

DANIEL DEL SOLAR

**HACIA
UNA
RADIO
PARTICI
PATIVA**

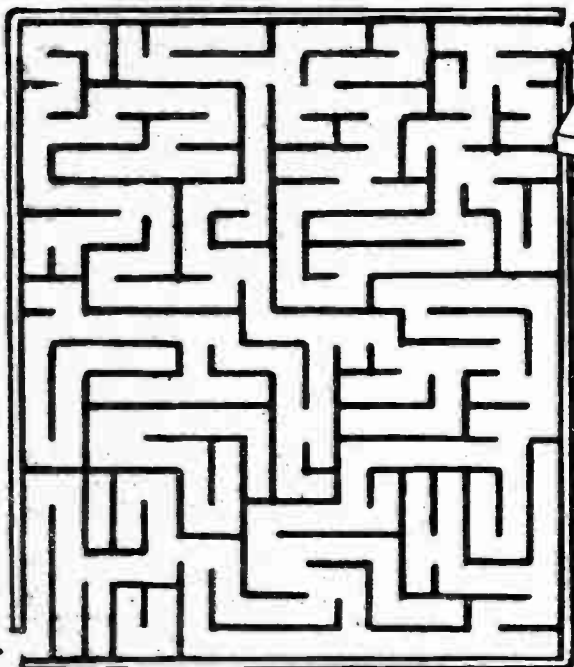


HACIA UNA RADIO PARTICIPATIVA
por José Ignacio López Vigil
Producción: Dirección de Capacitación
de la Corporación de Radiodifusión del Pueblo
(CORADEP)
Ilustración y diagramación:
Nivio López Vigil
Managua, agosto de 1988

... PORQUE DE REPENTE PODRÍAMOS ESTAR PENSANDO
QUE ESTA CUESTIÓN DE LA RADIO PARTICIPATIVA
PODRÍA SER UNA NUEVA MODA
Y NO VERLA EN PERFECTA ARMONIA CON TODAS LAS COSAS
QUE ESTAMOS HACIENDO NOSOTROS AQUÍ EN NICARAGUA
Y LA MANERA COMO ESTAMOS CONSTRUYENDO
LA DEMOCRACIA POPULAR!"

CARLOS MANUEL MORALES
MINISTRO DELEGADO DE LA PRESIDENCIA REGIÓN I
20 DE JUNIO 1987 . VI ANIVERSARIO DE CORADEP.

MUCHO SE ESTÁ HABLANDO AHORA
DE LA
RADIO PARTICIPATIVA
PERO ¿QUÉ ES? ¿CÓMO SE HACE?
¿QUIÉNES LA HACEN?
¿POR CUÁL CAMINO LLEGAR A ELLA?



EN ESTAS PÁGINAS, CORADEP OFRECE ALGUNAS SUGERENCIAS PARA DINAMIZAR LA REFLEXIÓN SOBRE ESTA NUEVA MANERA DE HACER RADIO.

DECIMOS **SUGERENCIAS**, PORQUE LA RADIO PARTICIPATIVA NO ES -NI SERÁ NUNCA- UN MODELO ACABADO, UNA RECETA FUA. COMO LA VIDA MISMA, LA RADIO REVOLUCIONARIA CAMBIA, AVANZA Y RETROCEDE, SE HACE Y SE RECTIFICA EN LA EXPERIMENTACIÓN DE CADA DÍA.

PRESENTAMOS ESTE FOLLETO CON ALGUNOS DIBUJOS Y JUEGOS. A LO MEJOR SIRVEN PARA ASIMILAR MEJOR LOS CONTENIDOS. EN TODO CASO, SI A ALGUNO LE PARECE POCO CIENTÍFICO O COSA DE NIÑOS, PUES MUCHO MEJOR.

PORQUE LA NUEVA RADIO EN NICARAGUA ES UNA CHAVALITA RECIÉN NACIDA.



¿POR QUÉ ESCOGIMOS
ESTE APELLIDO
PARA NUESTRAS RADIOS?

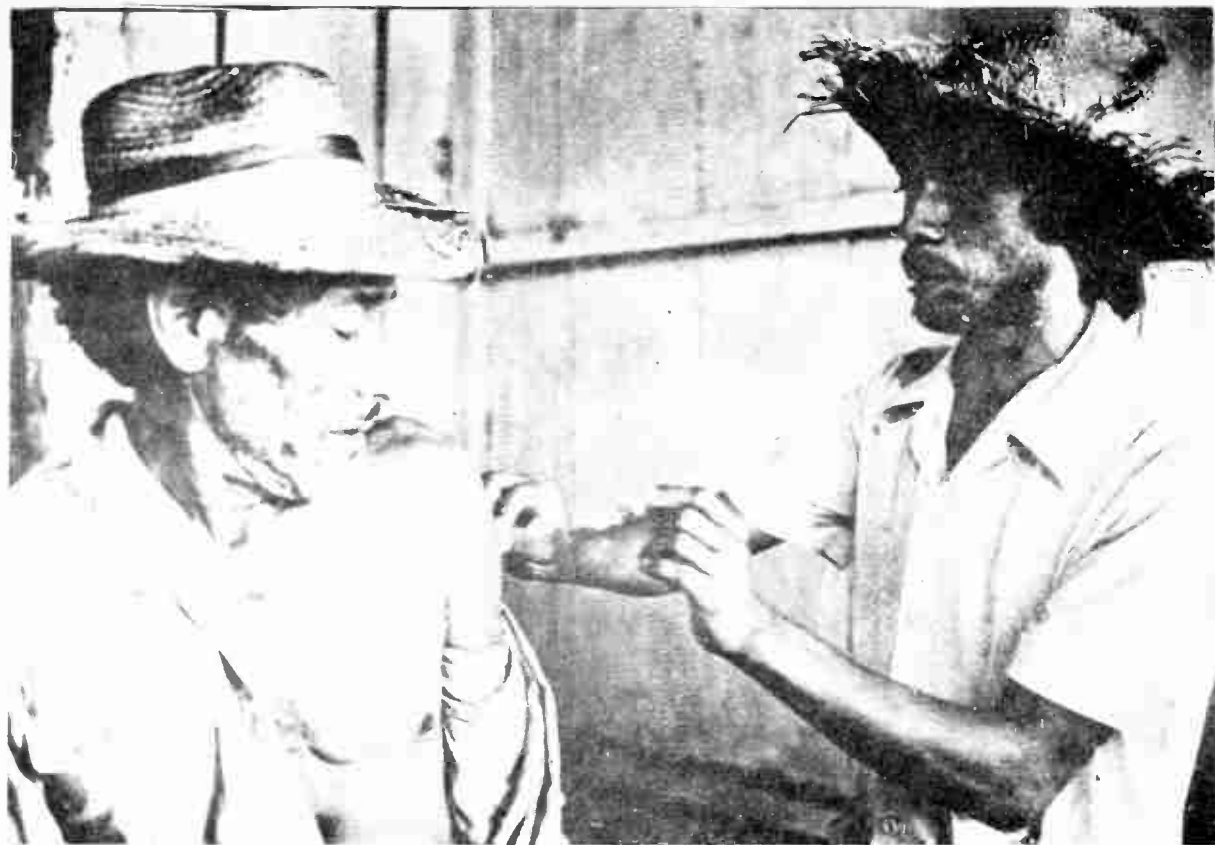
LA ELECCIÓN DE ESTA PALABRITA
"PARTICIPATIVA"
FUE MUY REFLEXIONADA,
MUY DISCUTIDA.
AL FINAL, NOS PARECIÓ BIEN A TODOS.
RESUME PERFECTAMENTE
EL PROYECTO DE COMUNICACIÓN
QUE QUEREMOS IMPULSAR
EN NUESTRAS EMISORAS.
Y ES QUE
LA PARTICIPACIÓN POPULAR
HA CARACTERIZADO
LA VIDA DE NUESTRO PUEBLO
DURANTE
ESTOS ÚLTIMOS AÑOS.

LA LUCHA CONTRA LA DICTADURA DE SOMOZA,
ESPECIALMENTE EN LA OFENSIVA FINAL,
FUE UN PROCESO
DE INTENSA PARTICIPACIÓN POPULAR.
LOS NIÑOS HACÍAN BARRICADAS.
LAS ABUELAS REPARTÍAN CAFÉ
A LOS COMBATIENTES.
HOMBRES Y MUJERES,
CREYENTES Y NO CREYENTES,
TODO MUNDO PELEÓ
EN LAS MISMAS TRINCHERAS
Y DESDE LAS MISMAS MONTAÑAS.
NADIE SE QUEDÓ FUERA DE LA RUNGA.
LA INSURRECCIÓN
QUE CULMINÓ EL 19 DE JULIO
FUE UN HECHO MASIVO, COLECTIVO,
DONDE EL PUEBLO DECIDIÓ SU SOBERANÍA
Y EL FUTURO POLÍTICO DEL PAÍS.



LA CRUZADA NACIONAL DE ALFABETIZACIÓN
TAMBIÉN FUE UNA CONQUISTA COLECTIVA
DONDE PARTICIPARON MILES DE CHAVALOS,
SOBRE TODO DE LAS CIUDADES,
ENSEÑANDO A LEER Y A ESCRIBIR
A OTROS TANTOS MILES DE CAMPESINOS.
LOS ALUMNOS DE SECUNDARIA Y HASTA DE PRIMARIA
SE CONVIRTIERON DURANTE UNOS MESES
EN MAESTROS DE LOS QUE SABÍAN
UN POCO MENOS QUE ELLOS.
A SU VEZ, ELLOS APRENDIERON LA CULTURA POPULAR
Y CONOCIERON MEJOR SU PATRIA.
MÁS TARDE, EN LOS CEP
EL PUEBLO CONTINUÓ EDUCANDO AL PUEBLO.





EN LAS JORNADAS POPULARES DE SALUD,
EN LAS CAMPAÑAS DE VACUNACIÓN,
DE DONACIÓN DE SANGRE, DE LIMPIEZA DE LAS CALLES,
SE HA LOGRADO UNA ACTIVA PARTICIPACIÓN DE LOS VECINOS.



¿CUÁNTAS BRIGADAS
DE VOLUNTARIOS Y
DE INTERNACIONALISTAS
HAN PARTICIPADO,
AÑO TRAS AÑO,
EN LOS CORTES
DEL ROJITO,
EN LOS CORTES
DEL ALGODÓN,
TRABAJANDO HASTA
EN ZONAS DE GUERRA,
PARA LEVANTAR
ENTRE TODOS
LA PRODUCCIÓN
DE NUESTRO PAÍS?

PARTICIPACIÓN POPULAR MASIVA FUE TAMBIÉN
LA DEL 4 DE NOVIEMBRE DE 1984
CUANDO EL 75% DE LOS NICARAGÜENSES
VOTO LIBREMENTE EN LAS **ELECCIONES**
Y LOS CANDÍDATOS DEL FSLN RESULTARON ELEGIDOS
CON EL 67% DE LOS VOTOS PARA GOBERNAR EL PAÍS.



HASTA LA **CONSTITUCIÓN POLÍTICA** DE NICARAGUA
PROCLAMADA EN ENERO DE 1987 FUE EL FRUTO
DE UN LARGO DEBATE EN LA ASAMBLEA NACIONAL
Y TAMBIÉN ENTRE LOS SECTORES POPULARES.
UTILIZANDO LA ANTIGUA FÓRMULA DE CABILDOS ABIERTOS
LOS CIUDADANOS NICARAGÜENSES PARTICIPAMOS
EN LA REDACCIÓN DE LA CONSTITUCIÓN,
REVISAMOS LOS TEXTOS Y DIMOS APORTES PARA MEJORARLOS.

¿Y CÓMO LA PEQUEÑA NICARAGUA
HA PODIDO GANAR LA PAZ
FRENTE AL MAYOR IMPERIO DEL MUNDO,
QUE DURANTE AÑOS PERTRECHÓ A SUS MERCENARIOS
CON ARMAMENTO SOFISTICADO Y MILLONES DE DÓLARES?

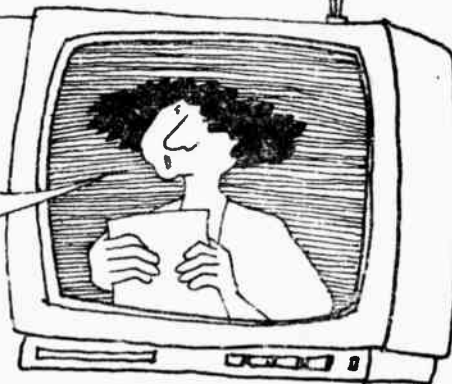
EN NUESTRA **DEFENSA** HAN PARTICIPADO
EL **EPS** Y EL **MINT**, LOS BATAILLONES DE **RESERVA**
LOS CACHORROS DE LOS **BLI**, LOS **MILICIANOS** Y LOS **CDS...**
Y TODO EL PUEBLO.

PORQUE HAY 300,000 FUSILES
EN MANOS DE CAMPESINOS Y OBREROS.
PORQUE ES TODO EL PUEBLO
QUIEN ESTÁ DEFENDIENDO AL PUEBLO.

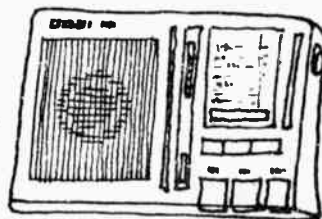


UNA REVOLUCIÓN TAN MARCADA
POR LA PARTICIPACIÓN POPULAR
EXIGÍA, NATURALMENTE,
UNA PROPUESTA COHERENTE
A NIVEL DE LOS MEDIOS
DE COMUNICACIÓN SOCIAL.

POR ESO,
HACEMOS SEMANALMENTE
EL
DE CARA AL PUEBLO



Y A DIARIO
CONTACTO 620
Y HABLEMOS
Y
EN DIRECTO
Y DESDE LA CALLE
Y...



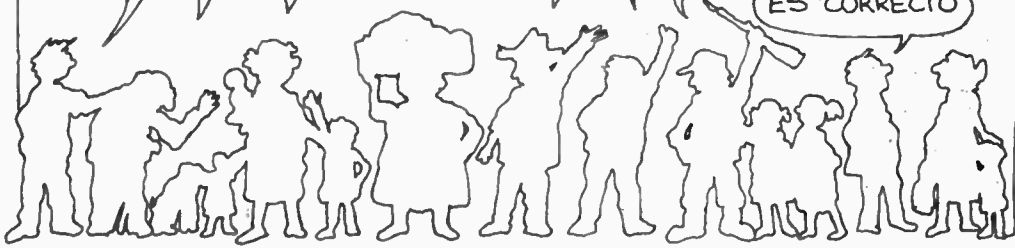
Y NUESTROS LECTORES
OPINAN...



ESTAS EXPERIENCIAS DE COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA
EN LOS DIFERENTES MEDIOS (TV, RADIO, PRENSA)
SON VALIOSÍSIMAS.
HAY QUE APOYARLAS, MULTIPLICARLAS, AMPLIARLAS.
Y PROCURAR QUE NO SE QUEDEN
EN INICIATIVAS SIN AMARRE.
QUE RESPONDAN A UN PROYECTO
MÁS GENERAL, DE CONJUNTO,
A UNA POLÍTICA NACIONAL DE COMUNICACIONES
CUYO EJE FUNDAMENTAL
SEA PRECISAMENTE ÉSTE:

LA PARTICIPACIÓN POPULAR

ES CORRECTO



PARA LUEGO
ES TARDE, HERMANO.
EN CORADEP NOS AVENTAMOS
Y PUSIMOS A NUESTRAS
18 EMISORAS REGIONALES
A SOCAR DURO Y PAREJO
PARA IMPULSAR
EL PROYECTO ESTRATÉGICO
DE LA
RADIO PARTICIPATIVA

¿RADIO PARTICIPATIVA?
¿Y QUÉ LLEVA ESE NACATAMAL?





"AÚN NO HEMOS ESTABLECIDO PLENAMENTE
 EN NICARAGUA UN MODELO DE COMUNICACIÓN
 EN QUE EL RECEPTOR TENGA LA MISMA VENTAJA
 DE DIFUNDIR SU MENSAJE
 EN LOS TÉRMINOS EN QUE LO HACE EL EMISOR.
 MIENTRAS ESTO NO SE LOGRE,
 NO HABREMOS ESCALADO
 UN PROCESO COMPLETO DE COMUNICACIÓN.
 SIN EMBARGO,
 VIVIMOS UN PROCESO DE TRANSICIÓN
 EN EL QUE SE SUCEDEN Y ALTERNAN
 LA BÚSQUEDA Y LA IMPLEMENTACIÓN
 DE UN MODELO HORIZONTAL
 Y LA RUPTURA
 DEL MODELO VERTICAL PREVALECIENTE"

C.D.TE. TOMÁS BORGE
 XI ANIVERSARIO SSTV - 11-8-84





NO ME GUSTAN LAS DEFINICIONES, PERO, EN FIN, PARA QUE NO DIGAN QUE HACE FALTA UNA...



SE TRATA DE DEMOCRATIZAR LA PALABRA. PORQUE LA PALABRA ES PODER. Y EN NICARAGUA ESE PODER ESTUVO CONCENTRADO EN MUY POCAS BOCAS. LOS MICRÓFONOS, LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL, FUERON MONOPOLIZADOS POR UNA MINORÍA PRIVILEGIADA. CON EL TRIUNFO DE LA REVOLUCIÓN EL PUEBLO RECUPERÓ ALGUNOS DE ESTOS MEDIOS Y EL DERECHO A HABLAR A TRAVÉS DE ELLOS.*

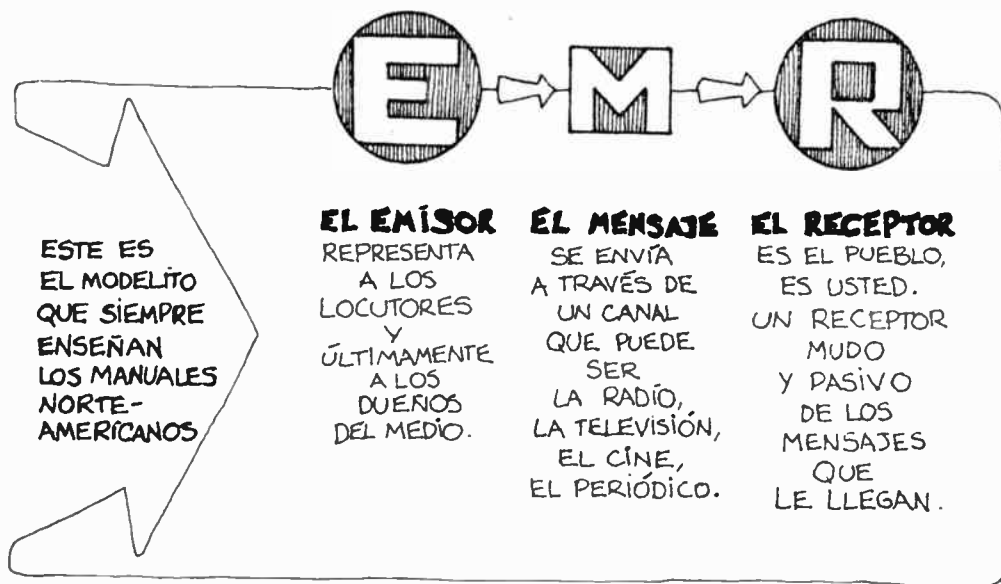
LAS EMISORAS DE CORADEP SON DEL PUEBLO. PERO NO BASTA SOCIALIZAR LA PROPIEDAD DE LOS MEDIOS. HAY QUE SOCIALIZAR TAMBIÉN LA PRODUCCIÓN DE LOS MENSAJES.



"DEVOLVER LA PALABRA ARREBATADA A NUESTRO PUEBLO..."

INCORPORAR IRREVERSIBLEMENTE AL PUEBLO A LA COMUNICACIÓN."

PARA LOGRAR ESTA PRESENCIA DE LA VOZ POPULAR EN LOS MEDIOS, NECESITAMOS QUEBRAR EL ESQUEMA TRADICIONAL COMERCIAL, DE LA COMUNICACIÓN.



MÁS TARDE, LOS TEÓRICOS NORTEAMERICANOS
- SHANNON WEAVER Y OTROS -
QUISIERON MAQUILLAR UN POCO LA CARA TAN FEA
DE ESTA COMUNICACIÓN VERTICAL.
INVENTARON, ENTONCES, LA FAMOSA PALABRITA

FEED BACK
QUE EN CASTELLANO SE TRADUJO COMO
RETROALIMENTACIÓN

¿POR DÓNDE
DICE
QUE ME QUIEREN
ALIMENTAR?

AHORA EL **RECEPTOR**
OPINA CUANDO SE LE PREGUNTA,
RESPONDE CUANDO SE HACEN SONDEOS
PARA CONOCER SUS GUSTOS,
SE PUBLICAN "RATINGS" DE AUDIENCIA.

EL PROBLEMA ES QUE
EL FEED BACK
NO ES OTRA COSA
QUE UN MECANISMO PUBLICITARIO
PARA MEDIR A LOS OYENTES
Y AFINAR MEJOR LA PROPAGANDA
Y AUMENTAR LAS GANANCIAS.

ES DECIR, EL **EMISOR** U.S.A.
LA OPINIÓN DEL RECEPTOR
PARA VENDERLE MÁS
Y MANIPULARLO MEJOR.



POR FAVOR, NO CONFUNDAS
LA GIMNASIA CON LA MAGNESIA,
NI ESTE "FEED BACK" IMPORTADO CON NUESTRO
CONCEPTO DE **PARTICIPACIÓN**.
NADA TIENE QUE VER
UNA COSA CON LA OTRA.

VAYA!
¡SI ESO ES MÁS VIEJO
QUE EL PINOL!
EN LA RADIO
DE ANTES Y DE SIEMPRE
SE HAN HECHO PROGRAMAS
PARTICIPATIVOS:
CONCURSOS,
COMPLACENCIAS,
ENTREVISTAS
CALEJERAS...

SÍ, ES CIERTO.
PERO ESOS PROGRAMAS
INGENIOSOS O POPULACHEROS
SÓLO TENÍAN
INTERESES COMERCIALES:
GANAR MÁS AUDIENCIA
PARA VENDER MÁS
JABONES O CIGARRILLOS.
LA PRESENCIA DEL PUEBLO
EN ESOS PROGRAMAS
ERA MUY EVENTUAL,
CONTROLADA,
Y EN EL FONDO
UN SIMPLE PRETEXTO
PARA AUMENTAR
LA FACTURACIÓN
DE LA EMISORA.



CON FEED BACK O SIN FEED BACK
LA RADIO COMERCIAL MANTIENE SIEMPRE ESTE ESQUEMA:
UNA COMUNICACIÓN - O MEJOR, UNA SIMPLE DIFUSIÓN -
DONDE UNOS EMITEN Y OTROS RECIBEN,
UNOS VENDEN Y OTROS COMPRAN,
UNOS SON LOCUTORES Y OTROS SON OYENTES.

ENTONCES, ¿QUÉ?

CAMBIAR DE MACHO
PARA CRUZAR
UN NUEVO
RÍO



C O M U N I C A C I O N

E S

4 5

1 2 5 1 8 10 15 2 13 8 3 2 1 14 7 15 6 1 2

16 13 8 3 2 1 14 7 15 6 17 7 13 2 14

6 3 10 12 6 1 7 4 5 7 6 18 4 7 12 13 7 13

13 8 14 8 12 7 1 6 2 5 8 5 15 14 8 8 12

8 3 6 9 2 14 16 8 12 14 8 1 8 10 15 2 14

6 3 10 12 6 1 7 12 7 P O S I B I L I D A D

14 8 7 12 13 8 19 4 8 8 12

14 8 1 8 10 15 2 14 10 4 8 13 7 8 3 6 15 6 14

3 8 5 9 7 20 8 9 5 2 9 2 12 2

8 9 1 4 1 21 7 14 12 2 9



SUSTITUI LOS NÚMEROS POR LETRAS
Y LEERÁS UNA FRASE DEL CDTE. TOMÁS BORGE
EN EL X ANIVERSARIO DE LA UPN
QUE CARACTERIZA A LA RADIO
PARTICIPATIVA.

LA RADIO PARTICIPATIVA QUIERE BRINDAR ESA POSIBILIDAD REAL DE QUE LOS RADIOESCUCHAS SE VUELVAN RADIOHABLANTES. PARA ESTO TENEMOS QUE REVOLUCIONAR, DARLE LA VUELTA, A ESTE MODELO VIEJO Y CAPITALISTA

E → m → R

Y LOGRAR QUE EL PUEBLO -EN LA CONCEPCIÓN Y EN LA PRÁCTICA- RECUPERE EL LUGAR CENTRAL, EL PROTAGONISMO QUE LE CORRESPONDE EN EL PROCESO DE LA COMUNICACIÓN. PORQUE LA COMUNICACIÓN NO COMIENZA EN E SINO EN R. SON LOS RECEPTORES LOS QUE DEBEN EMITIR. ES EL PUEBLO, CON SU CULTURA Y SU PODER, QUIEN DEBE TENER LA PRIMERA Y LA ÚLTIMA PALABRA EN ESTE ASUNTO.

YA LO DIJO
BERTOLD BRECHT
HACE 50 AÑOS

"NO SOLAMENTE
HACER OIR AL RADIOESCUCHA
SINO TAMBIÉN
HACERLE HABLAR."

Y LO DIJO
CARLOS MANUEL MORALES
EN EL 6º ANIVERSARIO
DE CORADEP

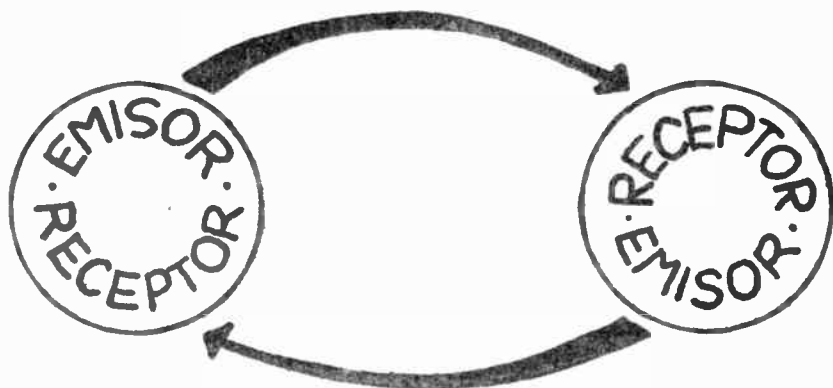
"MEDIO DE COMUNICACIÓN
SUPONE DOS HABLANDO.
NO UNO.
SUPONE COMUNICACIÓN
EN UNA DIRECCIÓN
Y RESPUESTA EN LA OTRA DIRECCIÓN:
SUPONE DIÁLOGO."

¡Y AHORA
LO DECIMOS
NOSOTROS
AQUÍ!

NO NOS CONFORMAMOS CON BUENOS
PROGRAMAS
PARA EL PUEBLO

QUEREMOS PROGRAMAS PRODUCIDOS
POR EL MISMO PUEBLO

ESTAMOS ANTE UN MODELO
HORIZONTAL Y DE DOBLE VÍA
DONDE NO HAY EMISORES Y RECEPTORES,
SINO QUE TODOS TIENEN LA OPORTUNIDAD
DE HABLAR Y DE ESCUCHAR.



¡UN MOMENTO!
LA PARTICIPACIÓN DE LA QUE HABLAMOS
NO ES LA DE LAS CUATRO MARIPOSITAS DE SIEMPRE
QUE LLAMAN Y SE PONEN A PLATICAR CON EL LOCUTOR.
AUNQUE SOBRE LA ACLARACIÓN,
RECORDEMOS QUE LA RADIO ES UN MEDIO MASIVO
Y COMO TAL SE DIRIGE A MILES Y MILES DE PERSONAS.

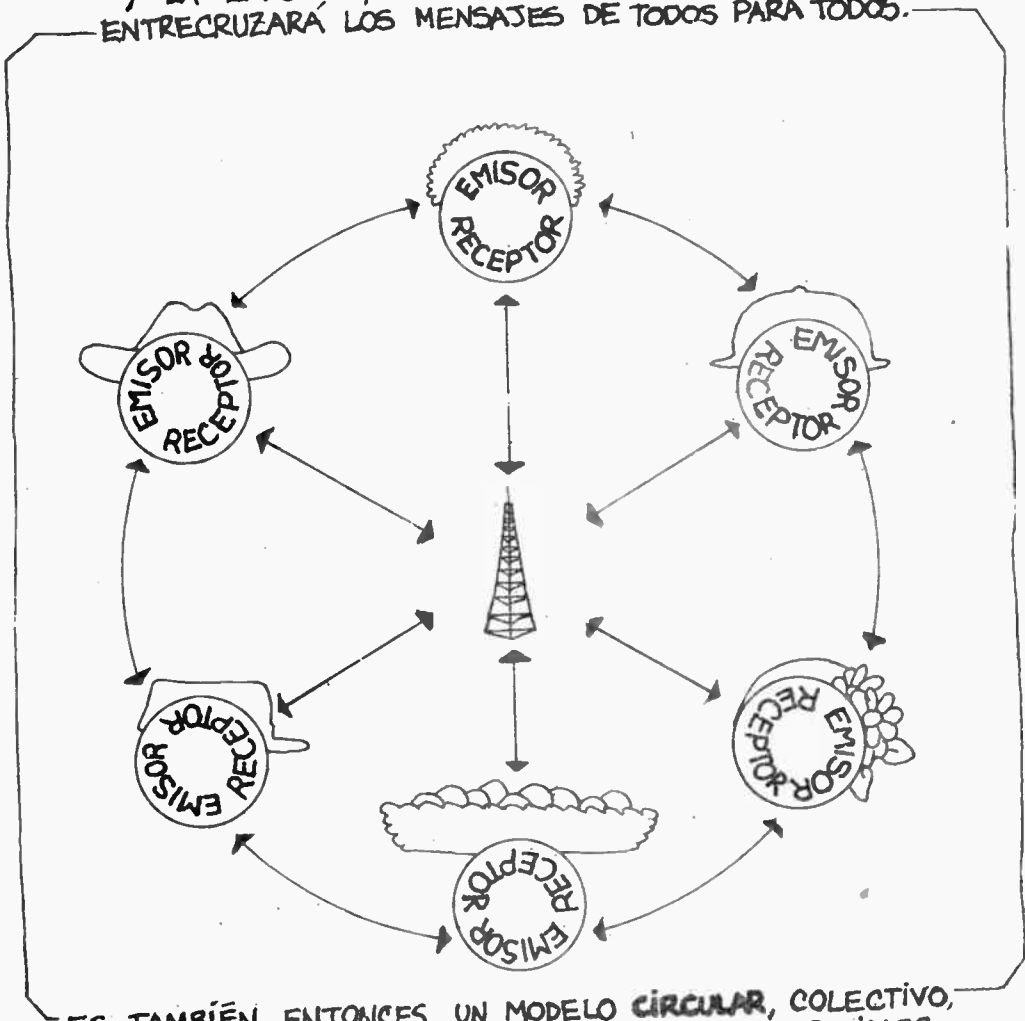
¿CÓMO SE PODRÁ DIALOGAR,
ENTONCES,
CON TANTOS MILES DE PERSONAS?

EVIDENTEMENTE, RESULTA IMPOSIBLE
UNA COMUNICACIÓN DE DOBLE VÍA
EN CADA MOMENTO, CON CADA UNO DE LOS OYENTES.
NO HAY QUE CONFUNDIR RADIO PARTICIPATIVA
CON TELÉFONO PÚBLICO
O CON UNA RUEDA DE RADIOAFICIONADOS.
PERO AÚN ASÍ, PODEMOS HABLAR
DE UNA AUTÉNTICA COMUNICACIÓN POPULAR
QUE SUPERA EL ESQUEMA DIFUSIONISTA
ASIGNADO A LA RADIO.
PORQUE EL PUEBLO QUE PARTICIPA POR CARTAS,
POR TELÉFONO, Y SOBRE TODO, POR LA GRABADORA,
NO SÓLO ESTÁ DIALOGANDO CON EL ANIMADOR
DE CABINA O EL REPORTERO.
EN ALGUNOS PROGRAMAS ASÍ SERÁ.
PERO EN LA MAYORÍA DE LAS ENTREVISTAS
Y DE LOS FORMATOS MÁS COLECTIVOS
EL PUEBLO ESTÁ HABLANDO Y ESCUCHANDO
AL MISMO PUEBLO A TRAVÉS DE LA EMISORA.

EL LOCUTOR, EL PERIODISTA,
EL PERSONAL TÉCNICO,
FACILITA ESTA COMUNICACIÓN
PERO NO LA PROTAGONIZA.

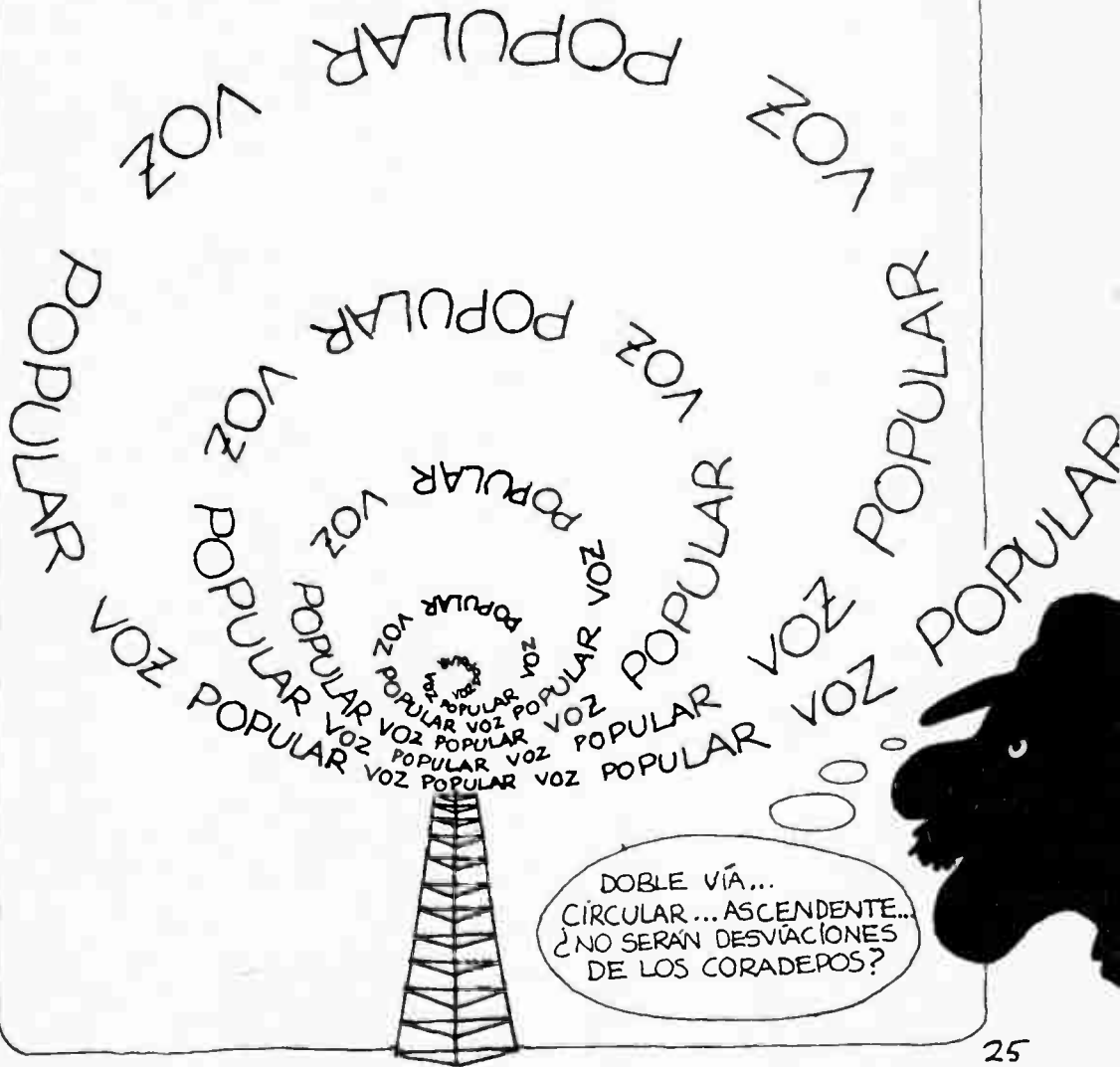


HABLANDO, COMUNICANDO SUS PROBLEMAS Y SUS LOGROS,
 UNA COMUNIDAD CAMPESINA SE PROYECTA
 A TODAS LAS DEMÁS COMUNIDADES
 Y TAMBIÉN A LOS VECINOS DE LA CIUDAD.
 Y AL REVÉS, LOS DE LOS BARRIOS SE DARÁN A CONOCER EN EL CAMPO.
 LOS GRUPOS ORGANIZADOS SE DIRIGEN DESDE LA RADIO
 A LOS MENOS ORGANIZADOS.
 PERO TAMBIÉN ÉSTOS ÚLTIMOS TENDRÁN DERECHO A DECIR SU PALABRA,
 AUNQUE TAL VEZ NO SEA TAN PRECISA COMO LA DE LOS OTROS.
 Y LA EMISORA, CON SU POTENCIA TECNOLÓGICA
 ENTRECruzará LOS MENSAJES DE TODOS PARA TODOS.




ES TAMBIÉN, ENTONCES, UN MODELO CIRCULAR, COLECTIVO,
 A TRAVÉS DEL CUAL LOS DISTINTOS SECTORES SOCIALES,
 LAS DISTINTAS COMUNIDADES Y BARRIOS SE INTERCOMUNICAN,
 ASUMIENDO ALTERNADAMENTE
 LA FUNCIÓN DE EMISORES O DE RECEPTORES.
 LA RADIO, POR FIN, DEJA DE SER UN APARATO DE DISTRIBUCIÓN
 PARA CONVERTIRSE EN UN MEDIO DE PRODUCCIÓN DE MENSAJES
 Y DE INTERCOMUNICACIÓN DE LOS MISMOS.


SI ESTE MODELO DE COMUNICACIÓN CIRCULAR
 LO VEMOS EN MOVIMIENTO,
 OBTENDREMOS ALGO ASÍ COMO LA FIGURA DE UNA HÉLICE
 O DE UNA ESPIRAL **ASCENDENTE**.
 Y ES QUE LA PARTICIPACIÓN DE UNOS
 VA GENERANDO LA DE LOS OTROS.
 LAS IDEAS COLECTIVIZADAS A TRAVÉS DEL MEDIO
 CHOCAN Y PROVOCAN CONTRADICCIONES,
 Y DE ÉSTAS SURGEN NUEVAS Y MEJORES SÍNTESIS.
 Y ASÍ, HABLÁNDOSE Y ESCUCHÁNDOSE, EL PUEBLO
 VA DESARROLLANDO PROGRESIVAMENTE SU CAPACIDAD CRÍTICA,
 SU CONCIENCIA COMO PERSONA Y COMO CLASE.
 Y LA ESPIRAL SUBE Y SE ENSANCHA EN CADA VUELTA.
 Y EN CADA VUELTA ENVUELVE A MÁS GENTE
 Y MULTIPLICA MÁS LA PALABRA POPULAR.





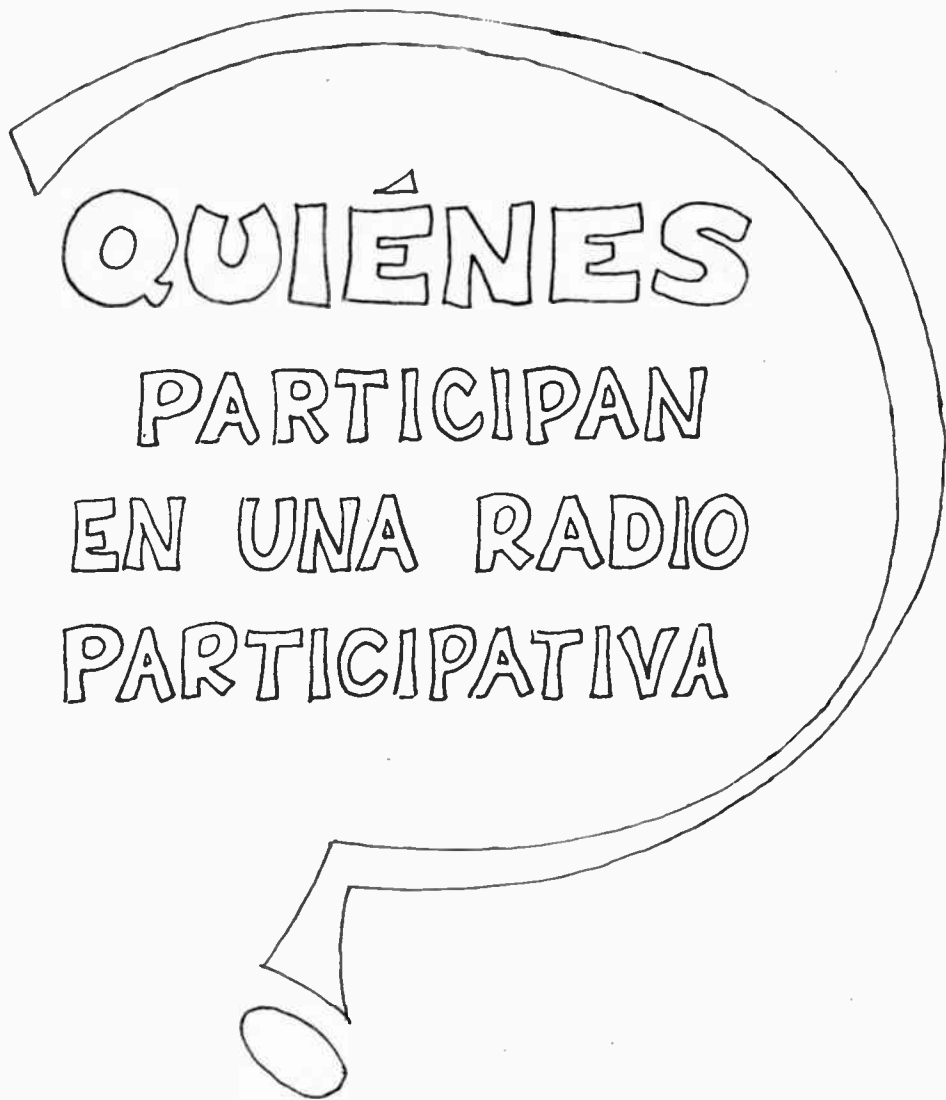


ESTE NUEVO MODELO
DE COMUNICACIÓN
PROTAGONIZADO POR
LOS SECTORES POPULARES
NO NIEGA
LA CONDUCCIÓN POLÍTICA
NÍ EL PAPEL
DE LA VANGUARDÍA.
AL CONTRARIO,
LA VUELVE MÁS NECESARIA
PARA EVITAR
ROMANTICISMOS
QUE CONSIDERAN POPULAR
TODO AQUELLO
QUE VIENE DEL PUEBLO.
PERO SI ES FUNESTO
EL POPULISMO,
NO LO ES MENOS
UNA CONCEPCIÓN CONDUCTISTA
QUE ENTIENDE
LA PARTICIPACIÓN POPULAR
COMO UN NUEVO TRUCO
PARA QUE LA GENTE HABLE
Y LUEGO SACAR
DE NUESTRO SOMBRERO
LA ÚLTIMA PALABRA,
LA DECISIÓN YA TOMADA.
NO SE TRATA DE ACEITAR
LOS ENGRANAJES VERTICALES.
ESTAMOS ANTE UNA
CONCEPCIÓN DEMOCRÁTICA
DE LA COMUNICACIÓN
DONDE EL PODER
DE LA PALABRA
RADICA EN Y SE EJERCE
POR EL PUEBLO.
UNA NUEVA CONCEPCIÓN
DE LA RADIO QUE
QUIERE TOMAR EN SERIO
AQUELLO DEL PUEBLO
COMO RAÍZ Y HORIZONTE,
COMO PRINCIPIO Y FIN
DE LA TAREA REVOLUCIONARIA.
EN ESTE CASO,
DE LA TAREA COMUNICATIVA.



EL PUEBLO TRABAJADOR
DEBE SER PROTAGONISTA
Y NOTESTIGO,
DUEÑO DE LA HISTORIA,
COMO LO HAN ORIENTADO
EN DIFERENTES MOMENTOS
TODOS LOS DIRIGENTES
DE ESTA REVOLUCIÓN.
DE NINGUNA MANERA
DEBEMOS PERMITIR
QUE LAS MASAS
SE CONVIERTAN
EN AUDITORIO,
EN CORDEROS CONDUCCIOS
POR MASTINES AMAESTRADOS.
LA DIRECCIÓN NACIONAL
LO ES EN TANTO EXISTA
UN PUEBLO REBELDE
CREATIVO, PROTAGONISTA,
DISCIPLINADO
VERDADERAMENTE LIBRE

TOMÁS BORG
7 ANIVERSARIO SSTV 11-2-84





BUENO... CASI TODOS

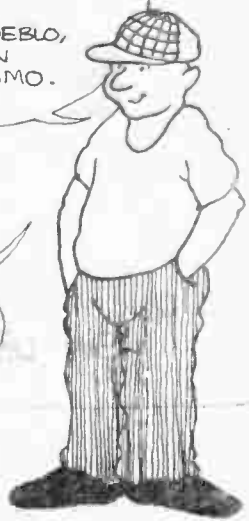
YA COMENZAMOS
CON LAS CENSURAS

NINGUNA CENSURA, LOCD.
PERO TAMPOCO, VAMOS A SER PENDEZOS.
AQUI NO ENTRAN
LOS ENEMIGOS DEL PUEBLO,
LOS QUE QUIEREN
LA VUELTA AL SOMOCISMO.



¿Y QUIÉNES ENTRAN,
ENTONCES ?

PASE LA PÁGINA
Y SE LE BASARÁ
LA ARRECHURA.



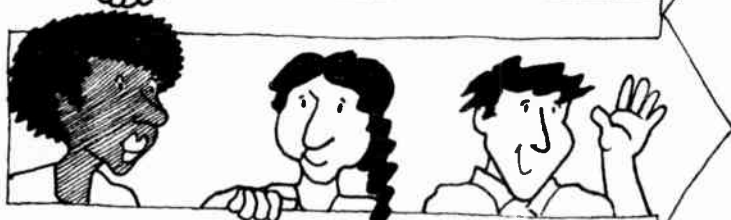
OC

PARTICIPAN

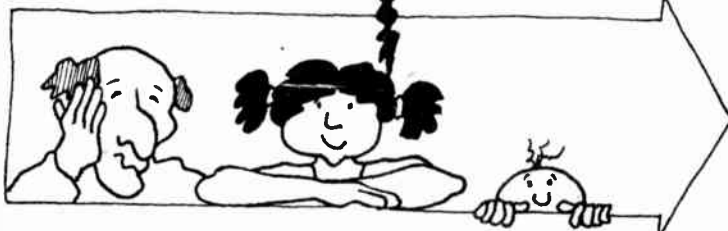
LOS DISTINTOS SECTORES SOCIALES



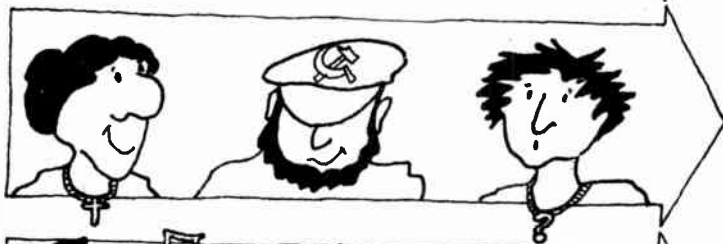
OBROS,
CAMPESINOS
Y
ESTUDIANTES



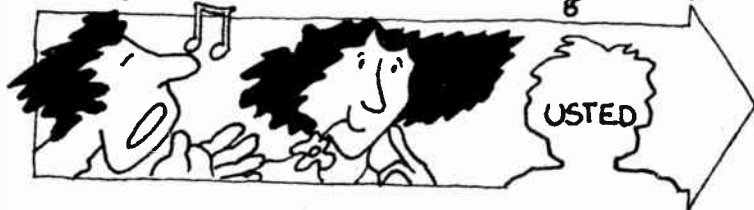
NEGROS,
INDÍGENAS
Y
BLANCOS



VIEJOS,
JÓVENES
Y
NIÑOS



CREYENTES,
ATEOS
E
INDECISOS



MÚSICOS
POETAS
Y
LOCOS

LA RADIO ES UN MEDIO MASIVO,
TIENE QUE ABRIRSE A TODOS LOS SECTORES SOCIALES
SIN DISTINCIÓN NI DISCRIMINACIÓN.

POR ESO, SERÍA PELIGROSO HABLAR DE UNA EMISORA "CAMPELINA"
O DE UN PROGRAMA "URBANO".
PORQUE PRECISAMENTE ESTAMOS BUSCANDO ALIANZAS
ENTRE LOS DISTINTOS SECTORES SOCIALES.
EN UN PROGRAMA DE MUJERES
PUEDEN Y DEBEN PARTICIPAR LOS HOMBRES.
Y EN UNA REVISTA INFANTIL, LOS ADULTOS.
LA ALIANZA OBRERO-CAMPELINA ES ESTRATÉGICA PARA LA
REVOLUCIÓN Y PARA NUESTRAS RADIOS.

ENTONCES, EL PERFIL DE UNA EMISORA
-MÁS URBANA, MÁS CAMPELINA, MÁS ÉTNICA-
SEÑALA LA PRIORIDAD DE UNA AUDIENCIA.
PERO NUNCA LA EXCLUSIÓN DE LAS DEMÁS.
NI LA EXCESIVA SECTORIZACIÓN DE LOS PROGRAMAS.



PARTICIPAN

LA BASE Y LOS DIRIGENTES

EN UNA RADIO PARTICIPATIVA
DEBEN HABLAR GRANDES Y PEQUEÑOS.
LA BASE Y LOS DIRIGENTES,
LAS MASAS Y LA VANGUARDIA,
LOS MÁS ESCLARECIDOS Y LOS MENOS,
LOS ORGANIZADOS Y LOS DEL MOLOTE.

DECIMOS HABLAR, OPINAR.
NO BASTA CON QUE LA BASE PREGUNTE
Y LOS DIRIGENTES RESPONDAN.
HAY QUE IR MÁS LEJOS Y DARLES A TODOS
LA POSIBILIDAD DE DECIR SU PALABRA.
QUE LOS DIRIGENTES TAMBIÉN PREGUNTEN.
QUE LA BASE LE HABLE A LA BASE
SIN NECESIDAD DE INTERMEDIARIOS.
QUE TODOS APRENDAN
Y TODOS ENSEÑEN.



CUANDO DECIMOS "DIRIGENTES"
NO ESTAMOS PENSANDO EN NUESTRA VANGUARDIA POLÍTICA
QUE HA DEMOSTRADO UNA GRAN CAPACIDAD PARA HABLAR
NO SÓLO A LAS MASAS
SINO CON LAS MASAS.

PENSAMOS EN LOS INTERMEDIOS.
PENSAMOS EN EL LÍDER ESTUDIANTIL QUE HABLA POR LA RADIO
CON EL LENGUAJE DE LA "ESCUELA DE CUADROS"
Y SE DIRIGE A LOS QUE YA PIENSAN COMO ÉL.

PENSAMOS EN EL CRISTIANO
QUE TIENE UN PROGRAMA DE EVANGELIZACIÓN
Y HABLA SÓLO PARA LOS CRISTIANOS.
Y EL SINDICALISTA QUE SÓLO SE DIRIGE A LOS SINDICALISTAS.
Y LA FEMINISTA A LAS FEMINISTAS.
Y EL SANDINISTA A LOS SANDINISTAS...



Y DE TAN OBVIÓ, A VECES, SE NOS OLVIDA :
LA RADIO ES UN MEDIO MASIVO
LA RADIO ES DE LAS MASAS Y PARA LAS MASAS
Y LA MASA POPULAR ES PLURAL
MULTÍFORME EN GUSTOS Y COLORES
IMPREDECIBLE, IRREVERENTE, ÍNSOLENTE...



Y MÁS EN NICARAGUA,
DONDE VULGAREAMOS
AL MÁS FACHENTO
¡Y NI LOS SANTOS SE NOS CAPEAN...!

CON ESTO NO QUEREMOS DECIR QUE EN LA RADIO PARTICIPATIVA
SÓLO VAN A HABLAR LAS MASAS.
O QUE NO QUEREMOS APOYAR / LOS FRENTES Y
ORGANIZACIONES POPULARES.
AL CONTRARIO, ESA ES UNA TAREA PRIORITARIA.
PERO LA MEJOR MANERA DE APOYAR
Y HACER CRECER A UNA ORGANIZACIÓN
CONSISTE EN DIRIGIRSE, PRECISAMENTE, A LOS QUE NO ESTÁN EN ELLA.
CUANDO UN DIRIGENTE HABLA DESDE LA RADIO
TIENE QUE PENSAR SOBRE TODO EN LOS QUE NO ESTÁN ORGANIZADOS,
EN LOS QUE DESCONFÍAN, EN LOS QUE SE ABURRIERON,
EN LOS QUE NO PARTICIPAN...
PORQUE ES A ELLOS A LOS QUE TENEMOS QUE GANAR.
LOS NUESTROS YA ESTÁN GANADOS.
Y ESTE CAMBIO DE MENTALIDAD SUPONE CAMBIAR EL LENGUAJE,
LOS TEMAS, LOS ENFOQUES...
HAY QUE APRENDER A HABLAR DESDE EL PUNTO DE VISTA
-O MEJOR, DESDE EL PUNTO DE VOZ-
DE TODO EL PUEBLO.



MUCHAS VECES EL TRABAJO DE PROPAGANDA
POR RADIO
SE NOS HA REDUCIDO A
UTILIZAR EL ARGUMENTO DE AUTORIDAD
Y SEGUIR CONVENCRIENDO A LOS CONVENCIDOS

CON ESTE SEGUNDO EQUILIBRIO
HAREMOS UNA RADIO
QUE NO SEA AUTORITARIA
NI TAMPOCO
UN DESPELOTE SIN CONDUCCIÓN



" EL ARTICULADO DE LA CONSTITUCIÓN POLÍTICA
EN RELACION A LOS APARATOS DE DIFUSION DE MASAS
RECOCGE COMO PRINCIPIO EL ACCESO DEL PUEBLO A LOS MEDIOS.
LA LEGISLACION CONSTITUCIONAL GARANTIZA
LA PARTICIPACION POPULAR EN MATERIA DE COMUNICACION.
CORRESPONDE A QUIENES ESTAN AL FRENTE DE LOS MEDIOS
CONSEGUIR EN LA PRACTICA QUE LAS MASAS
PUEDAN GESTIONAR SU VOZ, SU IMAGEN Y SU PALABRA,
SER PROTAGONISTAS DEL NUEVO RUIDO DE LA HISTORIA
EN LOS HECHOS Y EN LAS PALABRAS".

CDTE. TOMÁS BORGE
X ANIVERSARIO U.P.N. 1-3-88

¡ CLASE DE DESAFÍO!



PARTICIPAN

LOS QUE PIENSAN DISTINTO

PLURALISMO POLÍTICO TAMBIÉN QUIERE DECIR
PLURALISMO COMUNICACIONAL.
NUESTRA CONSTITUCIÓN
RECONOCE EL DERECHO DE INFORMAR
Y EL FUNCIONAMIENTO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN
SIN CENSURA PREVIA
(ARTÍCULOS 67 Y 68).
TAMBIÉN RECONOCE EL DERECHO QUE TODO CIUDADANO
TIENE A DENUNCIAR Y CRITICAR
LO QUE NO LE PARECE CORRECTO.

EL BOZAL SE FUE
CON SOMOZA...



ARTICULO 52

"Los ciudadanos tienen
derecho _____


que la ley establezca."

COMPLETÁ
ESTE OTRO



ES DECIR, EN NUESTRAS RADIOS
PUEDEN Y DEBEN HABLAR
LOS QUE NO ESTÁN DE ACUERDO,
LOS QUE PIENSAN DISTINTO,
LOS QUE CRÍTICAN AL GOBIERNO.
NOSOTROS MISMOS
TENEMOS QUE ADELANTARNOS
E INFORMAR SOBRE LOS ACIERTOS
Y TAMBIÉN
SOBRE LAS METIDAS DE PATA.
HAY QUE DECIR LA VERDAD
AUNQUE NOS DUELA,
AUNQUE NO NOS CONVENGA.
PORQUE LA VERDAD
ES SIEMPRE REVOLUCIONARIA,
DÍGALA QUIEN LA DIGA.
DE LO CONTRARIO,
HARÍAMOS UNA RADIO SECTARIA,
OFICIALISTA,
QUE HASTA A NOSOTROS
NOS ABURRIRÁ.
POR SUPUESTO,
HABLAMOS DE CRÍTICAS CONSTRUCTIVAS,
NO DE CUECHOS,
DENUNCIAS IRRESPONSABLES
O INOPORTUNAS,
MEDIAS VERDADES,
MENTIRAS REPETIDAS HASTA LA SUGESTIÓN,
Y OTRAS ZANGANADAS DIVERSIONISTAS
QUE SE INVENTAN
LOS QUE YA SABEMOS.





¿USTED DEFIENDE, ENTONCES,
UN PERIODISMO **IMPARCIAL**?

NO ME GUSTA ESA PALABRITA
PORQUE, EN REALIDAD,
TODO PERIODISMO
ESTÁ **DE PARTE DE** ALGUIÉN:
DE LOS RICOS O DEL PUEBLO.

Y EL SUYO
ESTÁ DE PARTE DEL GOBIERNO

PARCIAL NO ES LO MISMO
QUE OFICIALISTA NI SECTARIO.
ESTAR DE PARTE DEL PUEBLO
ES ESTAR DE PARTE DE LA VERDAD
VENGA DE DONDE VENGA.

Y SI UNA NOTICIA
CRÍTICA AL GOBIERNO
¿USTED LA PASARÍA?

SI ES VERDADERA, LA PASO.
PRECISAMENTE POR SER PARCIALES
(A FAVOR DEL PUEBLO)
TENEMOS QUE SER **CRÍTICOS**
DEL GOBIERNO, DEL MISMO PUEBLO...
¡Y DE NOSOTROS MISMOS!

MUY BONITO, PERO...

¿PERO QUÉ?

¿Y SI POR SER CRÍTICOS
LE METEN UN GOL?

¡ PUES APRENDEREMOS
A JUGAR Y A DEFENDERNOS!
¿O ES QUE POR MIEDO
AL OTRO EQUIPO
VAMOS A SUSPENDER EL PARTIDO?



OTRO DIFÍCIL EQUILIBRIO
 QUE TENEMOS QUE APRENDER:
 UN PERIODISMO MÁS SERIO,
 MENOS CHAGÜITERO
 Y MÁS INVESTIGATIVO,
 NOS AYUDARÁ A NO CAERNOS
 DE NINGÚN LADO.

SECTARISMO

DIVERSIONISMO

SER FIELES A LA VERDAD ES SER CRÍTICOS.
 EL QUE NO CRÍTICA ES UN MENTIROSO.
 EL QUE NO CRÍTICA ES UN COBARDE.
 EL ACRITICISMO ES SOSPECHOSO
 COMO SÍNTOMA DE UNA ENFERMEDAD CONTAGIOSA.
 SÉ QUE AHORA DISCUTIERON BASTANTE
 Y HABLARON CON SERGIO RAMÍREZ SOBRE LA CRÍTICA.
 Y SE QUEJABAN ALGUNOS
 DE QUE NO HAY ESPACIO PARA LA CRÍTICA.
 YO DIRÍA QUE LA CRÍTICA
 COMO CUALQUIER OTRO LOGRO REVOLUCIONARIO
 NO DEBE SER RECLAMADO NI DEBE SER SOLICITADO.
 LA CRÍTICA HAY QUE GANÁRSELA.
 LA CRÍTICA NO ES UNA LIMOSNA QUE SE SOLICITA.
 LA CRÍTICA ES UN DERECHO
 QUE TIENEN TODOS LOS REVOLUCIONARIOS NICARAGÜENSES.

CDTE. TOMÁS BORBE
 X ANIVERSARIO U.R.N. 1-3-88

PARTICIPAN LOS TÉCNICOS Y LOS NO TAN TÉCNICOS



LOS PERIODISTAS PROFESIONALES
MIRAN CON DESCONFIANZA
A LOS CORRESPONSALES POPULARES.
LOS LOCUTORES RECHAZAN
A LOS QUE NO HABLAN BONITO,
A LOS QUE NO ENGOLAN LA VOZ
COMO ELLOS.
LOS ARTISTAS SÓLO LLEGAN A SERLO
CUANDO GRABAN UN DISCO.
LOS RADIALISTAS Y DEMÁS TÉCNICOS
SE SIENTEN CON EL MONOPOLIO
DEL MICROFONO Y LA PALABRA.

EN TODA AMÉRICA LATINA,
Y TAMBIÉN EN NICARAGUA,
SUFRIMOS ENFERMEDADES
COMO ÉSTAS.
PERO YA ES HORA DE SACUDIR
LOS CELOS PROFESIONALES
Y LAS CONCEPCIONES BURGUESAS
DE LA COMUNICACIÓN.
LOS ACTORES PRINCIPALES
DE LA NUEVA RADIO PARTICIPATIVA
TIENEN QUE SER LOS TRABAJADORES,
LAS AMAS DE CASA, LOS CAMPESINOS,
LOS QUE NO ESTUDIARON LOCUCIÓN
NÍ TIENEN EL CARTÓN UNIVERSITARIO.



ESTO NO QUIERE DECIR QUE VAMOS A PRESCINDIR DE LOS TÉCNICOS NI DE LOS PERIODISTAS CON EXPERIENCIA, NI DE LIBRETISTAS Y LOCUTORES CON AÑOS DE OFICIO. AL CONTRARIO, ELLOS SON MÁS NECESARIOS QUE NUNCA. TIENEN QUE JUGAR UN PAPEL DECISIVO EN ESTA NUEVA ETAPA:

EL PAPEL DE LA PARTERA.

ES DECIR, SU TRABAJO PRINCIPAL SERÁ FACILITAR LA PALABRA AL PUEBLO. QUE LA GENTE APRENDA A USAR EL MEDIO Y DOMINE EL LENGUAJE RADIOFÓNICO. LOS TÉCNICOS TIENEN QUE SOCIALIZAR SUS TÉCNICAS. TIENEN UNA LABOR DE TRANSFERENCIA, DE CAPACITACIÓN. Y ESTA LABOR NO SE AGOTA NUNCA. SIEMPRE NECESITAREMOS AYUDANTES PARA EL NACIMIENTO DE LAS PALABRAS POPULARES SILENCIADAS DESDE HACE 500 AÑOS...



HAY UNA CRIATURA REVOLUCIONARIA EN EL VIENTRE DE ESTE HEMISFERIO, PERO NO EXISTEN TODAYIA LOS PARTEROS QUE VAN A ASISTIR A ESA MUJER EN EL PARTO.

FIDEL CASTRO
18-7-1985



VOS TUNCO CARRETONERO
VOS CARBONERO ENCONTILADO
ENGRASADO TAXISTA
BUSERO GORDO
SOLDADOR BORRACHO
ZAPATERO REMENDÓN
LOS VENDE SORBETES Y RASPADOS
EL CIPOTE VENDE CHICLES
LOS CIEGOS QUE PIDEN LIMOSNA EN LAS PARADAS
LOS TULLIDOS DE TODA CLASE
LOS BUSCA PLEITOS EN LAS CANTINAS
TODA LA MANCHA DE VAGOS
LAS PANDILLAS DE TODOS LADOS
LA VERDULERA NALGONA
LA VIEJA ASMÁTICA DEL CANASTO
LA NEGRA VENDE VIGORÓN
LAS VENDE GALLO PINTO Y CARNE ASADA
LAS MONDONGUERAS
LAS NACATAMALERAS MANTECOSAS
LAS SIRVIENTAS
LAS PICHELES
LAS RUFIANAS
CON TODO Y SUS ZORRAS...






SI LE ENTIENDO BIEN
EN CORADEP SE ACABÓ TODO.
SE ACABÓ EL ELENCO DRAMÁTICO.
SE ACABARON LOS BUENOS LOCUTORES.
SE ACABARON LOS MUSICALIZADORES.
¡SE ACABÓ EL ARTE Y LOS ARTISTAS!

NO, MI REINA,
NO SEÁS PORFIADA.
ES AL REVÉS.
USTEDES AHORA TIENEN DOBLE TRABAJO:
SEGUIR GRABANDO SUS NOVELAS
CON BUENA CALIDAD
Y ADEMÁS, ENSEÑARLES
A LOS OBREROS Y CAMPESINOS
A GRABAR SOCIODRAMAS,
CUENTOS, DRAMATIZACIONES...
CADA UNO TIENE QUE SOCIALIZAR
LA TÉCNICA QUE SABE.

Y PREGUNTO YO:
¿UNA VIÑETA GRABADA EN ESTUDIO
Y CON UN BUEN LOCUTOR
NO SERÍA PARTICIPATIVA?

NO SEÁS TAN RADICALOTA.
ES PARTICIPATIVO
CUANDO EL PUEBLO
PARTICIPA EN LA PRODUCCIÓN.
PERO TAMBIÉN
CUANDO ESA PRODUCCIÓN
PARTE DE LOS INTERESES POPULARES.
SI SU VIÑETA ES ASÍ,
VA DE VIAJE.
PERO NO OLVIDE
QUE TENEMOS QUE EXPERIMENTAR VIÑETAS
Y TODA CLASE DE PROGRAMAS
CON PARTICIPACIÓN DIRECTA
DEL PUEBLO.

"QUEREMOS QUE NO SE PIERDA
LA CALIDAD ARTÍSTICA
PERO QUE SE RECUERDE QUE..."

		TE				LOS
AR				DEN	SIR	
	ROS	TIEN	NO		O	
	EL	LOS	BRE	VE		PE
Y	EN			CAN	DA	PA
		NO		RA	SI	
LO			NOS ^W	SI		NA



CON LOS MOVIMIENTOS
DEL CABALLO DEL AJEDREZ
Y PARTIENDO
DEL CABALLO NEGRO
HAY QUE COMPLETAR LA FRASE
DEL CDTE. BAYARDO ARCE



NO SÉ... PERO TODA ESTA BOLA
DE LA RADIO PARTICIPATIVA...
¡TODO ESTO ME HUELE A CHAPIOLLISMO!

UN GRAVE ERROR SERÍA CONCEBIR
LA RADIO PARTICIPATIVA
COMO UN TRABAJO ESPONTÁNEO,
ARTESANAL, MAL HECHO.
POR EL CONTRARIO,
LOS PROGRAMAS PARTICIPATIVOS
SON MÁS COMPLEJOS,
LLEVAN MÁS RECURSOS,
EXIGEN TANTA O MÁS PROFESIONALIDAD
QUE LOS PROGRAMAS COMERCIALES.
CLARO, DEFINIENDO PRIMERO
QUÉ ENTENDEMOS POR "PROFESIONAL".
LÓGICAMENTE, LOS NIVELES DE CALIDAD,
LOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN,
NO PUEDEN SER LOS MISMOS PARA UN PROGRAMA
GRABADO EN UNA COMUNIDAD CAMPESINA
QUE PARA OTRO GRABADO EN CABINA.
UNA COSA ES BUENA CALIDAD
Y OTRA UN PERFECCIONISMO EXAGERADO
QUE DESCALIFICARÍA EL ARTE POPULAR.

LA RADIO PARTICIPATIVA
ES UNA **RADIO PROFESIONAL**
Y CONTAMOS CON LOS TÉCNICOS
Y CON LOS NO TAN TÉCNICOS
PARA LOGRAR
ESTE CUARTO Y DIFÍCIL EQUILIBRIO





¡YA ME HARTARON
CON ESE POCO
DE EQUILIBRIOS!



DESDE DONDE

SE HACE

LA RADIO

PARTICIPATIVA

NO BASTAN LOS PRINCIPIOS NI LOS BUENOS DESEOS.
HAY QUE CREAR LAS CONDICIONES PARA QUE LA RADIO PARTICIPATIVA
PUEDA SER POSIBLE.
AHORA BIEN, PARA QUE LOS PROGRAMAS PUEDAN SER HECHOS
POR EL PUEBLO
Y RESULTEN CADA VEZ MÁS POPULARES
TAMBIÉN TIENEN QUE SER HECHOS
DESDE EL PUEBLO.

¡PONÉMELO EN BLANCO Y NEGRO
HERMANO...!

① DESDE LA CALLE

COMENCEMOS
POR EL PRIMER NIVEL,
EL MÁS SENCILLO DE LOGRAR:
HAY QUE SACAR LOS MICRÓFONOS
A LA CALLE, AL CAMPO,
A LOS BARRÍOS,
A LAS COMUNIDADES,
AL LUGAR DONDE ESTÁ LA GENTE.
PORQUE NO ES TANTO
QUE EL PUEBLO LLEGUE
A LA EMISORA,
SINO QUE LA EMISORA
SALGA DE SUS CUATRO PAREDES
Y SE ENCUENTRE
CON LOS TRABAJADORES
Y LOS CAMPESINOS,
AHÍ DONDE VIVEN Y ESTÁN.



LA RADIO PARTICIPATIVA ES UNA RADIO DE EXTERIORES
Y EL BUEN LOCUTOR SE FOGUEA
FUERA DE LA CABINA, EN MEDIO DE SU PUEBLO.

NUESTRAS RADIOS TIENEN QUE DISEÑAR
UNA ESTRATEGIA DE PARTICIPACIÓN POPULAR
Y PEINAR TODA LA ZONA DE COBERTURA
CON GRABADORAS Y UNIDADES MÓVILES
LLEGANDO EN CARRO, A CABALLO,
EN BICICLETA O A PINCEL
Y HACER QUE TODO EL MUNDO HABLE,
QUE LOS MICRÓFONOS LLEGUEN A TODOS...

YA HEMOS TRASMITIDO
DESDE TODAS ESTAS COMUNIDADES
PERO NOS FALTA TODA ESTA ZONA .
¡ ASÍ QUE EN MARCHA
Y CADA UNO CON SU GRABADORA !
¡ EN ZAFARRANCHO DE COMUNICACIÓN !



② DESDE LA REALIDAD DE LA REGIÓN

EL PERFIL DE UNA EMISORA Y SUS PRIORIDADES
NO SE ESTABLECEN EN LOS ESCRITORIOS
A PARTIR DE NUESTRAS INTUICIONES.
HAY QUE CONOCER LA REGIÓN, HAY QUE RECORRERLA.
HAY QUE INVESTIGAR LA REALIDAD
EN DONDE ESTAMOS TRASMITIENDO.
EL PROYECTO DE LA RADIO SE IRÁ DEFINIENDO
A PARTIR DE UN **DIAGNÓSTICO** DE LA ZONA DE COBERTURA,
DEL ANÁLISIS DE SU ESTRUCTURA SOCIOECONÓMICA,
DE LA COYUNTURA QUE SE ESTÉ VIVIENDO,
DE LAS ORGANIZACIONES POPULARES EXISTENTES.
HAY QUE EVALUAR TAMBIÉN
EL IMPACTO DE LOS OTROS MEDIOS DE COMUNICACIÓN
QUE INCIDEN EN LA REGIÓN
Y LA REAL PENETRACIÓN DE NUESTRA EMISORA



POR AHÍ HAY QUE COMENZAR, POR CONOCER LA ZONA
Y NUESTRO ALCANCE EFECTIVO.
PARA HACER REALISTA NUESTRO TRABAJO.
PARA ACOMODAR LAS METAS DEL PROYECTO RADIOFÓNICO
A LAS CONDICIONES OBJETIVAS DE LA REGIÓN.

③ DESDE LA CULTURA POPULAR

MUCHAS VECES, CUANDO EL PUEBLO HABLA
NO HACE SINO REPETIR LA IDEOLOGÍA DOMINANTE,
CANTAR LAS CANCIONES MACHISTAS
HABLAR CON EL LENGUAJE EXTRAÑO DE LOS LLAMADOS DOCTORES
E IMITAR EL TONO OPRESOR
CON QUE ANTES LO OPRIMIERON A ÉL.

ASÍ ES. LA CULTURA POPULAR NO ES PURA. PERO NO HAY OTRA.
Y NO DEBEMOS IMPACIENTARNOS CON LAS MASAS.

AL CONTRARIO, HAY QUE CONOCER Y VALORAR
LAS COSTUMBRES DE NUESTRA GENTE, SUS HÁBITOS,
SU NÍVEL DE CONCIENCIA POLÍTICA, HASTA SUS PREJUICIOS.
HAY QUE CONOCER TAMBIÉN, Y RESPETAR SUS CREENCIAS,
SU RELIGIOSIDAD.

Y A PARTIR DE LA CULTURA POPULAR
ACOMODAR LOS HORARIOS DE LOS PROGRAMAS,
LA MUSICALIZACIÓN, EL LENGUAJE, LOS TEMAS, LOS ESTILOS,
A ESA MANERA DE SER DE NUESTRA AUDIENCIA.
A COMO SON, NO A COMO QUEREMOS QUE SEAN.



EL DIAGNÓSTICO DE LAS CONDICIONES OBJETIVAS Y SUBJETIVAS
DE NUESTRA REGIÓN PUEDE Y DEBE SER HECHO
CON LA PARTICIPACIÓN DEL COLECTIVO DE LA RADIO
Y DE LA MISMA POBLACIÓN.
LA PROPUESTA DE UNA RADIO PARTICIPATIVA VA DE LA MANO
CON LA DE UNA INVESTIGACIÓN IGUALMENTE PARTICIPATIVA.

④ DESDE LA VIDA DIARIA DE LA GENTE

HAY COMUNICADORES TEMÁTICOS
QUE SÓLO HABLAN DE POLÍTICA, DE DEFENSA Y PRODUCCIÓN,
DE IMPERIALISMO Y REVOLUCIÓN.
ESO ES LO QUE ELLOS QUIEREN DECIR.
PERO NO SE PREGUNTAN
SI ES LO QUE LOS OYENTES QUIEREN ESCUCHAR.

"EL DESTINATARIO TIENE SUS INTERESES,
SUS PREOCUPACIONES, SUS NECESIDADES,
SUS EXPECTATIVAS.

ESTÁ ESPERANDO QUE HABLEMOS
DE LAS COSAS QUE LE INTERESAN A ÉL,
NO DE LAS QUE NOS INTERESAN A NOSOTROS.

Y SÓLO SI PARTIMOS DE SUS INTERESES,
DE SUS PERCEPCIONES
SERÁ POSIBLE ENTABLAR DIÁLOGO CON EL.

LA VERDADERA COMUNICACIÓN
NO COMIENZA HABLANDO
SINO ESCUCHANDO.
LA PRINCIPAL CONDICIÓN
DEL BUEN COMUNICADOR
ES SABER ESCUCHAR."

MARIO KAPLUN
"El comunicador popular." p.11

¿Y QUÉ ES LO QUE A LA GENTE
LE GUSTA ESCUCHAR?
¿PARA QUÉ ENCENDEMOS LA RADIO
LA MAYORÍA DE LOS CRISTIANOS?



LA GENTE PRENDE LA RADIO O LA TELEVISIÓN
PARA DISTRAERSE.

TAMBIÉN PARA INFORMARSE, CLARO ESTÁ.
PERO LO PRIMERO QUE BUSCAMOS EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN
ES DESCANSAR, ALEGRARNOS.

YA LA VIDA TIENE DEMASIADOS CLAVOS
PARA SEGUIR AFLIGIÉNDONOS A TRAVÉS DE LOS APARATOS.
DIVERTIRSE, REIRSE, PASAR ALEGRE, OLVIDAR LOS PROBLEMAS...
ESO ES LO QUE LE GUSTA A LA MAYORÍA
DE NUESTROS OYENTES.



Y A USTEDES TAMBIÉN,
AUNQUE NO LO DIGAN EN VOZ ALTA

NOS GUSTA REIR

Y LLORAR

EMOCIONARNOS

NOS GUSTAN LAS
AVENTURAS

Y EL MISTERIO

LOS PLEITOS

Y EL ALBOROTO



NOS GUSTA VER EN LA PANTALLA O ESCUCHAR EN LA RADIO
LO QUE PASA EN LA CALLE,
LOS AMORES DE OTRAS PAREJAS, LOS PLEITOS DE OTRAS FAMILIAS,
LAS BANDIDENCIAS, LAS LOCURAS, LAS...
LA VIDA DIARIA DE LOS OTROS QUE TANTO SE PARECE A LA NUESTRA.
ESE HA SIDO EL ÉXITO DE LAS TELENÓVELAS.

Y TAMBIÉN DEBE SER EL DE NUESTRAS PROGRAMACIONES
DINAMIZADAS CON SOCIODRAMAS, PROGRAMAS DE HUMOR,
DEPORTES, MÚSICA ALEGRE, CUENTOS, CHISTES.

LA RADIO PARTICIPATIVA

**PARTE DE LOS GUSTOS POPULARES
DE LO QUE PASA EN LA VIDA DIARIA,
DE LOS CASOS Y COSAS DE CASA**

¿Y NADA MÁS?

¡NADA MENOS!
ESTO QUE PARECE TAN CLARO
SE NOS OLVIDA DEMASIADAS VECES
A LOS DIRIGENTES, A LOS UNIVERSITARIOS,
A LOS RADIALISTAS Y DEMÁS HIERBAS

REPITO: ¿Y NADA MÁS?

MUCHO, MUCHÍSIMO MÁS.
PORQUE ES A PARTIR DE **LO COTIDIANO**
EN LOS TEMAS Y AMBIENTES DE LA VIDA DIARIA
QUE TENEMOS QUE HACER EL TRABAJO
EDUCATIVO

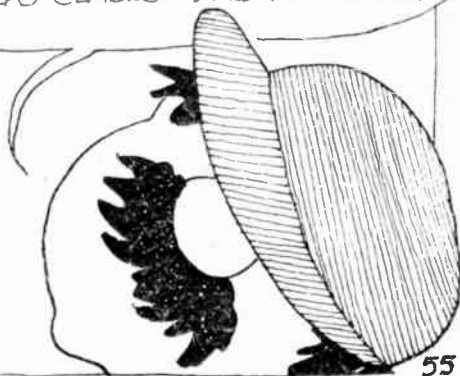
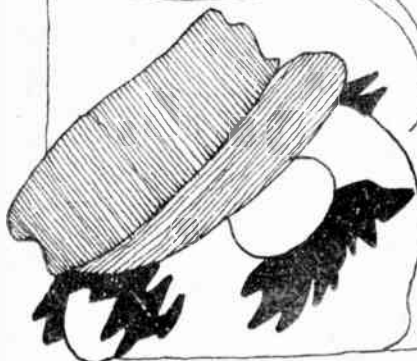
BARAJÁMELO
MÁS DESPACIO

MIRÁ:
VOLARSE UN DISCURSO ABURRIDO O CANSADOR
ES FÁCIL.

TAMBIÉN ES FÁCIL CONTAR
UN CHILE VULGARAZO.
EL DESAFÍO PARA NOSOTROS SERÁ
EDUCAR DIVERTIDAMENTE

ME PARECE PELIGROSO
INSISTIR TANTO
EN LOS **GUSTOS** POPULARES

TAMBIÉN ES PELIGROSO
QUEDARSE SÓLO CON LOS **INTERESES**
DE LAS CLASES TRABAJADORAS.



SI SÓLO NOS ACOMODAMOS
A LOS GUSTOS DE LA GENTE
TENDREMOS RADIOS POPULACHERAS.
ES EL CAMINO DE MUCHAS
EMISORAS COMERCIALES
Y ES UNA TENTACIÓN
TAMBIÉN PARA NOSOTROS.
PORQUE CON PAN Y CIRCO
SE GANA UNA AUDIENCIA FÁCIL.
CON DEMAGOGIA, CUECHOS,
VIÑETAS VULGARES,
MÚSICA GRINGA
Y CONCURSOS PATERNALISTAS
SE GANAN MUCHOS OYENTES.
PERO, TALVEZ
SE PIERDEN DE VISTA
LOS REALES INTERESES
DEL PUEBLO.

PERO SI SÓLO NOS QUEDAMOS
CON LOS INTERESES DEL PUEBLO,
CON CONTENIDOS CONCIENTIZADORES,
CON CARGA IDEOLÓGICA,
TENDREMOS UNA PROGRAMACIÓN
DURA, ABURRIDA,
QUE NADIE VA A ESCUCHAR.
ES EL CAMINO
DE MUCHAS EMISORAS RADICALES
QUE SE OLVIDARON DE LA RISA,
DE LA FIESTA.
SE OLVIDARON QUE TODOS
VIVIMOS DE NUESTRAS PEQUEÑAS
EMOCIONES,
DE LOS ASUNTOS COTIDIANOS.
Y QUE NO ENCENDEMOS LA RADIO
PARA EDUCARNOS POLÍTICAMENTE,
SINO PARA LA JODEDERA.
ASÍ QUE...



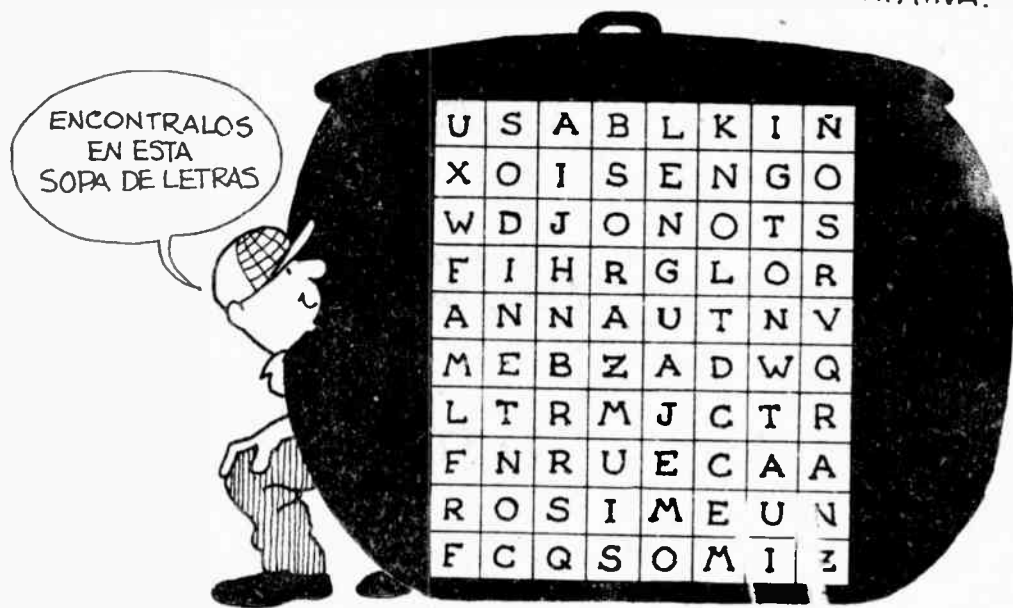


UNA RADIO ES COMO UNA PALOMA
NECESITA DOS ALAS PARA VOLAR
NECESITA APOYARSE EN LOS GUSTOS POPULARES
PARA FAVORECER LOS INTERESES DEL PUEBLO



CÓMO
SE HACE
LA RADIO
PARTICIPATIVA

LA PARTICIPACIÓN NO ES UN PROGRAMA MÁS NI UN FORMATO NUEVO.
 ES UN ESTILO, UN MÉTODO, UNA CONCEPCIÓN
 QUE ATRAVIESEA TODA LA PROGRAMACIÓN DE UNA EMISORA.
 AUNQUE NO HAY RECETAS, VAMOS A PROPONER
5 CAMBIOS FUNDAMENTALES
 SIN LOS CUALES NO PODRÍAMOS HABLAR DE RADIO PARTICIPATIVA.



PRIMER CAMBIO:

C O N T E N I D O S

ES EL CAMBIO QUE MÁS CONOCEMOS Y MÁS PRACTICAMOS EN NUESTROS PROGRAMAS.
 PORQUE ES EVIDENTE QUE LA RADIO COMERCIAL, EL CINE COMERCIAL, LOS PROGRAMAS, COMERCIALES DE TV, LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN TRADICIONALES NOS BOMBARDEAN CADA DÍA CON LA IDEOLOGÍA DOMINANTE, NOS LAVAN EL CEREBRO' CON ANTIMENSAJES Y ANTIVALORES.
 SE IMPONE, PUES, UNA DOBLE TAREA:
SABER LEER CRÍTICAMENTE
 LOS CONTENIDOS DE LOS MEDIOS CAPITALISTAS
 Y **SABER PRODUCIR CREATIVAMENTE**
 NUEVOS CONTENIDOS QUE SUSTITUYAN A LOS OTROS.



ALGUNOS CONTENIDOS Y VALORES DE LA RADIO COMERCIAL

INDIVIDUALISMO



HOY POR MÍ
MAÑANA TAMBIÉN POR MÍ

COMPETENCIA



EL HOMBRE
ES LOBO PARA EL HOMBRE

CONSUMISMO



VALE'S POR LO QUE TENÉS
Y SOBRE TODO
POR LO QUE COMPRÁS

PASIVIDAD



YO NO ME METO CON NADIE
PARA QUE NADIE
SE META CONMIGO

DISCRIMINACIÓN



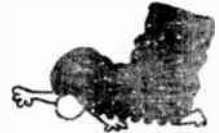
GRACIAS A DIOS
NACÍ BLANCO Y BIEN MA'CHO

ALIENACIÓN CULTURAL



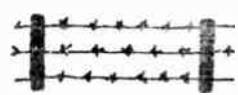
I WANT TO LIVE IN AMERICA
(IN NORTHAMERICA...)

VIOLENCIA



SANGRESANGRESANGRE.
SANGRESANGRESANGRE
SANGRESANGRESANGRE

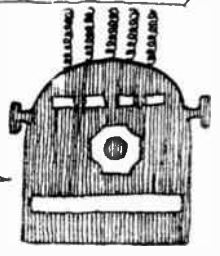
PATRIOTERISMO



¿LOS INTERNACIONALISTAS?
MECHUDOS, TUFOSOS
Y SIDOSOS

Y OTROS TANTOS ANTIVALORES
QUE FORMAN AL HOMBRE VIEJO
CAPITALISTA

YO-YO-YO
YO-YO-YO
YO-YO-YO



NUEVOS CONTENIDOS Y VALORES
DE LA RADIO PARTICIPATIVA



ECHÉMOSLA TODA ... TODOS



COLECTIVIDAD

MÁS FELIZ ES QUIEN DA
QUE QUIEN RECIBE



SOLIDARIDAD

VALÉS POR LO QUE SÓS
Y SOBRE TODO
POR LO QUE HACÉS



TRABAJO

UNITE
ORGANIZATE
MOVILIZATE



LUCHA

¿DÍOS?
CÓMO NO...
DÍOS ES NEGRA.



IGUALDAD

AY NICARAGUA, NICARAGÜITA



RESCATE
CULTURAL

MAÑANA, HÍJO MÍO
TODO SERÁ DISTINTO



PAZ

¿PATRIA?
LA DE BOLÍVAR Y SANDINO



INTERNACIONALISMO



SEAN SIEMPRE CAPACES
DE SENTIR
EN LO MÁS HONDO
CUALQUIER INJUSTICIA
COMETIDA CONTRA
CUALQUIERA EN CUALQUIER
PARTE DEL MUNDO

...Y TANTOS OTROS VALORES
QUE VAN CONSTRUYENDO
AL HOMBRE NUEVO.

SEGUNDO CAMBIO:

L E N G U A J E

NO BASTA CON CAMBIAR LOS CONTENIDOS.
ALGUNOS TAL VEZ PENSARON QUE PONIÁMOS REVOLUCIÓN
DONDE ANTES DECÍA COCA-COLA Y EL PROBLEMA ESTABA RESUELTO.
PERO LA TRANSFORMACIÓN
PARA CONSEGUIR UNA RADIO PARTICIPATIVA ES MÁS PROFUNDA.
NECESITAMOS CAMBIAR EL FONDO Y TAMBIÉN LA FORMA.
NO SE HACE RADIO POPULAR SIN LENGUAJE POPULAR.



PORQUE AL PUEBLO NUNCA SE BAJA: | SE SUBE |
PORQUE EL LENGUAJE POPULAR SE ENCUENTRA ARRIBA
PORQUE ANTE LAS MASAS UNO NO PUEDE INCLINARSE,
SINO LEVANTAR LA VISTA...




ENTONCES,
¿EL BRUTO
SERÉ YO...?

NO HAY MÁS ASCENSIÓN
QUE HACIA LA TIERRA

¿CÓMO RECONOCER LOS DOS LENGUAJES?



LENGUAJE
DOMINANTE



LENGUAJE
POPULAR



ES COMPLICADO



ES SENCILLO

Y SI NO,
¿CÓMO SABRÁN
QUE SOY SOCIOLOGO,
COMUNICÓLOGO
Y TODOLOGO?

PUES YO DIGO
QUE LA FRASE MÁS CULTA
ES AQUELLA
QUE MEJOR SE ENTIENDE



ES ABSTRACTO



ES CONCRETO

SEMOVIENTE

VACA

USA PALABRAS INCOLORAS,
INSABORAS, INODORAS,
CONCEPTOS, DEFINICIONES,
ELUCUBRACIONES.
ES UN LENGUAJE IDEALISTA.

USA PALABRAS QUE SE PUEDEN
OLER, MEDIR, SABOREAR,
PALABRAS QUE SE VEN Y SE TOCAN,
NOMBRES DE COSAS REALES.
ES UN LENGUAJE MATERIAL.

ES CONVENCIONAL

HUYÓ AL PRÍMER
ÍNDICIO DE PELIGRO

USA PALABRAS TÓPICAS,
QUE SON DE CUALQUIER LUGAR,
DE CUALQUIER PAÍS Y DE NINGUNO,
UNIFORMES, SIN GRACIA.

ES REGIONAL

SE CORRIÓ
AL RUIDO DE LOS CAÍTES

USA PALABRAS TÍPICAS
REFRANES, DICHS POPULARES,
EXPRESIONES NICARAGÜENSES,
GIROS DE LA REGIÓN
EN LA QUE ESTÁ LA EMISORA.

ES DEDUCTIVO

TODOS LOS HOMBRES SON MORTALES.
JUAN ES HOMBRE.
POR TANTO, JUAN ES MORTAL.

USA UNA LÓGICA DE MÁS A MENOS,
PARTE DE LOS PRINCIPIOS,
DE LA TEORÍA,
Y DEDUCE DE ELLA
LAS CONCLUSIONES.

ES INDUCTIVO

JUANITO SE MURIÓ.
NO HAY DE OTRA.
A TODOS NOS BUSCA LA
QUÍRINA.

LA LÓGICA POPULAR
PARTE DE LOS HECHOS,
DE LA PRÁCTICA,
VA DE LO PARTICULAR A LO GENERAL,
DEL ÁRBOL AL BOSQUE.

ES ESPECULATIVO

CONSIDERANDO QUE...

EL LENGUAJE DOMINANTE
SE ENREDA EN SU PROPIA RETÓRICA,
PASA DE UNA IDEA A OTRA,
ARGUMENTA, FILOSOFÍA,
DISCURRE, RECORRE, ABURRE...
ES UN LENGUAJE ATEMPORAL.

ES NARRATIVO

ÉRASE UNA VEZ...

EL LENGUAJE POPULAR
CUENTA HECHOS,
NARRA SITUACIONES,
DESCRIBE LA VIDA,
Y DE AHÍ SACA LA EXPERIENCIA.
ES UN LENGUAJE HISTÓRICO.

" HAY QUE INSISTIR HASTA LA SACIEDAD
QUE PERIODISMO NO ES INFORMAR ...
INFORMANDO SE PUEDE ENVENENAR MENTES,
CREAR CONFUSIONES ...
O INFORMAR COMPLETO O PARCIAL O RÁPIDO O CLARO O CONFUSO.
Y CREEMOS Y NOS SENTIMOS REALIZADOS
PORQUE ESCRIBIMOS UN REPORTAJE O UNA NOTICIA
Y TAL VEZ EL OBRERO, EL PRODUCTOR, EL CAMPESINO
NO NOS ENTENDIÓ NI SOTA,
PORQUE NOS PUSIMOS PESADITOS A UTILIZAR PALABRAS RARAS
PARA QUE NOS CREYERAN INTELIGENTES.
ES DECIR, QUE DEBEMOS REVISAR
SI CUMPLIMOS REALMENTE LA FUNCIÓN DE TRADUCIR
A LOS NIVELES CULTURALES DE NUESTRO PUEBLO."

CDTE. DANIEL ORTEGA
CONFERENCIA SOBRE PLAN DE LUCHA DEL FSLN

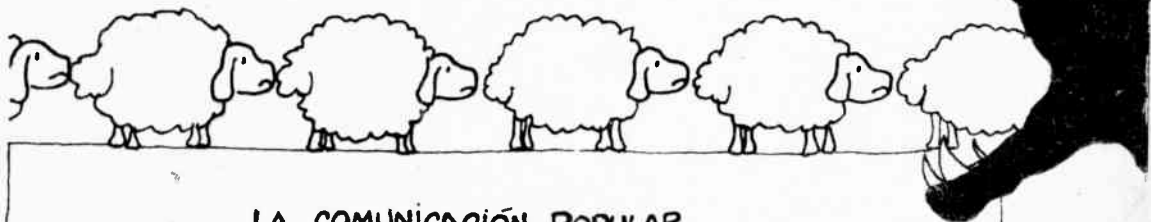


TERCER CAMBIO:

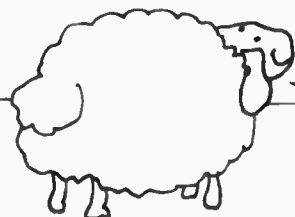
T	O	N	O
----------	----------	----------	----------

TAMPOCO BASTA CAMBIAR
LOS CONTENIDOS Y EL LENGUAJE.
HAY QUE IR MÁS LEJOS.

SE TRATA DE ENCONTRAR
UNA NUEVA RELACIÓN CON LOS OYENTES,
UNA MANERA DE HABLAR
QUE SEA MÁS DEMOCRÁTICA.
UN TONO QUE DEJE ESPACIO
PARA QUE EL RECEPTOR
PARTICIPE EN EL MENSAJE.



LA COMUNICACIÓN POPULAR
AL IGUAL QUE LA EDUCACIÓN POPULAR
PRETENDE QUE LAS PERSONAS APRENDAN A PENSAR
POR SU PROPIA CABEZA.
DE NADA SERVIRÍA QUE LOS OYENTES RECIBAN DATOS,
CONSIGNAS, TAREAS (POR MÁS CORRECTAS QUE SEAN)
SI NO LAS ASIMILAN,
SI NO SE APROPIAN DE ESOS MENSAJES,
SI NO COMPRENDEN LO QUE PASA
Y DECIDEN LO QUE DEBE HACERSE.



NO QUEREMOS REBAÑOS

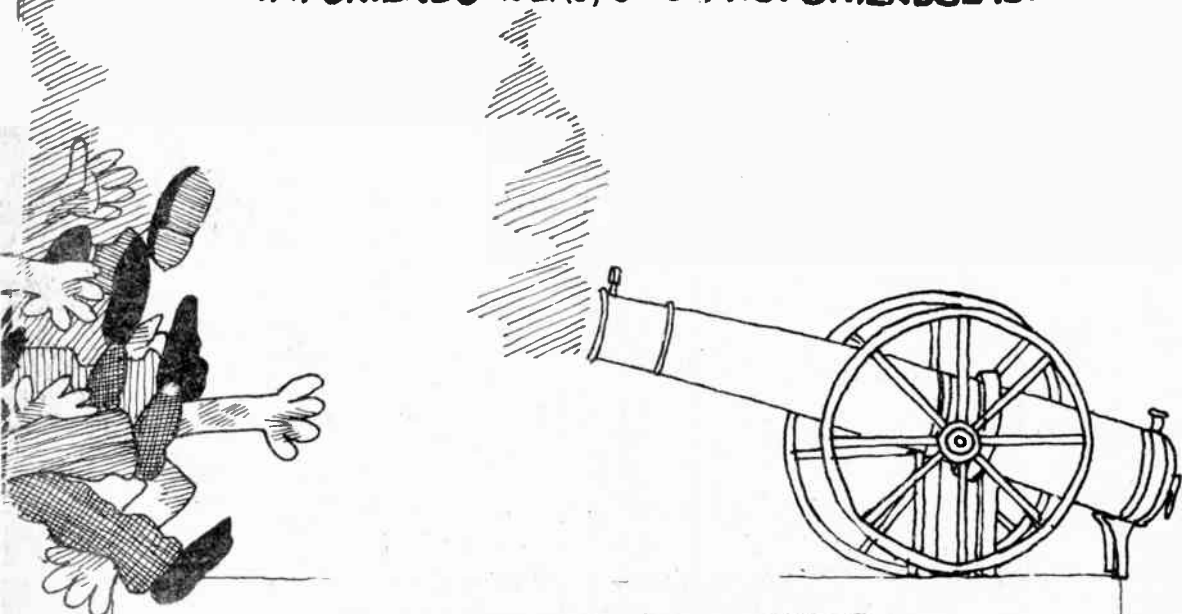
A VECES, SE HA COMPARADO LA RADIO
CON LA ARTILLERÍA QUE ABLANDA LAS POSICIONES DEL ENEMIGO.

PERO UNA COSA ES EL TERRENO MILITAR
Y OTRA EL IDEOLÓGICO.

PORQUE LA GUERRA SE GANA A VERGAZOS.
EN LA GUERRA SE **VENCE**.

PERO EN LA BATALLA DE LAS CONCIENCIAS
SE **CONVENCE**.

Y LOS OYENTES NO PUEDEN SER VISTOS COMO ENEMIGOS
NI LA MANERA DE ABLANDARLOS SERÁ
IMPONIENDO IDEAS, SINO PROPONIÉNDOLAS.



NO DEMOS MENSAJES TERMINADOS
NI CONTENIDOS MASTICADOS, NI PANFLETOS IMPERATIVOS
NI NOTICIAS ADJETIVADAS.

UTILICEMOS, MAS BIEN, UN TONO FRATERO
DANDO LOS ELEMENTOS NECESARIOS
PARA QUE EL OYENTE SAQUE SUS PROPIAS CONCLUSIONES.

**EL COMUNICADOR PROPONE
Y EL PUEBLO DISPONE.**

¡ Y EL CHAGÜTERO
LO DESCOMPONE !



AQUÍ VAN ALGUNAS
 CARACTERÍSTICAS
 PARA QUE SEAN
 DESCUBRIR EL TONO
 QUE QUEREMOS SUPERAR
 Y EL QUE LE VA BIEN
 A LA RADIO PARTICIPATIVA

ENGOLADO

AFECTA LA VOZ

LEÍDO

PRESUME ANTE UN PÚBLICO

RÁPIDO

SENSACIONALISTA

FRÍO

SUENA A FALSO,
 A SUPERFICIAL

SERIO

CON LA SOLEMNIDAD DE LOS
 QUE SE CREEN LA MAMA DE TARZAN

AUTORITARIO

IMPONE
 VERTICALMENTE EL MENSAJE

MORALISTA

¡DEBES!

INTÍMISTA

YO-VOS

NATURAL

EL MEJOR LOCUTOR ES AQUEL
 QUE NO LO PARECE

PLATICADO

CONVERSA CON LA GENTE

TRANQUÍLO

SIN ATROPELLOS

CÁLIDO

ES CONVINCENTE,
 SIENTE LO QUE DICE

ALEGRE

CON LA CHISPA Y EL HUMOR
 DE LOS QUE SE RIEN HASTA DE SÍ MISMOS

DEMOCRÁTICO

PROPONE
 HORIZONTALMENTE EL MENSAJE

LIBRE

¿QUERÉS?

PLURAL

USTEDES - NOSOTROS

DEL QUE SABE
 AL QUE NO SABE,
 DEL QUE MANDA
 AL QUE OBEDECE,
 DEL QUE JODE
 AL JODIDO...

DEL COMPAÑERO
 AL COMPAÑERO...

CUARTO CAMBIO:

FORMATOS

TAMBIÉN EN EL ARMADO DE NUESTROS PROGRAMAS -EN LOS FORMATOS- TENEMOS QUE HACER CAMBIOS PROFUNDOS PARA LOGRAR UNA RADIO MÁS POPULAR.

EN LOS INFORMATIVOS

¡¡ ÚLTIMA HORA !!
¡ CAE VIEJA DEL OCTAVO PISO
Y LA VIOLAN EN EL AIRE !



NOTICIERO COMERCIAL

- TODAS LAS NOTICIAS ESTÁN REVUELTAS.
- SE REDACTAN SIN CONTEXTO.
- SE PREFERENCIAN LAS QUE HABLAN DE DESASTRES.
- SE PONEN EN EL CENTRO A LAS PERSONALIDADES, A LA GENTE FAMOSA.
- SE LEEN EN TONO ALARMISTA.
- SE SACAN SÓLO DE FUENTES OFICIALES.

NOTICIERO POPULAR

- LAS NOTICIAS SE ORDENAN SEGÚN SU IMPORTANCIA, SU TEMÁTICA O EL LUGAR DONDE OCURREN.
- SE COLOCAN EN SU CONTEXTO Y SE LES DA SEGUIMIENTO A LAS PRINCIPALES.
- SE PREFERENCIAN LAS QUE HABLAN DE LA PRODUCCIÓN Y LAS CONQUISTAS POPULARES.
- SE PONE AL PUEBLO COMO PROTAGONISTA DE LA HISTORIA
- SE LEEN EN UN TONO COLOQUIAL.
- SE COMBINAN LAS FUENTES OFICIALES Y LAS NO OFICIALES



TE AMO, AMOR,
TE AMO TANTO...

PERO CUIDADO
PAPITO!
QUE ME ARRUIÑAS
LOS COLOCHOS...

- PREDOMINAN LOS **TEMAS** SENTIMENTALES, INDIVIDUALISTAS.
- LOS **ARGUMENTOS** REPITEN SIEMPRE EL FAMOSO TRIÁNGULO AMOROSO, LLEVAN FINAL FELIZ, Y BUSCAN LA RECONCILIACIÓN DE CLASES (PRÍNCIPE SE CASA CON CENICIENTA.).
- LOS **PERSONAJES** SON LOS RÍCOS, LOS CHAVALOS DE LA PELÍCULA, LOS TRIUNFADORES, LOS QUE MANDAN Y NO TRABAJAN.
- Y CUANDO SE TRATA DE PROGRAMAS CÓMICOS, EL **HUMOR** ES FACIL -REÍRSE DEL DISCAPACITADO- MACHISTA -BURLARSE DE LA MUJER O DEL HOMOSEXUAL- Y RACISTA - BURLARSE DEL NEGRO O EL INDIO-.

NOVELAS
COMERCIALES

- PREDOMINAN LOS **TEMAS** SOCIALES, COLECTIVOS.
- LOS **ARGUMENTOS** INCLUYEN, PERO NO SE REDUCEN, A LOS SENTIMIENTOS AMOROSOS. LOS FINALES SON SORPRESIVOS, PERO REALISTAS, Y NO SE ESCONDEN LAS CONTRADICCIONES SOCIALES.
- LOS **PERSONAJES** SON COTIDIANOS, LOS QUE TRABAJAN PARA COMER, LOS QUE GANAN Y PIERDEN, LOS DE LA VIDA REAL.
- EL **HUMOR** SE APOYA EN SITUACIONES RIDÍCULAS DE LOS VANIDOSOS, DE LOS DESPISTADOS, DE LOS PÍCAROS, HASTA DE LOS INGENUOS. PERO EL QUE SALE RIDÍCULIZADO ES EL FACHENTO Y NO EL DÉBIL.

NOVELAS
POPULARES

EN LOS MUSICALES



¡ LLEGA MICHAEL JACKSON,
EL ÍDOLO DE TODOS,
EL NEGRO QUE SE VOLVIÓ BLANCO,
OH, YES,
HAZ TÚ LO MISMO, BROTHER,
NUEVA ONDA JOVEN,
OK?!

- SE PREFERENCIA LA MÚSICA EN INGLÉS DE LOS GRÍNGOS.

- SE DESPRECIÁ LA MÚSICA NACIONAL Y MUCHO MÁS LA REGIONAL.

- SE OLVIDA LA MÚSICA LATINOAMERICANA.

- SE REPITEN HASTA LA DESESPERACIÓN LOS VEINTE ÉXITOS DEL MOMENTO.

- SE PONEN LOS DISCOS QUE LE GUSTAN AL LOCUTOR Y A LAS CUATRO DUNDAS QUE LO LLAMAN POR TELÉFONO.

PROGRAMAS
COMERCIALES

- SE PREFERENCIA LA MÚSICA NACIONAL Y LA REGIONAL.

- SE PROMOCIONA CADA VEZ MÁS LA MÚSICA LATINOAMERICANA.

- SE LIMITA LO MÁX POSIBLE LA MÚSICA NORTEAMERICANA.

- SE APROVECHA AL MÁXIMO LA DISCOTECA, VARIANDO LOS GÉNEROS Y LOS CANTANTES Y SONANDO TAMBIÉN LOS ÉXITOS DE AYER.

- SE PONE LA MÚSICA QUE LE GUSTA A LA GENTE, A LA MAYORÍA DE LA AUDIENCIA, QUE ES LA QUE NI LLAMA NI ESCRIBE.

PROGRAMAS
POPULARES

EN LA PROGRAMACIÓN GENERAL



ESTE ES EL A.B.C DEL FORMATO
DE TODOS LOS FORMATOS:
EL **A.B.C** DE LA PROGRAMACIÓN

- AGIL** • EVALUANDO PERMANENTEMENTE LOS PROGRAMAS EN EL MISMO COLECTIVO DE LA EMISORA.
- INVESTIGANDO PERMANENTEMENTE LOS GUSTOS Y LOS INTERESES DE LA AUDIENCIA.
 - TENIENDO DECISIÓN PARA INNOVAR O ELIMINAR PROGRAMAS, NOMBRES, HORARIOS, RECURSOS...

- BALANCEADA** • COMBINANDO BIEN LOS PROGRAMAS MAS INFORMATIVOS, LOS MAS EDUCATIVOS Y LOS DE MAS ENTRETENIMIENTO.
- COMBINANDO EN CADA PROGRAMA LOS RECURSOS DE OPINIÓN Y LOS RECURSOS DE IMITACIÓN (DRAMATIZADOS).
 - COMBINANDO LOS TEMAS MAS POLÍTICOS Y PROFUNDOS CON LOS TEMAS MAS COTIDIANOS E INTRASCENDENTES.

- COHERENTE** • ARMONIZANDO LA CONDUCCIÓN CON EL PLURALISMO, PORQUE LA PROGRAMACIÓN NO PUEDE SER UN COLOCHO DE OPINIONES CONTRADICTORIAS NI TAMPOCO PUEDE SEGUIR UNA SOLA LÍNEA DONDE TODOS PIENSAN LO MISMO Y HABLAN IGUAL.
- NO TENIÉNDOLE MIEDO A LOS PROGRAMAS POLÉMICOS, CON IDEAS CONTRASTADAS, DONDE LA AUDIENCIA PARTICIPA Y SE VA FORMANDO SU PROPIA OPINIÓN.
 - DEFINIENDO BIEN LA POLÍTICA INFORMATIVA, EDITORIAL, MUSICAL, COMERCIAL... LA ESTRATEGÍA GENERAL DE LA PROGRAMACIÓN Y DE CADA PROGRAMA.

**LA PROGRAMACIÓN ES UN ORGANISMO VIVO:
LA RUTINA ES SU MAYOR ENEMIGO.**

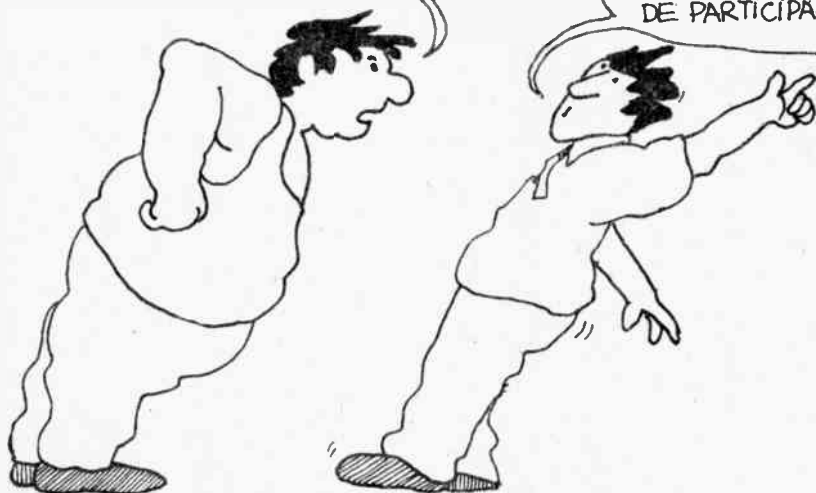
QUINTO CAMBIO:

E M I S O R

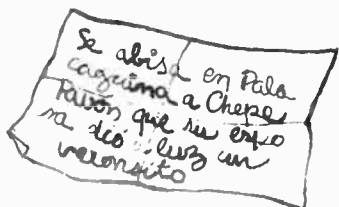
PODEMOS CAMBIAR CONTENIDOS, LENGUAJE, TONO,
Y HASTA FORMATOS.
PERO SI NO CAMBIA EL EMISOR,
SI EL PUEBLO NO ASUME EL PRO AGONISMO DE LA COMUNICACIÓN,
NO PODREMOS HABLAR DE RADIO PARTICIPATIVA.
YA DÍJIMOS QUE SERÍA INGENUO AFIRMAR
QUE UN PROGRAMA NO ES PARTICIPATIVO
SI NO HABLA EL PUEBLO.
PERO POR AHÍ SE EMPIEZA.
QUE NUESTRO PUEBLO, SILENCIADO DURANTE 50 AÑOS
DE SOMOCISMO, DURANTE 500 AÑOS DE COLONIA
Y NEOCOLONIA, HABLE POR FIN
QUE HABLE COMO SEPA O COMO PUEDA
PERO QUE HABLE, QUE DIGA SU PALABRA
SIN MUCHOS MATICES, SIN MUCHA PRUDENCIA,
TÍMIDA O CON GRITOS.
SEGURAMENTE, DE MANERA DISTINTA
A COMO QUISIÉRAMOS QUE HABLARA.
TODOS LOS CAMBIOS ANTERIORES PERDERÍAN SENTIDO
SIN ESTE INDISPENSABLE
ACCESO DEL PUEBLO A LOS MICROFONOS.

¿Y CÓMO LOGRAR QUE EL PUEBLO
SE TOMA LA PALABRA?

PUES AQUÍ LE SUGIERO
UN ALFABETO
DE PARTICIPACIÓN POPULAR



A V I S O S



LOS PODÉS GRABAR
Y ASÍ SA'LEN CON LA MISMA VOZ
DE LA GENTE
QUE PONE EL AVISO.

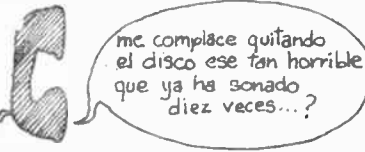
B E I S B O L

y Todas las bolas



PERO NO SÓLO
LOS DEPORTES PROFESIONALES,
SINO LOS AFICIONADOS,
LOS DE LOS BARRIOS,
LAS COMPETENCIAS POPULARES.

C O M P L A C E N C I A S



me complace quitando
el disco ese tan horrible
que ya ha sonado
diez veces...?

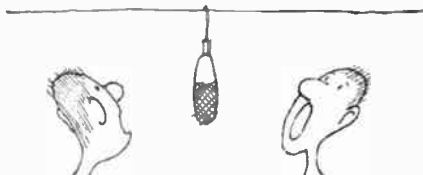
COMPLACER Y SALUDAR
A TODOS LOS OYENTES,
QUE LLAMAN, QUE ESCRIBEN,
QUE LLEGAN A LA EMISORA,
QUE ESTÁN DE CUMPLEAÑOS.

C H I S T E S



EN EL HUMOR POPULAR,
EN LA PICARDÍA CAMPESINA
ENCONTRAREMOS ARGUMENTOS
PARA MIL PROGRAMAS CÓMICOS.

D R A M A T I Z A C I O N E S



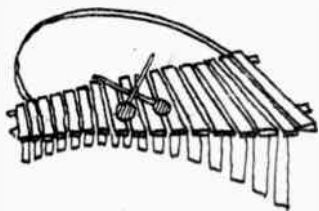
PODÉS DRAMATIZAR
LAS RECETAS DE COCINA,
LOS CONSEJOS DEL HOGAR,
LAS CANCIONES, LOS POEMAS,
LAS CARTAS, LAS NOTICIAS...
Y LOS GRABÁS CON UN GRUPITO
DE TEATRO POPULAR...

E N T R E V I S T A S



INDIVIDUALES Y COLECTIVAS,
ABIERTAS Y CON UN TEMA,
EN LA RADIO Y SOBRE TODO
FUERA DE LA RADIO.

FESTIVALES



PROMOVRIENDO
LA MÚSICA NACIONAL
Y REGIONAL.

CRITERIAS



FIESTAS PATRONALES,
DEVOCIONES POPULARES,
DONDE ESTÁ EL PUEBLO
ALLÍ ESTARÁ
NUESTRA RADIO TRANSMITIENDO.

HISTORIAS



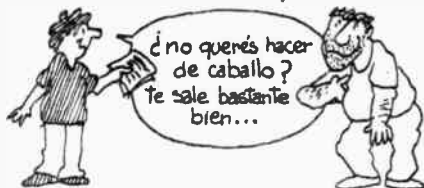
Esta es una
pasada
de Tío Conejo...

LA GENTE SABE MIL HISTORIAS
DE AMOR, DE CELOS, DE MUERTOS,
DE CURAS, DE BOLOS, DE BANDIDOS.
UN POCO DE MÚSICA Y EFECTOS Y
ESTÁN LISTOS PARA LA RADIO.

78

IMITACIONES

IMITAR A PERSONAJES CONOCIDOS
Y A CANTANTES DE MODA,
IMITAR TAMBIÉN
A LOS ANIMALES, LA NATURALEZA.
EN LA RADIO, TODO PUEDE
HABLAR: UN PERRO, UN ZAPATO...



JUICIOS POPULARES



Acuso a Colón
por ladrón...!

JUICIOS REALES O IMAGINARIOS
DONDE LOS OYENTES
SON EL JURADO Y ACUSAN O
DEFIENDEN Y HASTA DAN
LA SENTENCIA FINAL.

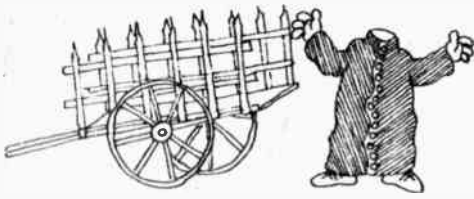
KONCURSOS



el que cuente
la mejor mentira
se gana la peor
licuadora: ¡de verdad!

¡ YA SÉ QUE SE ESCRIBE
CON 'C', PERO NO ME KABÍA !

L EYENDAS



Y MITOS
Y TRADICIONES
Y FÁBULAS.

N OTICIAS



REDACTADAS Y ENVIADAS
A LA EMISORA
POR UNA RED REGIONAL
DE CORRESPONSALES
POPULARES.

LL UVIA DE IDEAS



SOBRE UN TEMA
DE ACTUALIDAD, SE RECOGEN
Y SE CONTRASTAN LAS IDEAS
DE TODOS LOS QUE LLAMAN
A LA RADIO. SI EL SONDEO
SE HACE DESDE LA CALLE,
PUES MUCHO MEJOR.

Ñ

(SÓLO UNA PALABRA
COMIENZA CON 'Ñ'
EN EL DICCIONARIO
NICARAGÜENSE...
Y PREFIERO NO PONERLA)

M ESAS REDONDAS



SI SON CUADRADAS,
SI TODOS PIENSAN LO MISMO,
NO ATRAEN.
LOS MEJORES DEBATES
SON LOS POLEMICOS.

O RIENTACIONES



NUESTROS DIRIGENTES
SON PUEBLO.
Y COMO PUEBLO Y COMO DIRIGENTES
UTILIZARÁN LA RADIO
PARA ORIENTAR A TODA
LA COLECTIVIDAD.

P O E M A S



PROMOVER LA LECTURA DE DARIÓ
Y CARDENAL, Y PROMOCIONAR
A NUEVOS POETAS POPULARES.

Q U É P O N G O A Q U Í ?



QUE EL MERO PUEBLO
Y SU MERO LENGUAJE
ESTÉ PRESENTE
EN NUESTRA RADIO.

R E C L A M O S



S O C I O D R A M A S



SE GRABAN EN BARRIOS
Y COMUNIDADES Y LUEGO
SE PASAN POR LA RADIO
CON UN POCO DE EDICIÓN
Y COMENTARIO.

T E S T I M O N I O S



GRABAR RECUERDOS
DE LOS ANCIANOS, ANECDOTAS
DE LOS COMBATIENTES,
RELATOS DE LA VIDA
DE LA GENTE,
EL ORIGEN DE LOS PUEBLOS,
LAS COSTUMBRES POPULARES.

U R G E N C I A S



SIEMPRE LOS MICROFONOS LISTOS
PARA CUALQUIER EMERGENCIA,
O UN PARTE DE GUERRA,
O LA INFORMACIÓN DE UN
INCENDIO,
O LA CADENA DEL CAMBIO
DE MONEDA.

VÍNETAS



Radio Segovia:
la miliciiana del Norte!

TAMBIÉN EN LAS VÍNETAS
Y CUÑAS, EL PUEBLO PUEDE
Y DEBE PARTICIPAR.

WALKER...

... Y SUS HIJOS PUTATIVOS,
ESOS SÍ QUE NO PARTICIPARÁN
EN LAS RADIOS DEL PUEBLO
MIENTRAS SIGAN SIENDO
ENEMIGOS DE LA HUMANIDAD.

X Y Z ... INVÉNTELAS USTEDES PORQUE A MÍ NO SE ME OCURREN



Y SIGAN INVENTANDO
MUCHAS MANERAS MÁS
DE PARTICIPACIÓN POPULAR
EN SU EMISORA.
ESA ES LA PALABRA
QUE MÁS NECESITAMOS
PARA APRENDER
A HACER
LA NUEVA RADIO:

CREATIVIDAD



LA
PARTICIPACIÓN
HACIA
DENTRO

TODO LO ANTERIOR ESTÁ MUY BONITO.
PERO MAL PODRÍAMOS SOSTENER EL PROYECTO
DE LA RADIO PARTICIPATIVA,
SI NO CAMBIAMOS TAMBIÉN POR DENTRO.
NO CAMBIARÁ NUESTRA CONCEPCIÓN
NÍ NUESTRAS PROGRAMACIONES RADIOFÓNICAS,
SI NO CAMBIAMOS NOSOTROS,
SI NO VARIAMOS NUESTRO **MODO DE PRODUCCIÓN**.
HEMOS HABLADO DE CINCO CAMBIOS FUNDAMENTALES
PARA POPULARIZAR NUESTRA EMISORA.
EN REALIDAD, ESTE SEXTO CAMBIO
ES EL QUE LOS HARÁ POSIBLES.
Y ES QUE NO ESTÁ BIEN
SER CANDÍL DE LA CALLE
Y OSCURIDAD DE LA CASA.



HACIA UN RADIALISTA ÍNTEGRAL

UNA DE LAS DEFORMACIONES QUE APRENDIMOS
EN LAS RADIOS COMERCIALES ES EL BUROCRATISMO.
LA MAYORÍA DE NUESTROS LOCUTORES Y PRODUCTORES
NO SALEN DE LA CABINA O DEL ESCRITORIO
APENAS POR EL TELÉFONO CONOCEN
A UNOS CUANTOS OYENTES.

EN LA RADIO DE ANTES, TAL VEZ POR FALTA DE RECURSOS,
TODOS HACÍAN UN POCO DE TODO.
DESPUÉS, AUMENTÓ EL PERSONAL,
SE DIVIDIERON LAS TAREAS.
CADA UNO A LO SUYO Y QUE NADIE SE META CON NADIE.
QUE NADIE ENSEÑE A NADIE:
A LO MEJOR APRENDE MÁS QUE YO Y ME SACAN.
Y ASÍ OCURRIÓ
QUE UN CONSOLISTA, DESPUÉS DE 10 AÑOS EN LA RADIO,
SÓLO SABÍA ABRIR Y CERRAR PERILLAS.
Y LOS LOCUTORES NO SABÍAN PRODUCIR.
Y LOS PRODUCTORES NO SABÍAN LOCUTAR.
Y LAS EMISORAS SE CONVIRTIERON EN JAUJAS DE ZOOLOGÍCO
DONDE CADA MONO TENÍA SU RAMA.
LOS PROGRAMAS, NATURALMENTE,
SALÍAN A PEDAZOS, DESCOSIDOS, SIN VIDA.
SE LE LLAMÓ PROFESIONALIDAD A LA COMPARTIMENTACIÓN
SE LE LLAMÓ ESPECIALIZACIÓN A LA RUTINA





YO ME ESPECIALICÉ
DEMASIADO RÁPIDO...

NO NEGAMOS LA NECESARIA ESPECIALIZACIÓN.
UNOS PRODUCEN MEJOR EN UN FORMATO, OTROS EN OTRO.
PERO AL IGUAL QUE UN MÉDICO SE ESPECIALIZA EN CORAZÓN
CUANDO YA SABE DE MEDICINA GENERAL,
**LA ESPECIALIZACIÓN SÓLO TIENE SENTIDO CUANDO
SE DOMINA EL CONSUNTO DE LA PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA**




YO PONGO
LA VOZ




YO ABRO
LA PERILLA.



YO LEYANTO
EL DEDO PARA
DIRIGIR



YO BASO EL DEDO
PARA SOLJAR
LA GRABADORA



Y YO ME CHUPÉ
EL DEDO
HASTA QUE ACABÉ
EL PROGRAMA

ANTES DE ESPECIALIZARTE
LLENA' ESTE CUESTIONARIO
PARA RADIALISTAS AVENTADOS



CADA DESTREZA
VALE UN PUNTO.
SI USTED SACO MAS DE 20,
VAYA Y ESPECIALÍCESE
EN LO QUE QUIERA.


SI SACO DE 15 A 20,
TENGA PACIENCIA,
ESTA EN EL BUEN CAMINO.

SI SACO DE 5 A 15,
TENGA HUMILDAD,
AÚN LE QUEDA MUCHO
POR APRENDER.

SI SACO MENOS DE 5,
LLEME URGENTE A CORADEP
Y SOLÍCITE UN TALLER
EN EL CECAP!

SABE LOCUTAR?		
MANEJAR LA CONSOLA?		
ANIMAR UN MUSICAL?		
MUSICALIZAR UN PROGRAMA?		
HACER ENTREVISTAS?		
CONducIR RADIOREVISTAS?		
MODERAR DEBATES?		
GRABAR SOCIODRAMAS?		
REDACTAR NOTICIAS?		
ESCRIBIR COMENTARIOS?		
LEER EDITORIALES?		
ORDENAR NOTICIEROS?		
MONTAR REPORTAJES?		
EDITAR ENCUESTAS?		
NARRAR DEPORTES?		
ADAPTAR CUENTOS?		
INTEPRETAR PERSONAJES?		
TRABJAR CON LA MOVIL?		
TRASMÍTIR FESTIVALES?		
GUIAR AUDIODEBATES?		
IMPROVISAR ANTE EL MICRO?		
PRODUCIR CUÑAS Y VIÑETAS?		
HACER LIBRETOS DRAMATICOS?		
HACER LIBRETOS COMICOS?		
ARMAR LA PROGRAMACION?		
TOTAL		

BURÓCRATAS COMPARTIMENTADOS...Y CON UN PRECIO.
LAMENTABLEMENTE, HAY QUE DECIR QUE ALGUNOS RADIALISTAS
SOLO TRABAJAN POR EL DINERO.
CUMPLEN SU TURNO (CUANDO CUMPLEN) Y SE VAN.
COBRAN SU SALARIO Y SE VAN.
SI LES PIDEN GRABAR UNA VIÑETA
PREGUNTAN ¿CUÁNTO?
SI LOS LLAMAN PARA COLABORAR EN UNA NOVELITA
SE EXCUSAN PARA IR A BEBER GUARO.
LA RADIO LES VALE. LOS COMPANEROS TAMBIÉN.
SON MERCENARIOS DEL MICROFONO.



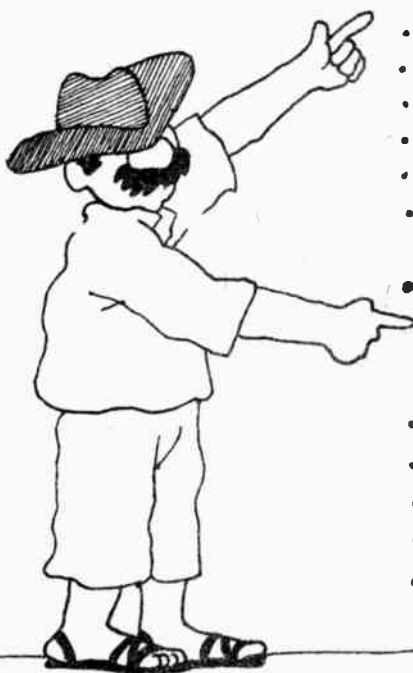
¡JUEPU...!
¿Y USTED QUÉ COSA ES?
¿ACASO NO TENGO DERECHO
A GANARME MIS FRISOLES?
¿O ES QUE VOY A COMER
~~MERDA~~ PARTICIPATIVA?!

EL LOCUTOR, COMO TODO OBRERO, VIVE DE SU TRABAJO.
Y SU TRABAJO DEBE ESTAR BIEN PAGADO.
Y EN SU TRABAJO DEBE ENCONTRAR OPORTUNIDADES
PARA ESTUDIAR, PARA PROMOCIONARSE, PARA GANAR MÁS.
PERO UNA COSA ES ESO.
Y OTRA EL QUE TRABAJA MIRANDO EL RELOJ,
EL QUE TRABAJA SIN AMOR AL TRABAJO,
EL QUE SI NO HAY REALES POR MEDIO, NO TRABAJA.

PARA EL PROYECTO DE LA RADIO PARTICIPATIVA
CORADEP NECESITA MILITANTES DEL MICROFONO,
RADIALISTAS QUE SEPAN COMBINAR
LA PROFESIONALIDAD (EL CÓMO)
CON LA MÍSTICA DEL TRABAJO (EL PORQUÉ).

LO QUE DECIMOS DE LOS LOCUTORES Y RADIALISTAS EN GENERAL
PODEMOS DECÍRLO TAMBIÉN DE LOS CORRESPONSALES.
UNA RADIO PARTICIPATIVA DEBE IR CREANDO
UNA AMPLIA RED DE CORRESPONSALES POPULARES
Y DEBE IR CAPACITÁNDOLOS
INTEGRALMENTE.

UN CORRESPONSAL INTEGRAL
QUIERE DECIR:



• **EL QUE MANEJA VARIOS FORMATOS**

- REDACTA NOTICIAS
- RECOGE AVISOS
- GRABA SOCIODRAMAS
- RESCATA LEYENDAS
- ENVÍA CANCIONES
- EVALÚA LA EMISORA


• **EL QUE ALIMENTA A VARIOS PROGRAMAS**

- NO SÓLO AL INFORMATIVO
SINO TAMBIÉN A
- LAS RADIO-REVISTAS
 - LOS PROGRAMAS INFANTILES
 - LOS PROGRAMAS CAMPESINOS
 - LOS PROGRAMAS JUVENILES
 - LA PROGRAMACIÓN EN GENERAL

EL CORRESPONSAL NO SE CONFORMA CON ENVIAR
MATERIALES A LA RADIO.
EN SU COMUNIDAD, EN SU COOPERATIVA O SU BARRIO
DESARROLLARÁ TODO UN TRABAJO
PROPIO DE UN COMUNICADOR POPULAR.
SI ESTE TRABAJO LO HACE EN EQUIPO, MUCHO MEJOR.
Y SI ES LA ORGANIZACIÓN O LA COMUNIDAD QUIÉN LO
ELIGIÓ A ÉL PARA SER CORRESPONSAL, TODAVIA
MEJOR.

HACIA UN EQUIPO DE PRODUCCIÓN

EN LAS EMISORAS COMERCIALES
REINÓ EL INDIVIDUALISMO Y
LA COMPETENCIA.
EN VEZ DE COMPAÑEROS,
TENIAMOS RÍVALES.
EN VEZ DE DAR UNA MANO
SE TRATABA DE PISAR UNA CABEZA.
Y DE SUBIR YO, CAIGA QUIÉN CAIGA.
Y DE BRILLAR YO EN EL ESTRELLADO CIELO
DE LA RADIODIFUSIÓN NICARAGÜENSE.



JODE
PARA QUE
NO TE JODAN



EL ASUNTO ES QUE CORADEP YA NO NECESITA ESTRELLAS
NÍ DISC-JOCKEYS QUE LE QUITAN EL HIPO A LAS QUINCEAÑERAS
NÍ SUPERMANES NÍ MUJERES MARAVILLAS.
PORQUE DE NADA SERVIRÍA TENER A
7 RADIALISTAS CLASE A Y 700 CLASE Z.
SÍ QUEREMOS ENTRE TODOS UNA RADIO PARTICIPATIVA,
TAMBIÉN TENEMOS TODOS
QUE APRENDER A TRABAJAR EN EQUIPO.

DOCTOR,
¿Y CÓMO SABE
SI UN COLECTIVO
ES DE VERAS UN COLECTIVO
Y NO UN CHACUATOL
. DE GENTE ?

COMPAÑERITO :
SON CINCO LOS SÍNTOMAS
POR LOS QUE SE CONOCE
QUE HAY TRABAJO EN
EQUIPO.



1 SI PLANIFICAN JUNTOS

- ¿ HAY REUNIONES SEMANALES, QUINCENALES, SIQUIERA MENSUALES PARA PLANEAR LA MARCHA DE LA EMISORA ?
- ¿ SE REÚNEN SOLO LOS ENCARGADOS DE LOS DEPARTAMENTOS O ALGUNA VEZ INCLUYEN A TODO EL PERSONAL ?
- ¿ CADA PROGRAMA TIENE SU PROPIA PLANIFICACIÓN ? ¿ ESTOS OBJETIVOS FUERON APROBADOS ENTRE TODOS LOS PRODUCTORES ?
- ¿ SE PREVEN CON TIEMPO LAS PROGRAMACIONES ESPECIALES O SIEMPRE ESTAMOS CONTRA EL CACHO ?

2 SI PRODUCEN JUNTOS

- ¿ CUÁNTOS PROGRAMAS SE PRODUCEN EN EQUIPO ?
- ¿ CUÁNTAS VECES ESTA SEMANA HAS COLABORADO EN UN PROGRAMA QUE NO ES EL TUYO ?
- ¿ LOS COMPAÑEROS SE CUBREN EL ROL UNOS A OTROS CON FACILIDAD ?
- ¿ CUANDO SALEN A LA CALLE O AL CAMPO, TRAEN MATERIALES SOLI PARA SU PROGRAMA, O TAMBIÉN PARA OTROS PROGRAMAS ?
- ¿ SE INVITA A LAS SECRETARIAS, A LA AFANADORA, AL C.P.F., AL MISMO DIRECTOR, A COLABORAR EN ALGUNA GRABACIÓN ?

3 SI EVALÚAN JUNTOS

- ¿ LOS COMPAÑEROS DE LA EMISORA, OYEN LA EMISORA ?
- ¿ ESCUCHAN ENTRE TODOS MUESTRAS DE LOS PROGRAMAS PARA CRITICARLOS Y MEJORARLOS ?
- ¿ SOMOS AUTOCRÍTICOS CON NUESTROS PROGRAMAS ?
- ¿ HAY TIEMPOS ESPECIALES -CADA TRIMESTRE, CADA SEMESTRE, CADA AÑO - PARA HACER UNA EVALUACIÓN MÁS PROFUNDA ?
- ¿ SE INFORMA A CORADEP CENTRAL SOBRE EL TRABAJO ?

4 SI SE CAPACITAN JUNTOS

- ¿ HAY UNA BIBLIOTECA VARIADA EN LA EMISORA ?
- ¿ CUÁNTOS LIBROS HA LEÍDO CADA COMPAÑERO EN LO QUE VA DE MES ?
- ¿ EN LAS REUNIONES DE TRABAJO SE INCLUYE ALGO DE FORMACIÓN ?
- ¿ SE HACE EN OTRO MOMENTO UN CÍRCULO DE ESTUDIO ?
- ¿ EL PERSONAL VA CRECIENDO CULTURALMENTE, IDEOLÓGICAMENTE Y PROFESIONALMENTE ?

5 SI SE DIVIERTEN JUNTOS

- ¿ DURANTE EL TRABAJO, HAY UN AMBIENTE ~~TRISTE~~ ALEGRE O ESTÁN TODOS CON CARAS SERIOTAS ?
- ¿ SALEN ALGUNA VEZ JUNTOS A TOMARSE UNAS CERVEZAS, A JUGAR BEIS, A LA PLAYA O, POR ÚLTIMO, A CUECHEAR ?
- ¿ CELEBRAN EL CUMPLEAÑOS DE LOS COMPAÑEROS, EL CUMPLEAÑOS DE LA EMISORA, EL 19 DE JULIO, EL FIN DE AÑO ?

HACIA UN NUEVO DIRECTOR

HEMOS HABLADO DEL RADIALISTA, DEL CORRESPONSAL, DEL COLECTIVO.
Y DEJAMOS PARA EL FINAL EL ELEMENTO MÁS CLAVE,
LA PIEZA DECISIVA PARA LOGRAR UNA PARTICIPACIÓN HACIA DENTRO
DE LA EMISORA:



¡EL SEÑOR DIRECTOR!

A LA ORDEN, MI ESTIMADA,
¿QUÉ SE LE OFRECE?

ANDAMOS BUSCANDO
UN NUEVO DIRECTOR

¡IDEAY!
¿ME QUIEREN COMPACTAR?
¿QUÉ HE HECHO YO DE MALO?

NO BOTE LA GORRA.
USTED HA CUMPLIDO Y SOBRECUMPLIDO.
PERO TODAVÍA LE FALTA MUCHO MÁS.

MIRÁ AMOR:
YO ADMINISTRO ESTE CARAMANCHEL,
CUENTO Y RECUENTO LOS REALES,
ME BAJAN LA LÍNEA
Y BAJO LA LÍNEA,
Y ME JALAN LA CHAQUETA DEL REGIONAL
Y DEL ORGANISMO CENTRAL
Y...

...Y TIENE QUE HACER MUCHO MÁS.
USTED MISMO TIENE QUE
DEMOCRATIZARSE Y CAMBIAR



USTED TIENE QUE CAMBIAR



**DE PATRÓN
QUE SOLO VIGILA
EL TRABAJO**



A COORDINADOR

QUE SE SIENTE Y SE SIENTA
COMO UN COMPAÑERO MÁS
DEL EQUIPO,
SÓLO QUE EL MAS SACRIFICADO
DE TODOS



**DE GERENTE
QUE SOLO CUENTA
LOS REALES**

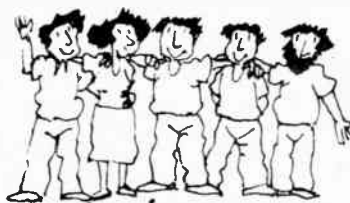


A CAPACITADOR

QUE SABE DE RADIO
Y QUE AYUDA AL COLECTIVO
A SUPERARSE PROFESIONAL
E IDEOLÓGICAMENTE



**DE POLICÍA
QUE SOLO MANTIENE
LA DISCIPLINA**



A ANIMADOR

QUE ELOGIA LO BUENO,
ESTÍMULA EL TRABAJO,
SABE COMBINAR LA EFICIENCIA
CON LA CAMARADERÍA.

**¡JODIDO, ME ENSARTARON ESTOS MAJES!
AUNQUE TODAVÍA YO ME PREGUNTO:
¿A QUÉ VIENE TODO ESTE ALBOROTO
DE LA NUEVA RADIO ?**



PARA QUÉ
ES
LA RADIO
PARTICIPATIVA

LOS OBJETIVOS - COMO LOS PAISAJES - SE VEN MEJOR
DESDE ATRÁS, CON DISTANCIA.
NO LOS HABIAMOS OLVIDADO. AL CONTRARIO,
AHORA, DESPUÉS DE HABER CARACTERIZADO
LA RADIO PARTICIPATIVA,
ENTENDEREMOS MÁS NÍTIDAMENTE
EL PARA QUÉ DE LA MISMA.

ESO MISMO
PREGONTO, YO:
¿PARA QUÉ TANTO
ENREDO
SI CON LA RADIO
DE ANTES
NOS IBA
BASTANTE
BIEN?

NO SE PREOCUPE,
COLEGA: ¡ESO ES
LLAMARADA
DE TUSA!
YA VERA' QUE PRONTO
SE APAGA
Y CORADEP VUELVE
AL BUEN CAMINO.

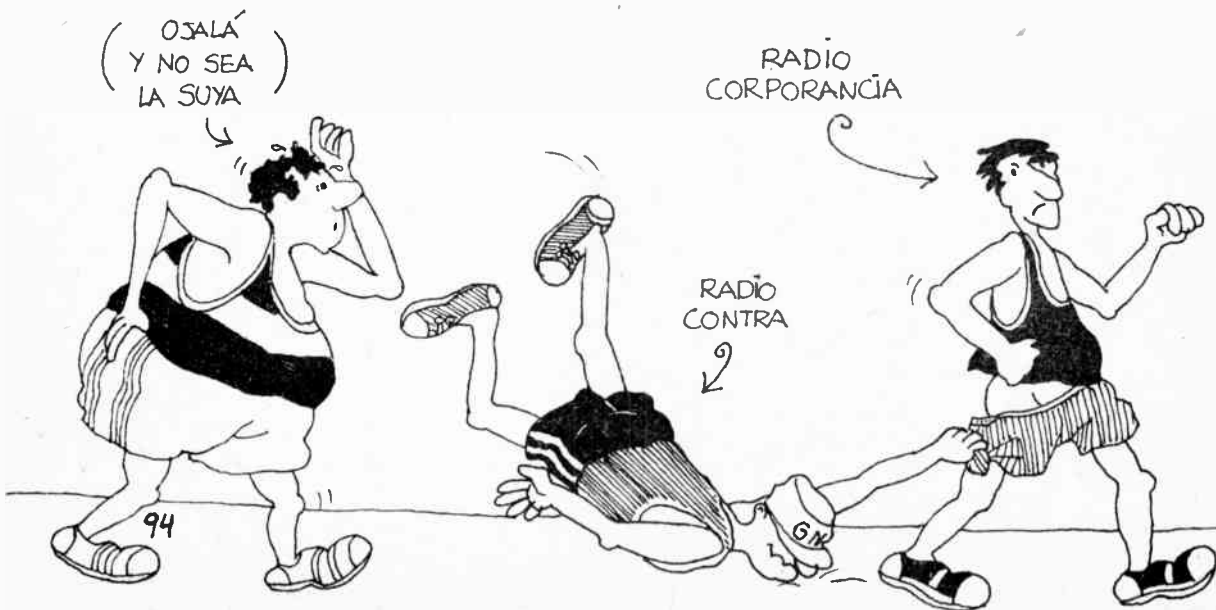


LA PARTICIPACIÓN POPULAR
NO ES UNA MODA PASAJERA.
NÍ SIQUIERA UNA TÁCTICA PARA RECUPERAR AUDIENCIAS
CANSADAS DE CHAGÜITES.
LA RADIO PARTICIPATIVA ES UNA VERDADERA **ESTRATEGIA**
DE COMUNICACIÓN.
ES UNA **CONCEPCIÓN** - LA DEMOCRATIZACIÓN DE LA PALABRA -
QUE HEMOS DE LLEVAR CON HONESTIDAD
HASTA SUS ÚLTIMAS CONSECUENCIAS.
DESDE LUEGO, ESTA ESTRATEGIA SE DESARROLLARÁ
POCO A POCO, SIN ESTRIDENCIAS, EN UN **PROCESO**
QUE DEBE SER CADA VEZ MÁS ENVOLVENTE.
PERO UN PROCESO, UN CAMINO, QUE AL IGUAL
QUE LA REVOLUCIÓN NO TIENE MARCHA ATRÁS.

¿ QUÉ BUSCAMOS CON EL PROYECTO DE RADIO PARTICIPATIVA ?



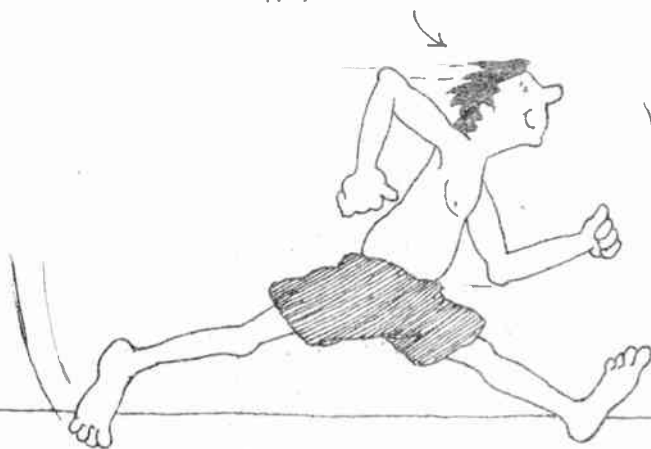
Y MUCHA AUDIENCIA.
HAY QUIEN SE PONE CHIVA Y PIENSA QUE LOS PROGRAMAS PARTICIPATIVOS SON APAGA-RADIOS.
HAGAMOS LA PRUEBA.
LA EXPERIENCIA DE TANTAS EMISORAS LATINOAMERICANAS DEMUESTRA QUE LOS ESPACIOS DONDE LA GENTE HABLA Y CANTA Y DENUNCIA Y CONCURSA Y HACE TEATRO SON DE ALTA SINTONIA.
CURIOSAMENTE, HASTA LA RADIO COMERCIAL ESTÁ USANDO LOS FORMATOS PARTICIPATIVOS, INFORMALES, MATIZONES, PORQUE DESCUBRIÓ QUE VENDEN MUCHO.



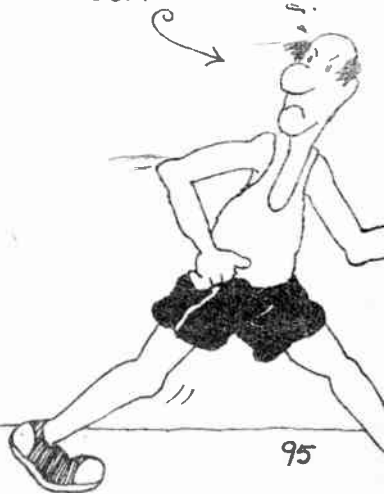
CLARO, GANAREMOS AUDIENCIA
SI ESTÁN BIEN HECHOS LOS PROGRAMAS.
NO LE LLAMAREMOS RADIO PARTICIPATIVA A LA CHAPIOLLADA,
A DEJAR UN MICRÓFONO ABIERTO
PARA QUE EL PRIMER NECIO VENGA A NECEAR,
NI A LAS ENTREVISTAS QUE SE HACEN DE HULE,
NI A LOS SOCIODRAMAS MAL GRABADOS QUE NADIE ENTIENDE
NI TIENEN NINGUNA GRACIA,
NI A LOS LOCUTORES QUE SE HACEN LOS GRACIOSOS
Y SACAN AL AIRE CUALQUIER BABOSADA.
TAMPOCO LE LLAMAREMOS RADIO PARTICIPATIVA
A HACER LOCURITAS
NI A ARMAR UN MOLOTE EN EL COLECTIVO
PARA QUE TODOS HAGAN DE TODO,
NI A DISOLVER LA PROGRAMACIÓN
EN UN SOLO REVISTÓN DE 24 HORAS
SIN DEFINICIÓN DE PROGRAMAS NI DE AUDIENCIA.
LA CULPA DEL COCINERO NO LA TIENE LA OLLA.
SI PERDEMOS AUDIENCIA
¿SERÁ PORQUE EL PROYECTO NO SIRVE?
¿O QUE NO SABEMOS HACER AUN BUENOS PROGRAMAS?
¡MASIEMOS!

**CON UNA RADIO PARTICIPATIVA BIEN HECHA
PELEAREMOS EL PRIMER LUGAR DE AUDIENCIA
EN MANAGUA Y EN CUALQUIER REGIÓN**

RADIO
PARTICIPATIVA



RADIO
COMERCIAL



¿QUÉ MÁS BUSCAMOS CON LA RADIO PARTICIPATIVA?

GANAR
CREDIBILIDAD!

CON LA PARTICIPACIÓN POPULAR VAMOS A GANAR ALGO
TAN IMPORTANTE COMO LA AUDIENCIA:

LA CONFIANZA DE LA POBLACIÓN EN LA RADIO.

PORQUE ESA MISMA POBLACIÓN
ES QUIEN ESTÁ HABLANDO, INFORMÁNDOSE
A TRAVÉS DE LA EMISORA.

RECÍPROCAMENTE,

LA RADIO TIENE QUE CONFIAR EN SUS OYENTES.

ES LEGAL, PETRONA.
LO DIXO "AQUÍ NICARAGUA"...

ENTONCES,
NO HAY FALLA

¿CÓMO LOGRO
LA CREDIBILIDAD?



NO DICRIENDO LO QUE NO ES

SI UN FUNCIONARIO DA CIFRAS FALSAS
DE LAS METAS CUMPLIDAS Y SOBRECUMPLID
EL PERIODISTA LAS INVESTIGARÁ CON LOS TRABAJADOS
DE ESA COOPERATIVA O EMPRESA.
EL TRIUNFALISMO NO AYUDA A LA REVOLUCIÓN.

NO OCULTANDO LO QUE PASÓ

SI ALGUIEN DEL GOBIERNO O EL EJÉRCITO METIÓ LAS PATAS,
NO SE GANA NADA SILENCIANDO LA INFORMACIÓN.
AL CONTRARIO,
AHÍ ES QUE COMIENZAN LAS BOLAS Y LAS GENERALIZACIONES.
EXPLICANDO LO QUE OCURRIÓ,
SE MUESTRA QUE LA CULPA FUE DE UNA PERSONA
Y NO DE TODA LA INSTITUCIÓN.
CALLANDO LOS ERRORES
NO HACEMOS NINGÚN SERVICIO A LA REVOLUCIÓN.

NO PROMETIENDO LO QUE NO SE PUEDE

SI HAY PROBLEMAS DE ABASTECIMIENTO, DE SERVICIOS
-AGUA, LUZ, TRANSPORTE -
QUE NO TIENEN SOLUCIÓN INMEDIATA,
MEJOR ES DECIR LA VERDAD, EXPLICAR POR QUÉ
NO PUEDE RESOLVERSE, NO CREAR FALSAS EXPECTATIVAS.
NOS QUITAMOS EL CLAVO HOY.
PERO MAÑANA TENDREMOS UN PERNO
CUANDO EL RECLAMO SEA DOBLE.
LA DEMAGOGIA DEJÉMOSELA AL ENEMIGO.

¿Y QUÉ MAS ?

AUDIENCIA...
CREDIBILIDAD...
PERO
QUEREMOS GANAR ALGO
MUCHÍSIMO
MÁS IMPORTANTE

Q _ _ _ N G _ N _ L _
C _ NC _ _ NC _ _ D _
L _ S M _ S _ S
H _ BR _ G _ N _ D _
L _ C _ NT _ _ ND _

A ESTA FRASE
DEL COMANDANTE BORGE
LE HAN DESAPARECIDO
LAS VOCALES.
COMPLETALA Y TENDRÁS
BIEN DEFINIDO
EL OBJETIVO PRINCIPAL DE
NUESTRA COMUNICACION

EL PROYECTO DE LA RADIO PARTICIPATIVA
PUEDE CONTRIBUIR PODEROSAMENTE
A GANAR ESTA CONTIENDA IDEOLÓGICA.
PORQUE HABLANDO Y ESCUCHANDO,
RECORDAMOS NUESTRA HISTORIA.
COMUNICÁNDOSE A TRAVÉS DE LA RADIO
EL PUEBLO VA EDUCANDO AL PUEBLO
Y DESARROLLANDO SU CONCIENCIA
EN UN TRIPLE NÍVEL.

① CONCIENCIA DE PERSONA

CHOCHO!
SOY GENTE!

CUANDO UN HOMBRE
SENTADO A LA ORILLA DEL WANKÍ
O PERDIDO EN LA MONTAÑA SEGOVIANA
ESCUCHA SU VOZ
O LA VOZ DE SU COMPADRE
A TRAVÉS DEL MISMO APARATO MISTERIOSO
DONDE HABLA EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA,
O CANTA HERNALDO,
ESE SIMPLE HECHO DESPIERTA EN ÉL
UN SENTIMIENTO DE IMPORTANCIA
DE SER ALGUIEN, DE SER PERSONA.

EL MEDIO DE COMUNICACIÓN INACCESIBLE
SE DESMÍTIFICA,
SE QUIEBRA EN PEDAZOS.
NO HAY SERES SUPERIORES
QUE HABLAN
Y OTROS INFERIORES
QUE SÓLO ESCUCHAN.
TODOS PODEMOS OPINAR.
EL NIÑO SE HACE HOMBRE HABLANDO.
Y LAS MASAS SE HACEN PUEBLO
DICIENDO SU PALABRA.



② CONCIENCIA DE GRUPO



AL ESCUCHAR A TRAVÉS DE LA RADIO LAS ENTREVISTAS,
LOS SOCIODRAMAS, LAS OPINIONES DE OTROS COMPAÑEROS
CON PROBLEMAS SEMEJANTES AL SUYO, EL CAMPESINO
VA ROMPIENDO EL TRADICIONAL AISLAMIENTO EN QUE VIVE.
TAMBIÉN EL HOMBRE DE LA CIUDAD COMIENZA A SENTIRSE
INTEGRADO EN UN GRUPO MÁS AMPLIO QUE SU PEQUEÑO BARRIO.

LA REGIÓN ES MÁS GRANDE QUE MI PUEBLITO.
Y NICARAGUA ES MÁS GRANDE QUE MI REGIÓN.
Y CENTROAMÉRICA ... Y AMÉRICA LATINA ... Y EL TERCER MUNDO..
ESTE SENTIMIENTO DE SER MUCHOS, DE SOLIDARIDAD ENTRE MUCHOS,

ES LA SEMILLA DE UNA CONCIENCIA MÁS ELABORADA:
LA CONCIENCIA DE CLASE Y EL INTERNACIONALISMO.

③ CONCIENCIA POLÍTICA

EL SOMOCISMO SE EMPEÑÓ
EN HACERNOS CREER
QUE EL DESORDEN SOCIAL
ERA EL ORDEN NATURAL.
QUE LAS COSAS ERAN ASÍ,
Y QUE ASÍ SEGUIRÍAN.
PERO CARLOS Y UN PUÑADO
DE SOÑADORES BIEN DESPIERTOS
NOS DEMOSTRARON A TODOS
QUE LA HISTORIA
SÍ SE PODÍA CAMBIAR.
Y LA CAMBIARON.



SE TRATA DE COMPRENDER
EL PORQUÉ DE LO QUE PASA
Y EL CÓMO RESOLVERLO.
PERO SE TRATA DE ALGO MÁS:

¡ DE RESOLVERLO !

LA RADIO NOS HACE PARTICIPAR EN LAS PEQUEÑAS Y GRANDES TRANSFORMACIONES QUE LOGRAMOS EN NUESTRAS COMUNIDADES. POR LA RADIO ESCUCHAMOS, COMO EN OTRAS COMARCAS TENIAN UN TRABÓN EN EL CAFÉ, Y LOGRARON CUMPLIR SUS METAS. POR LA RADIO CONOCEMOS COMO ATACARON LA COOPERATIVA Y COMO LOS TRABAJADORES SE DEFENDIERON Y "NO PASARON". Y TAMBIÉN NOS ENTERAMOS DE LOS ERRORES, DE LOS FRACASOS. Y ENTRE VICTORIAS Y DERROTAS, EL PUEBLO VA DESCUBRIENDO QUE LA REALIDAD SE PUEDE CAMBIAR, QUE NO HAY DESTINO CIEGO. QUE LA HISTORIA SE ESCRIBE CON NUESTRAS PROPIAS MANOS. LA RADIO, INTERCOMUNICANDO LAS CAUSAS DE LOS PROBLEMAS Y SUS POSIBLES SOLUCIONES, VA DESARROLLANDO LA CONCIENCIA CRÍTICA DEL PUEBLO, VA ANIMÁNDOLO A PARTICIPAR, A COMPROMETERSE POLÍTICAMENTE.

ESTE DESARROLLO DE LA CONCIENCIA SE VA LOGRANDO
CON LA IRUPCIÓN DE LA PALABRA POPULAR
EN LOS DIVERSOS FORMATOS RADIOFÓNICOS.
PERO EL MISMO NOMBRE DE LA CORPORACIÓN SUGIERE
LOS OTROS ASPECTOS DE LA VIDA DE LA EMISORA
EN DONDE DEBE DARSE TAMBIÉN UNA
AUTÉNTICA DEMOCRATIZACIÓN Y UNA PRESENCIA DE LOS OYENTES.

CAPACITACIÓN DEL PERSONAL

ORGANIZACIÓN DE LA PROGRAMACIÓN

REALIZACIÓN DE LOS PROGRAMAS

ADMINISTRACIÓN DE LA EMPRESA

DIRECCIÓN DEL PROYECTO

EVALUACIÓN DE LAS METAS

PROPIEDAD DEL MEDIO



CORPORACION DE RADIODIFUSIÓN DEL PUEBLO

COLEGA PARTICIPATIVO,
LO QUE USTED EXPLICA
VA DE VIAJE...
PERO NUESTRA EMISORA
ES OTRA COSA, ES GRANDE,
DE ALCANCE NACIONAL Y...

¿Y QUÉ, JOSÉ?

QUE SU ROLLO, SE REFIERE
A LAS RADIOS REGIONALES

TRANQUILA, PETRONILA.
ACTUALMENTE,
LAS 18 EMISORAS DE CORADEP
TIENEN POCOS KÍLOVATIOS,
PERO LA DEMOCRATIZACIÓN
DE LA PALABRA
NO DEPENDE DE LA POTENCIA
DE LAS EMISORAS.

¿UNA RADIO NACIONAL
PUEDE SER PARTICIPATIVA?

EVIDENTE, VICENTE

¿Y UNA RADIO INTERNACIONAL?

LA MISMA COSA, ROSA.
Y CUANDO TENGAMOS
UN SATÉLITE, TAMBIÉN.
CAMBIARÁN LAS FORMAS
DE PARTICIPACIÓN PERO
NO LOS OBJETIVOS DEL PROYECTO.

ENTONCES...
LO DETERMINANTE NO ES
LA AMPLITUD GEOGRÁFICA
SINO LA PROFUNDIDAD
POLÍTICA.

ES CORRECTO, POLÍDECTO.
PORQUE SI A LAS GRANDES EMISORAS
Y OTROS MEDIOS DE COMUNICACIÓN
LES NEGAMOS EL DERECHO Y EL DEBER
DE SER PARTICIPATIVOS,
HARIAMOS ENANO EL PROYECTO.

ESTAS IDEAS DE DEMOCRATIZAR LA COMUNICACIÓN
DESDE EL SIMPLE ACCESO DEL PUEBLO A LA PALABRA
HASTA LA PROPIEDAD SOCIAL DE LOS MEDIOS
NO SON INVENTOS DE LA REVOLUCIÓN NICARAGÜENSE.
SE ENCUENTRAN YA FORMULADAS
EN EL NUEVO ORDEN INFORMATIVO INTERNACIONAL (NOII)
IMPULSADO POR LA UNESCO Y LOS NO-ALINEADOS
Y RECHAZADO NATURALMENTE POR ESTADOS UNIDOS
Y LAS TRANSNACIONALES DE LA INFORMACIÓN.



NO SON TAMPOCO PRÁCTICAS DESCONOCIDAS EN AMÉRICA LATINA.
DESDE LOS AÑOS CINCUENTA, LOS MINEROS BOLIVIANOS TIENEN
RADIO PROPIAS. Y DESDE HACE MUCHOS AÑOS TAMBIÉN
LOS CAMPESINOS DE PERÚ Y DE BRASIL Y DOMINICANA
PARTICIPAN ACTIVAMENTE EN UN BUEN NÚMERO DE EMISORAS POPULARES
Y ACOMPAÑAN SUS LUCHAS CON PROGRAMAS HECHOS POR ELLOS MISMOS.
Y NO ES CASUAL QUE EN CHILE, EN GUATEMALA Y EL SALVADOR
LOS GOBIERNOS REPRESIVOS HAYAN DINAMITADO ALGUNAS DE ESTAS
EMISORAS DONDE EL PUEBLO APRENDÍA A TOMAR LA PALABRA.

ESTA ES TAL VEZ LA MEJOR DEFINICIÓN DE LOS OBJETIVOS
DE UNA RADIO POPULAR
EN NUESTROS PAÍSES HERMANOS DE LA PATRIA GRANDE:

DEMOCRATIZAR LA PALABRA
PARA DEMOCRATIZAR EL PODER



LA DIFERENCIA DE ESTAS EXPERIENCIAS CON EL PROYECTO DE CORADEP CONSISTE EN NUESTRO CONTEXTO REVOLUCIONARIO. HASTA AHORA LAS EMISORAS POPULARES LATINOAMERICANAS HAN CRECIDO A PESAR DE LOS GOBIERNOS O EN SU CONTRA. PERO AQUÍ EN NICARAGUA EL PUEBLO YA ALCANZÓ EL PODER. TENEMOS, PUES, LA OPORTUNIDAD INÉDITA DE EXPERIMENTAR LA RADIO POPULAR DESDE EL PODER POPULAR, EL DESAFÍO DE HACER RADIO PARTICIPATIVA EN EL SENO DE UNA REVOLUCIÓN BASADA EN LA DEMOCRACIA PARTICIPATIVA (ARTICULO 7 DE LA CONSTITUCIÓN).

MOY LINDO ME LO PINTA USTED

LA VERDAD ES QUE LA LUCHA ES MUY DESIGUAL.
CUANDO EN AMÉRICA LATINA
EL PUEBLO LOGRA UN CHANCE EN UNA RADIO
PARA HACER UN PROGRAMA,
LA RADIO COMERCIAL CUENTA CON MIL ESPACIOS

PUES EN NICARAGUA TAMPOCO PODEMOS COMPETIR,
NI SIQUIERA AHORA, CON LOS REALES,
LA TECNOLOGÍA, LA POTENCIA
DE LAS RADIOS ENEMIGAS QUE TRASMITEN
DESDE FUERA Y DESDE DENTRO
DE NUESTRO PAIS

ES UNA VERDADERA GUERRA
RADIOFÓNICA
LA QUE NOS ESTÁN HACIENDO

Y ENTONCES...
¿QUE NOS HAGAN CHICHARRÓN ?

PUES NO. ÉCHELE UNA LEIDITA
A LO QUE DISO CARLOS MANUEL MORALES
EN EL VI ANIVERSARIO DE CORADEP.



"YO LE DECÍA AL COMPAÑERO PARRALES QUE SI NOSOTROS
LOGRAMOS QUE LA GENTE HAGA SUYAS LAS RADIOS DE CORADEP,
NO IMPORTA QUE NOS COLOQUEN 50 RADIOS EN LA FRONTERA
O 70 O 100, SI EL CORAZÓN DE LA GENTE Y LA CONCIENCIA
DE LA GENTE SE VEN REFLEJADOS EN LAS RADIOS NUESTRAS.
Y PARA QUE LA GENTE SIENTA SUYA LA RADIO, TIENE QUE SALIR
LA MÚSICA SUYA, Y TIENEN QUE SALIR TAMBIÉN LAS TAREAS SUYAS
Y LA VIDA SUYA, DE SUS MIEMBROS, SU TIERRA, SU EDUCACIÓN,
SUS LUCHAS, SUS DESVELOS DIARIOS, COTIDIANOS.
Y ENTONCES ¿QUIÉN MEJOR QUE EL MISMO PUEBLO ACTOR
PARA CONTAR LO QUE ESTÁ HACIENDO?"

**EL RETO Y LA META ES QUE EL PUEBLO
LLEGUE A CONSIDERAR SUYA CADA UNA DE LAS RADIOS.**

Y QUE, CONSIDERÁNDOLA SUYA, LA OCUPE COMO SUYA,
LA NUTRA, LA ALIMENTE, Y CADA VEZ IRÁ SIENDO MÁS SUYA.
POR TANTO, MÁS POPULAR.

Y POR TANTO, ESTARÁ APORTANDO
AL FORTALECIMIENTO DE LA CONCIENCIA DEL PUEBLO."

20-6-87

Y ES QUE EL PROYECTO DE LA RADIO PARTICIPATIVA NO TIENE OBJETIVOS MERAMENTE COMUNICACIONALES.

SE TRATA DE UNA DECISIÓN POLÍTICA.

SE TRATA DE UNA ESTRATEGIA QUE NOS PERMITIRÁ AFRONTAR CON SEGURIDAD LA LUCHA IDEOLÓGICA EN MEDIO DEL PLURALISMO QUE LA REVOLUCIÓN HA CONQUISTADO PARA LA SOCIEDAD NICARAGÜENSE.

PORQUE LA PARTICIPACIÓN POPULAR BIEN CONDUCTA CREA UNA RELACIÓN ESPECIAL CON LOS OYENTES:
LLÁMASE POPULARIDAD O EMPATÍA
O IDENTIFICACIÓN ... O AMOR.



SI EN NICARAGUA LOGRAMOS QUE NUESTRAS AUDIENCIAS SE IDENTIFIQUEN CON SUS EMISORAS, QUE LAS QUIERAN COMO SUYAS AHORA QUE YA LO SON, HABREMOS AYUDADO A GANAR LA MÁS DIFÍCIL BATALLA: LA DE LAS CONCIENCIAS.
Y HABREMOS ECHADO LA BASE MÁS FIRME PARA LO QUE POR EL MOMENTO ES PROYECTO Y ESPERANZA:
**UN SISTEMA NACIONAL DE COMUNICACIÓN POPULAR
RADIOFÓNICA**

AH,

EN ESTE FOLLETO HEMOS HABLADO
DE **RADIO PARTICIPATIVA** Y DE **RADIO COMERCIAL**.

POR FAVOR,
NO CONFUNDÁS **RADIO COMERCIAL**
CON **PASAR ANUNCIOS COMERCIALES**.

UNA RADIO NO ES MÁS COMERCIAL POR TENER PUBLICIDAD
NI ES MÁS REVOLUCIONARIA POR NO TENERLA.

EL CARÁCTER COMERCIAL DE UNA EMISORA
NO SE MIDE POR EL NÚMERO DE ANUNCIOS,
SINO POR LOS VALORES Y ANTIVALORES
QUE IMPULSAN SUS PROGRAMAS,

POR EL NIVEL DE PARTICIPACIÓN POPULAR,
POR LOS **OBJETIVOS**
DEL PROYECTO.

UNA RADIO ES UNA **EMPRESA**
Y COMO TAL DEBE SER RENTABLE.
A NO SER QUE INVIERTA
EN UNA LIBRERÍA O EN UNA FÁBRICA
DE MERMELADA,
UNA EMISORA NO TIENE
OTRA FUENTE DE INGRESOS
QUE LOS QUE OBTIENE
POR LA PUBLICIDAD.
POR SUPUESTO,
ESTO NO QUIERE DECIR
QUE PASAREMOS
CUALQUIER ANUNCIO QUE VENGA.
ALGUNOS PODRÁN
RESULTAR CONTRADICTORIOS
CON LA LÍNEA DE LA EMISORA.
SE REQUIERE, PUES,
UNA **POLÍTICA PUBLICITARIA**
COHERENTE
CON EL PROYECTO
DE LA RADIO PARTICIPATIVA.

¡PERO ESO ES TEMA
DE OTRO FOLLETO!

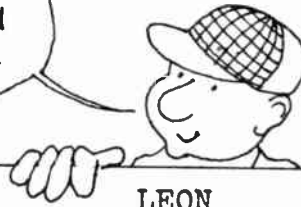


PARA QUE EL PROYECTO
DE LA RADIO PARTICIPATIVA
NO SE QUEDE
EN BUENAS INTENCIONES
NI EN SUEÑOS DE CUATRO COMUNICÓLOGOS,
CORADEP CUENTA
CON EL CENTRO DE CAPACITACIÓN
"GERARDO ALVARADO LEÓN"
(carretera vieja a León Km.10 y medio)
Y UN PLAN DE CAPACITACIÓN
A CORTO Y MEDIANO PLAZO
Y TALLERES QUE UTILIZAN,
NATURALMENTE,
LA METODOLOGÍA PARTICIPATIVA:
HACER - EVALUAR - REHACER.

VENÍ A CONOCERLO,
JODIDO!
¡QUE POR MIRAR NO SE COBRA!



¿CONOCÉS TODAS LAS RADIOS
DE CORADEP?
RELACIONÁ SUS NOMBRES CON
LOS LUGARES DESDE DONDE
TRASMITEN.




SEGOVIA
LA PRIMERISIMA
MINAS
PANCASAN
FRENTE SUR
ZINICA
19 DE JULIO
LA CACHORRA
XALTEVA
INSURRECCION
NUEVA GUINEA
VENCEREMOS
VOZ DEL PODER POPULAR
REVOLUCION
LIBERTAD
13 DE OCTUBRE
PAZ
LIBERACION

LEON
BLUEFIELDS
GRANADA
JUIGALPA
MANAGUA
NUEVA GUINEA
PUERTO CABEZAS
RIO SAN JUAN
ESTELI
JINOTEPE
MANAGUA
ROSITA
CHINANDEGA
OCOTAL
MANAGUA
JINOTEGA
RIVAS
MATAGALPA

INDICE

INTRODUCCIÓN.....	5
QUÉ ES LA RADIO PARTICIPATIVA.....	14
QUIÉNES PARTICIPAN EN UNA RADIO PARTICIPATIVA.....	28
DESDE DÓNDE SE HACE LA RADIO PARTICIPATIVA.....	48
CÓMO SE HACE LA RADIO PARTICIPATIVA.....	58
LA PARTICIPACIÓN HACIA DENTRO	80
PARA QUÉ ES LA RADIO PARTICIPATIVA.....	92



*Cuando un hombre
sentado a la orilla del Wankí
o perdido en la montaña segoviana
escucha su voz
o la voz de su compadre
a través del mismo aparato misterioso
donde habla el Presidente de la República
o canta Hernaldo,
ese simple hecho despierta en él
un sentimiento de importancia,
de ser alguien, de ser persona.
El medio de comunicación inaccesible
se desmitifica,
se quiebra en pedazos.
No hay seres superiores
que hablan
y otros inferiores
que sólo escuchan.
Todos podemos opinar.
El niño se hace hombre hablando.
Y las masas se hacen pueblo
diciendo su palabra.*

