Estados Unidos
<b>CEMCOS</b>	Centro y Medios de Comunicación Social, México
<b>CENCIRA</b>	Centro Nacional de Capacitación e Investigación de la Reforma Agraria, Perú
<b>CEOSS</b>	Organización Copta Evangélica de Servicio Social (Coptic Evangelic Organisation for Social Services), Egipto
<b>CEPA</b>	Comisión Económica para África
<b>CEPAC</b>	Centro de Promoción Agropecuaria Campesina, Bolivia
<b>CESPA</b>	Centre de services de production audiovisuelle, Malí
<b>CESPAC</b>	Centro de Servicios de Pedagogía Audiovisual para la Capacitación, Perú
<b>CIDA</b>	Canadian International Development Agency
<b>CIDER</b>	Centros de Información para el Desarrollo Rural, Perú
<b>CIDUR</b>	Centros de Información para el Desarrollo Urbano-Rural, Perú
<b>CIERRO</b>	Centro Interafricano de Estudios en Radio Rural de Uagadugú, Burkina Faso
<b>CIID/IDRC</b>	Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo (International Development Research Centre), Canadá
<b>CIMCA</b>	Centro de Integración de Medios de Comunicación Alternativa, Bolivia
<b>CIMDUR</b>	Centros de Información Móvil para el Desarrollo Urbano-Rural, Perú
<b>CINEP</b>	Centro de Investigación y Educación Popular, Colombia
<b>CLAI</b>	Consejo Latino Americano de Iglesias
<b>CMC</b>	Community Media Council, Filipinas
<b>CMCM</b>	Centro de Mujeres Comunicadoras Mayas, Guatemala
<b>CMP</b>	Chiapas Media Project, México / Estados Unidos
<b>CNA</b>	Comisión Nacional del Agua, México
<b>CNN</b>	Cable News Network, Estados Unidos
<b>CNR</b>	Coordinadora Nacional de Radio, Perú

<b>CNUAH</b>	Centro de las Naciones Unidas para los Asentamientos Humanos
<b>COB</b>	Central Obrera Boliviana
<b>CODE</b>	Comunicación para el Desarrollo (Communication pour le développement), Madagascar
<b>COMNESA</b>	Community Media Network of East and Southern Africa, Sudáfrica
<b>COMPA</b>	Comunidad de Productores de Arte, Bolivia
<b>CORAPE</b>	Coordinadora de Radios Populares del Ecuador
<b>CSIR</b>	Consejo de Investigaciones Científicas e Industriales, Sudáfrica
<b>CSIR</b>	Council for Scientific and Industrial Research
<b>DANIDA</b>	Danish International Development Agency, Dinamarca
<b>DDC</b>	Développement et coopération, Suiza
<b>DFID</b>	Department for International Development, Gran Bretaña
<b>DHS</b>	Demography and Health Survey, Estados Unidos
<b>DIAKONIA</b>	Alianza Ecuuménica de Comunidades y Asociaciones de Diaconías
<b>DIU/IUD</b>	dispositivo intrauterino (Intra Uterine Device)
<b>DSC</b>	Development Support Communication
<b>DV</b>	Digital Video
<b>DW</b>	Deutsche Welle, Alemania
<b>ECHO</b>	European Community Humanitarian Organization
<b>ELCI</b>	Environmental Liaison Center International
<b>ENA</b>	EcoNews Africa, Kenya
<b>FAN</b>	Forest Action Network
<b>FAO</b>	Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación
<b>FAS</b>	Foetal Alcohol Syndrome
<b>FES</b>	Friedrich Ebert Stiftung, Alemania
<b>FGER</b>	Federación Guatemalteca de Escuelas Radiofónicas, Guatemala
<b>FGM</b>	Female Genital Mutilation
<b>FLACSO</b>	Facultad Latino Americana de Ciencias Sociales
<b>FMI</b>	Fondo Monetario Internacional
<b>FNUAP</b>	Fondo de Población de las Naciones Unidas
<b>FSC</b>	Forest Stewardship Council
<b>FSP</b>	Foundation for the South Pacific
<b>FSTMB</b>	Federación Sindical de Trabajadores Mineros de Bolivia
<b>FTPP</b>	Forests, Trees and People Programme
<b>GTC</b>	Grameen Telecom, Bangladesh
<b>GTZ</b>	German Agency for Technical Cooperation, Alemania
<b>HCSP</b>	Historic Cities Support Programme
<b>HIVOS</b>	Humanistic Institute for Co-operation with Developing Countries, Países Bajos
<b>IAMCR</b>	International Association for Media and Communication Research

<b>IBA</b>	Independent Broadcasting Authority, Sudáfrica
<b>IBASE</b>	Brazilian Institute of Social and Economic Analysis, Brasil
<b>ICRT</b>	Instituto Cubano de Radio y Televisión, Cuba
<b>ICT</b>	information and communication technologies
<b>ICW</b>	Indonesia Corruption Watch
<b>IEC</b>	Information, Education, Communication
<b>IIRR</b>	International Institute for Rural Reconstruction
<b>ILCE</b>	Instituto Latinoamericano de Comunicación Educativa, México
<b>IMTA</b>	Instituto Mexicano de Tecnología del Agua, México
<b>INE</b>	Instituto Nacional de Estadística, Bolivia
<b>INI</b>	Instituto Nacional Indigenista, México
<b>IRDT</b>	Integrated Rural Development Trust
<b>ISAI</b>	Institute of Studies for Free Flow of Information
<b>ITDG</b>	Grupo para el Desarrollo de la Tecnología Intermedia (Intermedia Technology Development Group)
<b>IUCN</b>	World Conservation Union
<b>JHU</b>	Johns Hopkins University, Estados Unidos
<b>JHU/CCP</b>	John Hopkins University Center for Communication Programs, Estados Unidos
<b>JRS</b>	Servicio Jesuita para Refugiados (Jesuit Refugee Service)
<b>KCOMNET</b>	Kenya Community Media Network, Kenya
<b>KCRIP</b>	Kothmale Community Radio Internet Project, Sri Lanka
<b>KCTU</b>	Korean Confederation of Trade Unions, República de Corea
<b>KWASP</b>	Proyecto de Agua y Saneamiento de Kiribati
<b>LGA</b>	Local Government Administration, Nigeria
<b>LNP</b>	Labor News Production, República de Corea
<b>MACIS</b>	Mamelodi Community Information Services, Sudáfrica
<b>MAF</b>	Mission Aviation Fellowship
<b>MAMWA</b>	Malawi Media Women Association
<b>MCRS</b>	Moutse Community Radio Station, Sudáfrica
<b>MISA</b>	Media Institute of Southern Africa
<b>MISEREOR</b>	Fondo de Asistencia de los Obispos Alemanes
<b>MPTC</b>	Multipurpose Telecentres
<b>MSSRF</b>	M.S. Swaminathan Research Foundation, India
<b>NCCD</b>	NGO Co-ordinating Committees for Development
<b>NEFEJ</b>	Nepal Forum of Environmental Journalists
<b>NET</b>	Network of Educational Theatre, Nigeria
<b>NIZA</b>	Nederlandse Institute voor Suidelijke Afrika, Países Bajos
<b>NNVAW</b>	National Network on Violence Against Women
<b>NOVIB</b>	Netherlands Organisation for International Development Cooperation, Países Bajos
<b>NPA</b>	Ayuda Noruega a los Pueblos (Norwegian Peoples Aid), Noruega

<b>NPPHCN</b>	National Progressive Primary Health Care Network, Sudáfrica
<b>NZODA</b>	New Zealand Overseas Development Agency, Nueva Zelanda
<b>OCDE</b>	Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos
<b>OIT</b>	Organización Internacional del Trabajo
<b>ÖKO</b>	Society for Ecological Cooperation Alps-Himalayas
<b>OMC</b>	Organización Mundial del Comercio
<b>OMS</b>	Organización Mundial de la Salud
<b>ONG</b>	organización no gubernamental
<b>OPCV</b>	Overseas Projects Corporation of Victoria, Australia
<b>OPS</b>	Organización Panamericana de la Salud
<b>OXFAM</b>	Oxford Committee for Famine Relief
<b>PACOM</b>	Programme d'appui à la communication au Madagascar, Madagascar
<b>PCI</b>	Project Concern International, Estados Unidos
<b>PIAC</b>	Project for Information Access and Connectivity
<b>PIDC</b>	Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación
<b>PIT</b>	Public Internet Terminals
<b>PMA</b>	Programa Mundial de Alimentos
<b>PNUD</b>	Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo
<b>PNUFID</b>	Programa de las Naciones Unidas para la Fiscalización Internacional de Drogas
<b>PRA</b>	Participatory Rural Appraisal
<b>PROCOSI</b>	Programa de Coordinación en Salud Integral, Bolivia
<b>PRODERITH</b>	Programa de Desarrollo Rural Integrado del Trópico Húmedo, México
<b>PRODESA</b>	Proyecto de Desarrollo Santiago, Guatemala
<b>PSI</b>	Population Services International, Estados Unidos
<b>RCP</b>	Red Científica Peruana, Perú
<b>RDS</b>	Red de Desarrollo Sostenible
<b>REDESO</b>	Relief to Development Society, Tanzania
<b>RFI</b>	Radio France Internationale, Francia
<b>RIPS</b>	Proyecto de Apoyo Rural Integrado (Rural Integrated Project Support), Tanzania
<b>RTS</b>	Radio Télévision du Sénégal, Senegal
<b>RWM</b>	Rural Women's Movement, Sudáfrica
<b>SABC</b>	South African Broadcast Corporation, Sudáfrica
<b>SACRED</b>	Social Animation Centre for Rural Empowerment and Development
<b>SANCO</b>	South Africa National Civic Organization, Sudáfrica
<b>SARH</b>	Secretaría de Agricultura y Recursos Hidráulicos, México
<b>SENATI</b>	Servicio Nacional de Adiestramiento en Trabajo Industrial, Perú
<b>SER</b>	Servicio de Escuelas Radiofónicas, México

SEWA	Self-Employed Women's Association, India
SIDA	Swedish International Development Agency, Suecia
SIDA	síndrome de inmunodeficiencia adquirida
SIRPI	Social Initiatives For Rural Peoples Integration
SKN	Stichting Kinderpostzegels Nederland, Países Bajos
SLBC	Sri Lanka Broadcasting Corporation, Sri Lanka
SNEHA	Society for Natal Effects on Health in Adult Life, India
SNV	Netherlands Development Organisation, Países Bajos
SSNC	Swedish Society for Nature Conservation, Suecia
STD	sexually transmitted disease
SVYM	Swami Vivekananda Youth Movement, India
SWESTIC	Saraswathi Womens Educational Service Training Improvement Centre, India
TELI	Technology Enhanced Learning Initiative
TNSACS	Tamil Nadu State AIDS Control Society, India
TRC	Tanzania Red Cross, Tanzania
TRC	Truth and Reconciliation Commission, Sudáfrica
TRCS	Tracing and Family Reunification, Tanzania
TSKL	Telecom Services Kiribati Limited, Kiribati
TVZ	Television Zanzibar, Tanzania
UCT	University of Cape Town, Sudáfrica
UIB	Unidades Informativas Barriales, Colombia
UIT	Unión Internacional de Telecomunicaciones
UNCHS	United Nations Centre for Human Settlements (Habitat)
UNESCO	Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura
UNICEF	Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia
UNOPS	Oficina (de las Naciones Unidas) de Servicios para Proyectos
USA	Universal Service Agency, Sudáfrica
USAID	United States Agency for International Development
VHF	Very High Frequency
WACC	World Association of Christian Communication
WCC	World Council of Churches
WLL	Red Local Inalámbrica (Wireless Local Loop)
WWF	World Wildlife Fund
WWW	World Wide Web

## ÍNDICE 1: POR FECHA

AÑO	NOMBRE	PAÍS
1947	Radio Sutatenza	Colombia
1949	Radios Mineras	Bolivia
1965	Radio Huayacocotla	México
1969	Radio Quillabamba	Perú
1975	CESPAC	Perú
1978	PRODERITH	México
1978	Teatro Kerigma	Colombia
1979	Teatro La Fragua	Honduras
1984	Video SEWA	India
1985	Video Kayapo	Brasil
1986	TV Maxambomba	Brasil
1987	Radio Margaritas	México
1988	Aarohan: Teatro de la Calle	Nepal
1989	Altavoces Comunitarios	Filipinas
1989	CESPA	Malí
1989	Radio Comunitaria Kothmale	Sri Lanka
1989	Teatro Trono	Bolivia
1989	Wan Smolbag	Vanuatu
1990	La Voz de la Comunidad	Guatemala
1990	Labor News Production	República de Corea
1990	Tambuli	Filipinas
1991	Radio Izcanal	El Salvador
1991	Soul City	Sudáfrica
1991	Teatro Popular	Nigeria
1992	Action Health	Nigeria
1992	EcoNews Africa	Regional, África
1993	Nalamdana	India
1993	Radio Zibonele	Sudáfrica
1993	Televisión Serrana	Cuba
1995	Bush Radio	Sudáfrica

AÑO	NOMBRE	PAÍS
1995	Radio Chaguarurco	Ecuador
1995	Radio Gune Yi	Senegal
1995	Radio Kwizera	Tanzanía
1995	Red de Medios Comunitarios	Kenya
1996	Púlsar	Regional, América Latina
1997	Radio Comunitaria de Moutse	Sudáfrica
1997	Radio Sagarmatha	Nepal
1998	Carpa Lila	Bolivia
1998	Centros de Conocimiento Comunitario	India
1998	Grameen: Teléfono Comunitario	Bangladesh
1998	InfoDes	Perú
1998	Maneno Mengi	Tanzanía
1998	Nutzij	Guatemala
1998	Proyecto de Medios de Comunicación en Chiapas	México
1998	Radio Kiritimati	Kiribati
1998	Radios Mampita y Magneva	Madagascar
1998	Telecentros de Gasaleka y Mamelodi	Sudáfrica
1998	Video y Sueños Comunitarios	Egipto
1999	Red de Radios Locales	Indonesia
1999	Telecentro de Nakaseke	Uganda

## ÍNDICE 2: POR PAÍS

PAÍS	NOMBRE
Bangladesh	Grameen: Teléfono Comunitario
Bolivia	Carpa Lila
Bolivia	Radios Mineras
Bolivia	Teatro Trono
Brasil	TV Maxambomba
Brasil	Video Kayapo
Colombia	Radio Sutatenza
Colombia	Teatro Kerigma
Cuba	Televisión Serrana
Ecuador	Radio Chaguarurco
Egipto	Video y Sueños Comunitarios
El Salvador	Radio Izcanal
Filipinas	Altavoces Comunitarios
Filipinas	Tambuli
Guatemala	La Voz de la Comunidad
Guatemala	Nutzij
Honduras	Teatro La Fragua
India	Centros de Conocimiento Comunitario
India	Nalamdana
India	Video SEWA
Indonesia	Red de Radios Locales
Kenya	Red de Medios Comunitarios
Kiribati	Radio Kiritimati
Madagascar	Radios Mampita y Magneva
Malí	CESPA
México	PRODERITH
México	Proyecto de Medios de Comunicación en Chiapas
México	Radio Huayacocotla
México	Radio Margaritas

PAÍS	NOMBRE
Nepal	Aarohan: Teatro de la Calle
Nepal	Radio Sagarmatha
Nigeria	Action Health
Nigeria	Teatro Popular
Perú	CESPAC
Perú	InfoDes
Perú	Radio Quillabamba
República de Corea	Labor News Production
Senegal	Radio Gune Yi
Sri Lanka	Radio Comunitaria Kothmale
Sudáfrica	Bush Radio
Sudáfrica	Radio Comunitaria de Moutse
Sudáfrica	Radio Zibonele
Sudáfrica	Soul City
Sudáfrica	Telecentros de Gasaleka y Mamelodi
Tanzanía	Maneno Mengi
Tanzanía	Radio Kwizera
Uganda	Telecentro de Nakaseke
Vanuatu, Islas Salomón	Wan Smolbag
Regional, África	EcoNews Africa
Regional, América Latina	Púlsar

## ÍNDICE 3: POR MEDIOS DE COMUNICACIÓN

MEDIOS	NOMBRE	PAÍS
Multimedios	Carpa Lila	Bolivia
	EcoNews Africa	Regional, África
	Red de Medios Comunitarios	Kenya
	Soul City	Sudáfrica
Computadoras, Internet	Centros de Conocimiento Comunitario	India
	InfoDes	Perú
	Telecentro de Nakaseke	Uganda
	Telecentros de Gasaleka y Mamelodi	Sudáfrica
Radio	Altavoces Comunitarios	Filipinas
	Bush Radio	Sudáfrica
	La Voz de la Comunidad	Guatemala
	Radio Chaguarurco	Ecuador
	Radio Comunitaria de Moutse	Sudáfrica
	Radio Gune Yi	Senegal
	Radio Huayacocotla	México
	Radio Izcanal	El Salvador
	Radio Kiritimati	Kiribati
	Radio Kwizera	Tanzanía
	Radio Margaritas	México
	Radio Quillabamba	Perú
	Radio Sagarmatha	Nepal
	Radio Sutatenza	Colombia
	Radio Zibonele	Sudáfrica
	Radios Mampita y Magneva	Madagascar
	Radios Mineras	Bolivia
	Red de Radios Locales	Indonesia
	Tambuli	Filipinas
Radio / Internet	Púlsar	Regional, América Latina
	Radio Comunitaria Kothmale	Sri Lanka

MEDIOS	NOMBRE	PAÍS
Teatro	Aarohan: Teatro de la Calle	Nepal
	Nalamdana	India
	Teatro Kerigma	Colombia
	Teatro La Fragua	Honduras
	Teatro Popular	Nigeria
	Teatro Trono	Bolivia
	Wan Smolbag	Vanuatu
Telefonía Celular	Grameen: Teléfono Comunitario	Bangladesh
Video	Action Health	Nigeria
	CESPA	Malí
	CESPAC	Perú
	Labor News Production	República de Corea
	Maneno Mengi	Tanzanía
	Nutzij	Guatemala
	PRODERITH	México
	Proyecto de Medios de Comunicación en Chiapas	México
	Televisión Serrana	Cuba
	TV Maxambomba	Brasil
	Video y Sueños Comunitarios	Egipto
	Video Kayapo	Brasil
	Video SEWA	India

## ÍNDICE ALFABÉTICO DE REFERENCIA

	NOMBRE Y PAÍS	AÑO	MEDIO
1	Aarohan: Teatro de la Calle, Nepal	1988	teatro
2	Action Health, Nigeria	1992	video
3	Altavoces Comunitarios, Filipinas	1989	radio
4	Bush Radio, Sudáfrica	1995	radio
5	Carpa Lila, Bolivia	1998	multimedios
6	Centros de Conocimiento Comunitario, India	1998	computadoras, Internet
7	CESPA, Malí	1989	video
8	CESPAC, Perú	1975	video
9	EcoNews Africa, Regional, África	1992	radio
10	Grameen: Teléfono Comunitario, Bangladesh	1998	telefonía celular
11	InfoDes, Perú	1998	computadoras, Internet
12	La Voz de la Comunidad, Guatemala	1990	radio
13	Labor News Production, República de Corea	1990	video
14	Maneno Mengi, Tanzania	1998	video
15	Nalamdana, India	1993	teatro
16	Nutzij, Guatemala	1998	video
17	PRODERITH, México	1978	video
18	Proyecto de Medios de Comunicación en Chiapas, México	1998	video
19	Púlsar, Regional, América Latina	1996	radio, Internet
20	Radio Chaguarurco, Ecuador	1995	radio
21	Radio Comunitaria de Moutse, Sudáfrica	1997	radio
22	Radio Comunitaria Kothmale, Sri Lanka	1989	radio, Internet
23	Radio Gune Yi, Senegal	1995	radio
24	Radio Huayacocotla, México	1965	radio
25	Radio Izcanal, El Salvador	1991	radio
26	Radio Kiritimati, Kiribati	1998	radio

	NOMBRE Y PAÍS	AÑO	MEDIO
27	Radio Kwizera, Tanzania	1995	radio
28	Radio Margaritas, México	1987	radio
29	Radio Quillabamba, Perú	1969	radio
30	Radio Sagarmatha, Nepal	1997	radio
31	Radio Sutatenza, Colombia	1947	radio
32	Radio Zibonele, Sudáfrica	1993	radio
33	Radios Mampita & Magneva, Madagascar	1998	radio
34	Radios Mineras, Bolivia	1949	radio
35	Red de Medios Comunitarios, Kenya	1995	multimedios
36	Red de Radios Locales, Indonesia	1999	radio
37	Soul City, Sudáfrica	1991	multimedios
38	Tambuli, Filipinas	1990	radio
39	Teatro Kerigma, Colombia	1978	teatro
40	Teatro La Fragua, Honduras	1979	teatro
41	Teatro Popular, Nigeria	1991	teatro
42	Teatro Trono, Bolivia	1989	teatro
43	Telecentro de Nakaseke, Uganda	1999	computadoras, Internet
44	Telecentros de Gasaleka y Mamelodi, Sudáfrica	1998	computadoras, Internet
45	Televisión Serrana, Cuba	1993	video
46	TV Maxambomba, Brasil	1986	video
47	Video y Sueños Comunitarios, Egipto	1998	video
48	Video Kayapo, Brasil	1985	video
49	Video SEWA, India	1984	video
50	Wan Smolbag, Vanuatu	1989	teatro

## AGRADECIMIENTOS

Además de las personas—mencionadas bajo la sección “Referencias” de cada capítulo—que proporcionaron información sobre las experiencias y que ayudaron en la revisión de los borradores de algunos textos, quiero mencionar a quienes apoyaron esta empresa a lo largo de las diferentes etapas de su desarrollo.

Denise Gray-Felder, de la Fundación Rockefeller, comprendió la importancia del proyecto de investigación y lo apoyó con los medios necesarios. Ella y su equipo, en especial Karen McAndrew, Susan Muir y Brian Byrd, fueron los ángeles guardianes a lo largo del proceso, hasta que el libro entró a la imprenta.

No fue una tarea sencilla obtener información sobre las cincuenta experiencias retratadas en este libro, en especial sobre aquellas que no pude visitar personalmente. Agradezco a todos los que contribuyeron con una referencia, un logo o un dato que faltaba. Del mismo modo, estoy en deuda con aquellos que—en países de Asia, África y América Latina—me ayudaron a llegar a las remotas comunidades donde están enraizadas muchas de estas experiencias de comunicación participativa.

Aún a riesgo de olvidar algún nombre, quiero mencionar en orden alfabético a: Carlos Andrade, Guy Andrianjanaka, Alonso Aznar, Delia Barcelona, Luis Fernando Bossio, Pamela Brooke, Sylvia Cadena, Manuel Calvelo, Tony Collins, Inés Cornejo Portugal, Mona Dahms, Ron Ehrke, Frank Endaya, Warren Feek, Colin Fraser, Lydda Gaviria, Bruce Girard, Grace Githaiga, Martha Lucía Gutiérrez, Lars Johansson, Verena Knippel, Garrett Mehl, Bianca Miglioretto, Don Moore, Lynne Muthoni Wanyeki, Tracey Naughton, Tanya Notley, Farida Nyamachumbe, Sonia Restrepo, Don Richardson, Jose Rimon, Raúl Román, Walter Saba, Federico Salzmann, Jodi Stewart, Sally Stuart, Louie Tabing, Lucila Vargas, Aurora Velasco, Dominick de Waal y Peter Walpole.

Así como este libro fue posible con la colaboración de quienes he mencionado más arriba, las propias experiencias de comunicación, repartidas los continentes de África, Asia y América Latina, no existirían si las comunidades no hubieran participado activamente, con la convicción de que sus voces deben ser escuchadas y sus culturas valoradas.

## ACERCA DEL AUTOR

---

Alfonso Gumucio Dagron es un especialista en comunicación para el desarrollo con experiencia en África, Asia, América Latina y el Caribe.

Trabajó durante siete años en el UNICEF en Nigeria y en Haití, y como consultor internacional de la FAO, el PNUD, la UNESCO y otras agencias de las Naciones Unidas. Fue Director de “Tierramérica”, un proyecto regional de PNUD/PNUMA sobre desarrollo sostenible, y asesor de comunicación de Conservación Internacional (Washington). Su trabajo como consultor lo ha llevado a familiarizarse con temas diversos: derechos del niño, poblaciones indígenas, arte y cultura, derechos humanos, organización comunitaria, salud y desarrollo sostenible.

Su principal experiencia sobre el terreno incluye también países como Burkina Faso, Bangladesh, Etiopía, Nicaragua, Costa Rica, Colombia, México, Guatemala y Bolivia, su país de origen.

Es autor de varios estudios sobre comunicación y de varios libros de poesía y narrativa. Sus artículos y ensayos breves han sido publicados por más de un centenar de revistas y periódicos, principalmente en América Latina. Como cineasta ha dirigido documentales sobre temas culturales y sociales, y realizado varias exposiciones fotográficas.

Desde 1997 participa en la iniciativa “Comunicación para el Cambio Social” de la Fundación Rockefeller.