

El desafío de las radios comunitarias*



Mauricio Andrés Álvarez Moreno**

Recibido: enero 27 de 2008
Aprobado: marzo 10 de 2008

Resumen

El artículo *El desafío de las radios comunitarias* hace parte del proyecto de investigación *Procesos comunicativos e impacto social de las emisoras comunitarias en el Valle de Aburrá*. El texto conceptualiza en la primera parte sobre las nociones de la radio comunitaria en el mundo y en Colombia. En la segunda parte se realiza un análisis de los retos que tiene la radio comunitaria para mejorar la participación en sectores sociales y, por último, se hace una pequeña descripción de los escenarios que pueden servir de trampolín para mejorar las condiciones de sostenibilidad desde lo social de las radios comunitarias.

Palabras clave

Radio, radio comunitaria, participación, radio comercial, rating, participación, interés público, comunidad.

* Este artículo es resultado de la investigación "Procesos comunicativos e impacto social de la emisoras comunitarios en el Valle de Aburrá".

** Profesional en Comunicación y Relaciones Corporativas. Docente de tiempo completo de la Universidad de Medellín. Cibercorreo: maur-alvarez@udem.edu.co

The Challenge of Community Broadcasting

Abstract

The Challenge of Community Broadcasting is an article written as a result of the research project *Communication Processes and Social Impact of Community Broadcasting in Aburra Valley*. In the first part, the article states the notions of community broadcasting in both Colombia and the whole world; in the second part, it makes an analyzes of challenges community broadcasting has to face in order to improve participation in social sectors; at the end , there is a brief description of arenas, which can be used as springboard to improve sustainability of community broadcasting from what is social.

Key words

Radio, community broadcasting, participation, commercial broadcasting, rating, public interest, community

INTRODUCCIÓN

Colombia ha sido un país altamente influenciado en aspectos políticos, sociales y culturales a raíz de una marcada acentuación de los avances tecnológicos y muy específicamente en el ámbito de las telecomunicaciones. De igual manera el sector de la economía y los modelos de producción encuentran un referente en el avance de las tecnologías de la información y la comunicación. Esta nueva dinámica de las relaciones que se establecen en el interior de la sociedad ha permitido una suerte de metamorfosis en el entorno social y en el desarrollo de las comunidades. “Una nueva forma de interacción en el ámbito de las políticas internas y externas del estado colombiano ha permitido un permanente flujo e intercambio de corrientes culturales que favorecen la creación de espacios de participación desde diferentes sectores de la sociedad” (Pereira, 2001:38)¹.

La radiodifusión en Colombia ha cumplido un papel preponderante en el desarrollo político, social y cultural de la nación. Ciertas características propias de la radio como medio de comunicación, con particularidades específicas, sumadas a condiciones económicas y geográficas también particulares, han hecho que en el país, este fenómeno presente condiciones de desarrollo y evolución diferentes a los otros medios masivos de comunicación, más aun, cuando las radios comunitarias tienen como una de sus misiones promover el desarrollo de las comunidades.

SITUACIÓN DE LA RADIO EN EL MUNDO

En materia de radio, los cambios han sido tan rápidos que parecen tiempos prehistóricos aquellos en que Guillermo Marconi, físico italiano, hizo sus primeras transmisiones inalámbricas, en 1895, para inaugurar este invento. El antiguo receptor, con cristal de galena, que atrapaba con dificultad las ondas hertzianas, contrasta con la radio del siglo XXI que rueda por el mundo sin limitaciones ofreciendo, por vía satélite, terrestre o Internet, gran variedad de servicios y ventajas.

A partir de la creación de la primera emisora, denominada KDKA, en Pittsburg, Estados Unidos, en 1920, la radio configuró tres líneas básicas de evolución: comercial, pública y comunitaria. El desarrollo de estas tendencias se hizo de acuerdo con las circunstancias especiales que dieron origen a la radio en cada país o continente. Mientras en América se impuso el modelo comercial, en Europa la radiodifusión pública ejerció un mayor liderazgo y, como una vía alternativa a estas opciones, en muchas regiones se desarrolló la radio comunitaria (Lewis, Booth, 1992: 32)

En la actualidad, en los Estados Unidos, funcionan más de 11.000 estaciones comerciales en ese país y miles de emisoras alrededor del mundo a cargo de personas naturales o jurídicas titulares de las licencias. Buena parte de estas emisoras están integradas a las grandes cadenas. La CNN, por ejemplo, tiene cerca de 2.000 afiliadas. Algunas de estas cadenas pertenecen, a

la vez, a grupos económicos con vínculos en la prensa y la televisión. Las dinámicas de su desarrollo han estado en función del mercado publicitario y sus audiencias. Con una tendencia a la segmentación, buscan cada vez mejorar la fidelidad de los oyentes y aumentar sus índices de sintonía. Es un sector organizado en cámaras o asociaciones para proyectar su desarrollo y atender sus asuntos gremiales.

La primera emisora pública fue la British Broadcasting Corporation, BBC, en Londres, en 1922, como un medio orientado a la información, educación y entretenimiento. Poco después, varios Estados crearon su propio servicio de radiodifusión para divulgar la cultura y educación en su país. Incluso, en diferentes idiomas, han logrado captar importantes audiencias extranjeras para dar a conocer sus sistemas económicos y políticos (Lewis, Booth, 1992: 32)

La primera emisora comunitaria se fundó en Río Grande Do Sul, Brasil, en 1931, pero también hay registros que identifican su origen con Radio Sutatenza en Colombia, en 1947, o con la emisora KPFA, fundada por Lew Hill, en 1949, en Berkeley, California. A cargo de organizaciones sin ánimo de lucro, el objetivo de la programación de estas emisoras es el mejoramiento de las condiciones de la comunidad local. Hay emisoras comunitarias en los cinco continentes, integradas a varias organizaciones gremiales, la más destacada de las cuales es la Asociación Mundial de Radios Comunitarias, AMARC. En América, luego del liderazgo que asumió Colombia en 1995 para reglamentar estas emisoras, se inició un proceso similar en otros países

como Venezuela, Bolivia, Chile, Uruguay, Estados Unidos (Gómez, 2003:26)

El funcionamiento de estas corrientes de radiodifusión no ha estado libre de las tensiones propias de la naturaleza disímil de las organizaciones concesionarias. En España, por ejemplo, hay una controversia entre la radio comercial y las radios locales, a cargo de las comunidades autonómicas, por la financiación que éstas reciben del presupuesto público, lo cual se considera incompatible con el régimen de libre competencia. En Estados Unidos, los radiodifusores comerciales se quejan por la operación irregular de las estaciones educativas de baja potencia. En Chile, los radiodifusores comunitarios protestan por las pocas garantías que tienen para su operación. También hay inquietudes frecuentes, en la mayoría de los países, por la operación ilegal de emisoras.

Independiente de los modelos de radio que hayan sido implementados en cada país, hay algunas características comunes a este desarrollo. En general, los Estados tienen el control de la planificación, gestión, uso y vigilancia del espectro radioeléctrico, considerado como un bien público. La adjudicación de las licencias se realiza mediante concurso, excepto las que son de uso estatal que se otorgan en gestión directa. Las concesiones tienen un período determinado, prorrogables de acuerdo con la legislación de cada país. Y, la Unión Internacional de Telecomunicaciones coordina la aplicación de las disposiciones y convenios en aspectos técnicos y de reglamentación.

Todo el andamiaje jurídico y administrativo de los Estados para dirigir el sector de la

radiodifusión está en permanente evolución para responder a las exigencias de su desarrollo. El cambio más importante en esta época es la transición de la radio analógica a la radio digital, comparable con el cambio de la televisión en blanco y negro a la imagen en color. El sistema de radio digital (Digital Audio Broadcasting, DAB) nació en Europa, en 1987, bajo la denominación del proyecto Eureka 147 (Gómez, 2003:26)

SITUACIÓN DE LA RADIO EN COLOMBIA

Buena parte de la historia del país en el siglo XX fue acompañada por la radio. Desde su aparición en 1929, durante el gobierno de Miguel Abadía Méndez, primero con la emisora pública HJN, antecesora de la Radiodifusora Nacional de Colombia, y luego con la emisora HKD, posteriormente denominada la Voz de Barranquilla, la radio marcó la delantera a los cambios económicos y sociales que se habrían de registrar a partir de década de los 30. En aquel entonces, la radio disputaba tímidamente un lugar al lado de la prensa, con las dificultades propias del invento recién llegado para dar a conocer sus ventajas. No obstante, en pocos años, lo que parecía un medio apenas experimental, gracias a su inmediatez y oportunidad, adquirió fuerza con la transmisión de noticias, espectáculos, radionovelas, encuentros deportivos y programas de humor. La radio se convirtió rápido en un medio masivo por los altos índices de analfabetismo, a diferencia de la prensa que era un medio de elites. Por esta época, 1933, también se inicia la radio

educativa o universitaria con la creación de la emisora de la Universidad de Antioquia.

En 1936, mediante la ley 198, el gobierno adquirió el control de las telecomunicaciones. El espectro radioeléctrico recibió titularidad pública y el uso fue regulado por el Estado mediante el otorgamiento de licencias de operación. Un desarrollo importante se registró en esta época con la creación de nuevas emisoras, muchas de las cuales se registraron en la conciencia colectiva del país con nombres que perduran hasta nuestros días: La Voz de la Víctor, La Voz de Bogotá, Radio Bucaramanga, La Voz del Valle, Radio Continental, Emisora Nueva Granada, Radio Pacífico, Ecos del Combeima, Radio Santa Fe, Radio Manizales, Radio Cartagena, Emisoras Fuentes, Emisora Philco, la Voz de Pereira y La Voz de Antioquia (Mata, 1993: 47)

El dinamismo de estas primeras empresas y la buena aceptación del público llevaron a un perfeccionamiento del medio desde el punto de vista administrativo y técnico. El comercio y la industria vieron las grandes oportunidades para la difusión de sus productos y mejoraron la rentabilidad de sus negocios por la ampliación de sus mercados. Así surgieron las primeras empresas radiales y nuevas ocupaciones alrededor del medio: productores, locutores, grabadores, libretistas, reporteros y personal creativo para los mensajes publicitarios.

En un salto, las ondas hertzianas se extendieron por todo el territorio nacional de un país, en su mayoría rural, como el mejor signo de instalación en los progresos del siglo XX y, también, como una aproximación, antes impensable, a los acontecimientos políticos

y sociales. A través de los pocos receptores que había en 1935 se conoció la noticia de la muerte de Carlos Gardel por el accidente de dos aviones en el aeropuerto de Medellín. En 1940, el gobierno de Eduardo Santos dota al Estado de una radio que difundía cultura y educación informal para los colombianos. En los pueblos y ciudades, la gente escuchó en directo el mensaje de Alberto Lleras, el 10 de julio de 1944, para defender la democracia del intento de golpe al presidente López Pumarejo. Cuatro años más tarde, el 9 de abril de 1948, las emisoras anunciaron el asesinato del político Jorge Eliécer Gaitán y, en medio del desorden, varias estaciones fueron asaltadas para defender la causa de las facciones enfrentadas, conscientes del poder de la comunicación para definir los acontecimientos políticos.

La experiencia del 9 de abril produjo un trauma en las relaciones del gobierno con el sistema radial; por eso las licencias de radiodifusión fueron canceladas mientras se afinaban los métodos para nuevas adjudicaciones. Aunque una de las causas de este conflicto era la preocupación de los partidos por el control del medio de comunicación radial, también reflejaba las primeras inquietudes acerca de la necesidad de controlar el uso del medio para garantizar el orden social. El decreto 3418 de 1954 que prohibía la difusión de comentarios o conferencias de índole política, sin permiso del gobierno refleja esta coyuntura (Mata, 1993: 59)

A mediados del siglo XX se produce un avance significativo en el desarrollo del medio radial, con la constitución de las primeras cadenas radiales Caracol, RCN y Todelar que

consolidan el carácter comercial de esta actividad. La radio pública también se afirma con la Radiodifusora Nacional que proyecta la visión educativa y cultural del Estado alrededor de este medio.

Surgen las primeras emisoras a cargo de universidades y aparece Radio Sutatenza, como un modelo especial de comunicación para el desarrollo. La emisora HJCK el mundo en Bogotá, también aparece en esa época con una definida vocación cultural. Las décadas siguientes ayudan a consolidar el desarrollo empresarial de la radio, la estructuración de sus cadenas comerciales y la innovación tecnológica” (Arrastia, 1994: 28)

En 1991, con la expedición de la nueva Constitución, Colombia fortalece el derecho a la información y expresión, establece la libertad para fundar medios y señala que no habrá censura. En este nuevo contexto jurídico, la radiodifusión, así como todos los medios, se integra a la estructura democrática del país porque trasciende su carácter instrumental y ubica el papel de la libre comunicación de las ideas como fundamento del sistema político.

Gracias a estos avances, en la segunda mitad de la década de los 90 se produce un nuevo desarrollo en la evolución del sistema radial con el surgimiento de la radio de interés público y la radio comunitaria. Aunque ya había un desarrollo importante de la radio a cargo del Estado, una demanda creciente de medios de comunicación por parte de entidades públicas configuró esta nueva tendencia en la historia radial. Lo mismo ocurrió con la radio comunitaria que dio

respuesta a las necesidades de comunicación de las organizaciones sociales en el nivel local.

La legislación vigente de radio en Colombia tiene su fundamento en la Constitución Nacional. El artículo 20° de la Carta señala:

Se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios masivos de comunicación. Estos son libres y tienen responsabilidad social. Se garantiza el derecho a la rectificación en condiciones de equidad. No habrá censura.

El artículo 75° de la Constitución establece:

El espectro electromagnético es un bien público inajenable e imprescriptible sujeto a la gestión y control del Estado. Se garantiza la igualdad de oportunidades en el acceso a su uso en los términos que fije la ley. Para garantizar el pluralismo informativo y la competencia, el Estado intervendrá por mandato de la ley para evitar las prácticas monopolísticas en el uso del espectro electromagnético.

Hay otro conjunto de normas básicas compuesto por la ley 72 de 1989 que estableció los principios y régimen de concesión y la ley 80 de 1993 según la cual las licencias de operación se deben otorgar de acuerdo con principios de selección objetiva, transparencia y economía, además de los requisitos de carácter social, jurídico, económico y técnico, propios de cada servicio.

En 1995, según el decreto 1446, se estableció la clasificación del servicio de radiodifusión así: comercial, comunitaria e interés público. Al mismo tiempo se dictaron los decretos 1445 y 1447, los cuales adoptaron los planes técnicos nacionales de radiodifusión sonora, reglamentaron la concesión del servicio, determinaron los criterios y conceptos tarifarios y establecieron las sanciones aplicables al servicio.

De acuerdo con la clasificación del servicio de radiodifusión, en función de la programación, el Estado señala tres modalidades radiales^{2:}

Radio comercial. La radiodifusión comercial, dirigida por empresas de comunicación con ánimo de lucro, algunas asociadas a los orígenes de la radio en Colombia, tiene una operación orientada hacia los programas informativos, de entretenimiento y musicales.

Dentro de la modalidad de radiodifusión comercial hay un segmento de 16 emisoras, con una marcada vocación social y cultural, a cargo de universidades privadas, fundaciones y corporaciones. Según las potencias de operación, las emisoras comerciales están clasificadas como estaciones clase A, B y C, con potencias que oscilan entre 1 Kw. y máximo 250 Kw., de acuerdo con la tecnología de transmisión (FM o AM).

Radio comunitaria. A comienzos de la década de los 90, con el nuevo ordenamiento constitucional que garantizó el derecho a la información y la libertad de fundar medios masivos de comunicación, las comunidades organizadas lideraron procesos

de comunicación social en el nivel local que dieron origen a la radio comunitaria. En 1995, se realizó la primera convocatoria para adjudicar las licencias. Las primeras concesiones datan del 11 de marzo de 1997.

Radio de interés público. Este sector, liderado por la Radiodifusora Nacional de Colombia, ha dirigido sus esfuerzos hacia el fomento de la educación, la cultura y los valores cívicos. De este hacen parte un conjunto de emisoras a cargo de universidades estatales, alcaldías, gobernaciones, cabildos indígenas y la Fuerza Pública.

En 1997 se inició la adjudicación de licencias de radiodifusión a las Fuerzas Armadas y la Policía Nacional, en gestión directa, previa solicitud de estas entidades, con el propósito de apoyar sus tareas de defensa ciudadana, fomentar los valores cívicos y democráticos. La Dirección General de la Policía Nacional tiene 28 licencias de concesión, con las cuales opera emisoras en la mayoría de los departamentos de Colombia, fundamentalmente en ciudades capitales. Por su parte, el Ejército Nacional también posee 24 licencias de concesión para operar emisoras en municipios en los cuales tiene sede de operaciones. Y, por último, la Armada Nacional ha recibido 5 licencias de concesión, para estaciones clase C, en FM.

LA RADIO COMUNITARIA PROPONE NUEVOS ESPACIOS DE PARTICIPACIÓN

La radio comunitaria no se limita a la democratización del acceso a los medios de

comunicación. Lo que está en juego es la creación de instancias de descentralización de la información y de la capacidad para comunicarse, ante un país acostumbrado a que la opinión pública sea manejada por unas pocas cadenas radiales. Lo que está en juego es la formación de nuevos actores sociales y de nuevos espacios en los que se discutan los temas que nunca van a pasar por los espacios tradicionales de la política.

La Constitución fue un gran paso en la lucha por la democratización de la comunicación como elemento substancial del paso de una democracia representativa a una participativa. Somos el único país en el que se han adjudicado 564 licencias de carácter comunitario a organizaciones sin ánimo de lucro, y en el que el gobierno tiene divisiones especiales dedicadas a su promoción y capacitación.

Sin embargo, queda por recorrer un largo proceso para que estas emisoras se conviertan en verdaderos espacios de participación, pues no sólo son hijas de un proceso de democracia de la Constitución de 1991. También cargan sobre sí la herencia de una democracia históricamente representativa y excluyente.

Una emisora que nace de una necesidad específica de la comunidad, o como paso lógico de un proceso de desarrollo comunitario, será una emisora en la que la comunidad participe. Pero una emisora instalada en medio de una comunidad que no la ve como necesaria o que no participó en su creación, se quedará aislada en las cuatro paredes de la cabina de grabación.

En un primer nivel, las emisoras rescatan las tradiciones del barrio o del municipio; potencian y rescatan los valores, la participación, la solidaridad, la honradez, la veeduría, la vida y el trabajo en equipo, en resumen, ponen ante el micrófono a los personajes y las noticias locales, generando debates y discusiones en torno a las necesidades y problemáticas sentidas de la comunidad.

Como el primer paso hacia una sociedad más participativa es que sea una sociedad informada, la denuncia, el debate y la información local pueden mover a la comunidad a pensar en sus problemas.

Comunicar, entonces, para estas emisoras, es la posibilidad de conocerse a sí mismos a partir de sus personajes y sus noticias. Es la búsqueda de una identidad perdida en las cadenas de radio nacionales en las que no pueden verse. La radio comunitaria debe pensar en nuevos actores sociales y nuevas estancias de participación.

Son varias las características que diferencian la radio comunitaria de otras propuestas radiofónicas, específicamente de la radio comercial. La radio comunitaria nace bajo la perspectiva de la participación y su compromiso está estrechamente ligado a suplir las necesidades que los medios masivos de comunicación no han querido satisfacer. Las comunidades han encontrado en ella el lugar propicio para arraigar el sentido de pertenencia, anclado a sus propios principios, valores y tradición popular que aún hoy se niegan a erradicar pese a la invasión de la tecnología que satura el espectro, el mercado y la competitividad.

Este modelo de radio no conoce de rating, de agencias de publicidad ni conoce el acoso de sus propietarios cuando no se alcanzan ciertos niveles de productividad. La organización es la base de todo su andamiaje que no es otra cosa que el deseo de una comunidad por ver reflejado su presente y su pasado involucrando procesos de búsqueda y desarrollo desde lo cultural y educativo.

Ya sea con un transmisor de baja potencia, ya sea que su alcance no implique una cobertura mayor a la de su alcance local, ya sea que sus equipos de emisión todavía no superen el nivel artesanal, la radio comunitaria se despliega en el terreno de la lúdica y la creatividad. Esta radio si se quiere alternativa tiene una capacidad abrumadora para generar verdaderos espacios de transformación social, de promover colectivos de comunicación no importa si no se posee el título profesional, es una radio con capacidad de organización que permanentemente se plantea la necesidad de comunicar, de dar cuenta de sí misma y de los demás. Una radio que contribuye a la formación, que propicia la investigación, que produce constantemente y que además busca autonomía.

¿QUÉ ES UNA EMISORA COMUNITARIA?

El decreto 1447 de 1995, establece en su artículo 21 que "el servicio comunitario de radiodifusión sonora, es un servicio público sin ánimo de lucro, considerado como una actividad de telecomunicaciones, a cargo del Estado, quien lo prestará en gestión

indirecta a través de comunidades organizadas debidamente constituidas en Colombia". El artículo 22 del mismo decreto establece los fines del servicio argumentando que debe "estar orientado a difundir programas de interés social para los diferentes sectores de la comunidad, que propicien su desarrollo socioeconómico y cultural...", mientras que el articulado 23 hace referencia a las comunidades organizadas y subraya los requisitos de personería jurídica con estatutos en donde se haga constancia de los objetivos sociales, de participación y de desarrollo comunitario del medio de comunicación.

LA ORGANIZACIÓN DE LAS RADIOS COMUNITARIAS

Las emisoras comunitarias no pueden pertenecer a ninguna cadena, pero sí pueden asociarse o establecer vínculos, por ejemplo, a través de asociaciones, corporaciones, redes, empresas de mercadeo, consorcios, uniones temporales, proyectos conjuntos, etc., bien para beneficiarse ellas mismas, y/o para beneficiar a las comunidades de sus municipios, en aspectos económicos, políticos, sociales, comunicativos, culturales, etc. Así se estipula en el artículo 11 del decreto 1446 de 1995, cuando habla de la prohibición a encadenarse y de subrayar el hecho de que las estaciones de radiodifusión comunitarias no podrán pertenecer a ninguna cadena.

Pese a estas disposiciones legales que restringen el rango de acción de las radios comunitarias, existen algunos mecanismos que surgen como paliativos ante estas

restricciones. Por ejemplo, el derecho que consagra nuestra actual carta constitucional de derecho a la asociación y organización. Aquí tal y como lo sugiere el Ministerio de Cultura Nacional se podrían presentar unas opciones para sortear tales fines:

- a) Las organizaciones tradicionales (asociaciones, federaciones, corporaciones, etc.), concebidas de carácter gremial (de cafeteros, de trabajadores, de estudiantes, de emisoras, etc.).
- b) Los rápidos cambios que estamos viviendo en la sociedad actual, la lenta pero creciente conformación de opinión pública y de actores sociales deseosos de intervenir en el diseño de los destinos del país, así como los postulados de democracia participativa emanados de la constitución del 91, sugieren que los diversos sectores organizados (o por organizarse), deben asumir medidas que les permitan responder acertadamente a las distintas y "nuevas" necesidades históricas de los ciudadanos, entre las que se cuentan: participación, libre expresión, reconocimiento, libertad, información, afecto, etc.

Las organizaciones de esta época se deberían basar en sistemas de participación mas que de representación, en donde verdaderamente se vincule a los afiliados a ejercer su derecho y deber de sujeto-constructor de realidad. Organizaciones en donde el logro de las metas propuestas sea tarea de

todos y no de juntas directivas, que por tanto democratizen además del trabajo, la información y la toma de decisiones.

- c) Quizás un ejemplo de lo planteado anteriormente lo constituye el trabajo en red. Estas en los últimos tiempos han tomado fuerza, y ya existen redes de servicios, de mercadeo, etc, las cuales reúnen a sus miembros en razón de sus intereses, o de objetivos muy claros.

El trabajo en red implica actividad permanente, por lo que los miembros estarán participando e interactuando desde el mismo momento de la constitución y/o vinculación a la red. Los mecanismos de red permiten que personas o instituciones se vinculen a diferentes redes al mismo tiempo, según sus intereses y necesidades (se puede pertenecer a una red de radio infantil y a una red de radios ecológicas).

El trabajo en red es una actividad que pueden asumir tanto personas como instituciones de carácter distinto, y en esa medida es posible que incluso las organizaciones tradicionales lo asuman, para lo cual se haría necesaria una apertura y flexibilidad de estilos de organización y gestión.

- d) La organización de las emisoras comunitarias no es entonces un ejercicio que se pueda asumir de manera facilista o irreflexiva, sino que es necesario estudiar muy bien las características de la organización de la que se quiere hacer parte, así como tener muy claros los objetivos

y expectativas del proceso de organización.

Los mecanismos de asociación e interacción de las emisoras comunitarias deben ser creativos, complementarios y no corresponder a modelos terminados incapaces de dialogar con otros, a la vez que deben tener en cuenta que su función esencial es responder a las necesidades y características de las emisoras en una época histórica específica³.

EL RETO

Con la expedición de las licencias para el servicio de radio comunitaria, el Ministerio de Comunicaciones dio un paso importante para brindar a las comunidades organizadas una vía de expresión que les permitiera ser protagonistas de su propio desarrollo. Muchos municipios del país instalaron por primera vez su emisora y en otras áreas se amplió la oferta radial existente. Sin embargo, la magnitud de este proceso y la forma masiva como se entregaron las licencias, originaron diversos problemas, algunos que fueron detectados en forma inmediata y, otros, en la medida en que se ha puesto en funcionamiento este servicio: dificultades para formalizar las licencia de concesión, montaje de emisoras que no reúnen las especificaciones técnicas y distorsión de los fines de la radio comunitaria.

Un considerable número de emisoras comunitarias difunden mucha música y propaganda pero no presentan una programación de calidad. Los niños, niñas y mujeres no hacen parte de su público objetivo, tampoco realizan estudios de audiencia y es precaria la participación social.

Desde luego, hay excepciones importantes. Algunas están llevando a cabo un trabajo social y de integración por medio de la radio que les ha permitido lograr una audiencia importante en sus regiones y gozan del reconocimiento de la ciudadanía y de las autoridades locales. Un 49% de las emisoras comunitarias del Valle de Aburrá reciben y transmiten campañas sociales, lo que constituye un importante apoyo a la ejecución de los programas del Estado y al desarrollo local.

El impacto que puede generar este tipo de emisoras es fundamental en el desarrollo de la sociedad porque integra a la comunidad a la que pertenece permitiendo generar campañas con el fin de dinamizar la participación en resolución de problemas, integración en el proceso de desarrollo social y económico y de expresión cultural.

Las entidades educativas y religiosas son las que más apoyan la labor de las emisoras comunitarias, esto hace que se tenga un gran contenido religioso y educativo. Esta influencia se evidencia en el tipo de programas, en los requisitos de las emisoras a la hora de seleccionar la información o en el diseño de un nuevo programa, en las actividades que realizan las emisoras para promover la participación de los oyentes en el desarrollo de la localidad y en las funciones que realizan las emisoras comunitarias en beneficio de la misma comunidad.

La mayor parte de los oyentes afirman que los mejores programas son los religiosos. ¿De qué forma este tipo de programas contribuye al desarrollo de la comunidad? ¿Por qué son estos programas y no otros los de mayor audiencia?

Anteriormente se mencionaba la gran influencia que tienen las entidades educativas en el apoyo a la labor de las emisoras comunitarias generando programas de opinión, de consulta, de temas de interés para la comunidad como son pesca, ganadería, agricultura, medio ambiente, educación sexual, salud, etc. Si el fin de este tipo de entidades es educar a la comunidad, ¿por qué dentro de la programación los noticieros no juegan un papel importante?

Los noticieros en las emisoras comunitarias no cuentan con un equipo de trabajo comprometido para generar información novedosa y oportuna. ¿Cómo se puede educar a una comunidad si no se le brinda información acerca de lo que sucede en el mudo? ¿Cómo la comunidad va a entender los programas de opinión y de consulta que se realizan si no están informados de la actualidad del país o del municipio donde viven? ¿Cómo se van a generar procesos educativos y sociales en beneficio de la comunidad si no están enterados que los que sucede en su propia localidad?

Las emisoras comunitarias como expresión y parte de los procesos sociales que se dan a en el orden local en los municipios, son no sólo espacios para la difusión y divulgación de expresiones culturales (tanto locales, como de carácter nacional), sino que son también, y ante todo, espacios para la generación y creación de productos y procesos culturales. Esta característica las hace parte integral del Sistema Nacional de Cultura. ¿Qué está haciendo el Estado para apoyar la perduración de estas clases de emisoras que contribuyen al desarrollo social y económico de las localidades frente a la amenaza capitalista de las emisoras

comerciales en las que el dinero arrasa con toda iniciativa social?

Hay una división de clases de emisoras comunitarias las legales y las legalizadas (que representan la mayoría) por esto nos preguntamos ¿en qué medida el gobierno facilita el otorgamiento de permisos para la operación de las radios, como parte de la solución a una demanda social creciente en nuestro país, para que los grupos ciudadanos, respaldados por un proyecto social operen sus propias frecuencias, con el fin de ejercer su libertad de expresión a través del soporte técnico de la radiodifusión?

Luego de analizar el objetivo social de una emisora comunitaria surge una inquietud: ¿Cómo puede buscar su sostenibilidad? Y luego de analizar e investigar sobre este interrogante que a veces arrasa con los propósitos de las emisoras comunitarias, puede decirse que un proyecto de esta clase debe ser no sólo viable, es decir, posible de realizar; debe ser también sostenible, es decir, debe, además de existir, prosperar en el tiempo, como proyecto comunicativo en y de la localidad. En este sentido, la sostenibilidad como algo amplio, que incluye la sostenibilidad económica, pero que va más allá, es una sostenibilidad social, política y cultural que contribuye a la permanencia y existencia de dichas emisoras.

La importancia que tienen las emisoras comunitarias del Valle de Aburrá es que ayudan en gran medida a sostener y mejorar la calidad de vida de sus habitantes; por medio de los diferentes espacios radiales otorgan a los radioescuchas, referencias de educación, entretenimiento y diversión.

Las largas horas de emisión diaria y la gran cobertura que las emisoras comunitarias tienen les dan la responsabilidad de velar por las comunidades que están siendo impactadas por su señal; asimismo, es de vital importancia el apoyo que estas tienen tanto de la misma comunidad como de la empresa pública y privada.

Cabe anotar, y como lo demuestra el proceso, que las emisoras comunitarias son un fuerte pilar para la formación en valores de los habitantes de las comunidades del Valle de Aburrá.

De esta manera es fundamental la oportunidad que ofrecen las emisoras comunitarias a jóvenes que desean seguir el camino de la radiodifusión y la comunicación ya que por medio de estas radio escuelas pueden adquirir la experiencias, necesaria para dar un paso más a un ámbito más profesional en el cual se vea marcada pautas de respeto y responsabilidad social desde el comunicador hacia los oyentes.

Las emisoras comunitarias se han preocupado por formular, producir y realizar campañas comunitarias, cumpliendo de esta forma su misión y su razón social: interesarse en las comunidades y contribuir con programas educativos para que el impacto social sea mayor en la comunidad, con actividades que sea de interés colectivo, y de esa forma reforzar temas como la sexualidad y la agricultura que requieren de un mayor cuidado por parte de las emisoras comunitarias, al ser temas que en el ámbito comunitario cobran más importancia por ser educativos para la comunidad.

En cuanto a las funciones que realizan las emisoras comunitarias en beneficio de la comunidad, estas estaciones radiales tienen un gran interés por darle espacio a las personas que se interesan en la comunidad gracias a magazines, noticieros y programas de participación comunitaria que buscan una mayor integración e identidad con su municipio

El desarrollo de un nuevo escenario socioeconómico basado en el cambio continuo, en la transformación de las nuevas tecnologías y nuevos mecanismos de producción demanda una nueva forma de planificar y gestionar las emisoras comunitarias; es así como a través de propuestas de gestión y producción en las emisoras se puede lograr el primer paso para contribuir a una nueva etapa de estas emisoras.

Las radios llamadas comunitarias son, en muchos casos, y cuando actúan en el marco de la legalidad, las que ocupan los espacios que dejan los medios masivos. Esto hace que su producción sea cada vez más exigente, exigente en la calidad de los programas, de sus locutores de su administración y, lo más importante, la preocupación por su público objetivo.

Las radios comunitarias, que en general son de corto alcance y tienen pocos recursos, responden en muchos casos a las necesidades, intereses, problemas y expectativas de sectores muchas veces relegados, discriminados y empobrecidos de la sociedad civil. De ahí que el Estado debe gestionar una reglamentación más sólida para estas emisoras, una nueva ley de radio difusión. Para la sociedad es claro que las emisoras comunitarias en un

futuro se constituirán en una de los pilares fundamentales de la democracia, no sólo por su visión, sino por el impacto social que están generando.

La radio juega un papel decisivo en la construcción de nación: une las voces regionales, estimula la imaginación, permite que el país se escuche a sí mismo y se reconozca en sus diferencias, difunde las diversas culturas, transmite los acontecimientos políticos, divulga los movimientos sociales, y puede crear diálogos nacionales acerca de los principales problemas y adelantos del país. En síntesis, es un medio para hacer historia como un agente clave en la generación de opinión pública y en la transmisión de los sucesos como un espectador de primera línea.

El desarrollo de estas políticas, como un esfuerzo conjunto entre el gobierno y los operadores de radiodifusión, permitirá potenciar las capacidades del medio radial y ubicarlo en el contexto del papel que puede cumplir en relación con los principales retos que afronta la sociedad colombiana del siglo XXI. Probada por muchos años la eficacia de la radio como medio de comunicación, el paso que se impone ahora es orientar su labor para el cumplimiento de estas políticas. Así, la responsabilidad social que deben cumplir los medios, según el mandato de la Constitución, tendrá su desarrollo cuando el medio sea utilizado eficazmente para beneficio de todos los colombianos.

Si bien el Estado colombiano diferencia de una manera marcada la radio comercial de la radio comunitaria y aún tiene para ésta una reglamentación especial que de algún modo incentiva el otorgamiento de

licencias, consideramos que todavía estamos lejos de lo que podríamos entender como un verdadero fomento del impulso y desarrollo de la radio comunitaria en nuestro medio.

De alguna manera la radio comunitaria entraría a suplir los espacios comunicacionales y de desarrollo que el estado no cobija. Más aún, se convertiría en la viva voz de las comunidades más restringidas.

Visto de esta manera pareciera ser que la radio comunitaria estuviera sujeta a una suerte de condena milenaria hacia la marginalidad y al abandono en un país que paradójicamente (ante la opulencia de la radio comercial) presenta altos niveles de pobreza y donde hacer radio comunitaria es sinónimo de escasos recursos técnicos y financieros. Pero la radio colombiana debe ser producto

de una evolución. En un país que necesita perentoriamente fortalecer y aprovechar sus recursos y potencialidades y que ve en sus medios de comunicación una oportunidad para fomentar el desarrollo económico, político y social, debe necesariamente optar por otras visiones de Estado que verdaderamente sean afines con las políticas establecidas y que en vez de obstaculizar propicien verdaderos espacios o rutas de escape hacia el desarrollo y la sostenibilidad

Es el momento para establecer y proponer la discusión sobre el papel del Estado y las políticas de gobierno frente al tema de los medios alternativos; es apenas el momento de establecer un gran debate nacional donde verdaderamente estén comprometidos todos los actores sociales que se nutren y participan de los medios de comunicación.

NOTAS

- ¹ Para profundizar más sobre la historia de la radio puede consultarse a PEREIRA G., José Miguel. Apuntes para comprender las radios y televisiones comunitarias en Colombia (2001).
- ² El Ministerio de Cultura, en su unidad de radio, tiene un compendio de la radio en todo el país. Allí se puede profundizar más en las diferentes características de la radio.
- ³ En el Centro de Educación y Comunicación. ILLA. Lima, Enero 1991. Hace un análisis de esta situación.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alfaro, Rosa María. La radio ciudadana del futuro. Calandria- Red de Comunicación Popular. Mayo, 1999.
Alfaro, Rosa María. Una comunicación para otro desarrollo. Calandria. Mayo, 1993.
- Alfaro, Rosa y Otros. Cultura de masas y cultura popular Una Calandria. Perú, 1990.
Alfaro, Rosa; Franco, Carlos, y Otros. Comunicación y cultura política entre públicos y ciudadanos. Calandria. Abril, 1994.

- Ampuero, J.; Clark, Leticia y Otros. Los medios sí pueden educar, Asociación de Comunicadores Sociales Calandria. Lima, Octubre 1992.
- Archondo, Rafael y Torrico Erick. Comunicación alternativa. ¿Una propuesta urgente o un cadáver insepultos? Cuaderno de Comunicación Alternativa N° 9. La Paz, Abril 1994.
- Arrastía, Rafael. Las radios comunitarias y sus propuestas alternativas a las políticas de comunicación. S/F.
- Ballon, E.; Bohler, M. y Otros. Radio y comunicación popular en el Perú. Centro Peruano de Estudios Sociales CEPES. Lima. Marzo, 1987.
- Brunetti, Vicente. Emergencia de las radios comunitarias en Paraguay. Edit. Litocolor. Paraguay, septiembre 1997.
- Carrillo, Hugo. Los retos de la comunicación popular en el Perú./ Entrevista a José Ignacio López Vigil. Boletín ILLA N° 52.
- Contratexto. Facultad de Ciencias de la Comunicación. Universidad de Lima. Agosto, 1993.
- Crabtree, Robbin D. La radio comunitaria: historia y síntesis de modelos y experiencias En: Chasqui. N° 47(Nov. 1993), p. 53-56.
- Degregori, Iván y Portocarrero, Gonzalo. Cultura y globalización. Lima, Instituto Estudios Peruanos, julio 1999.
- Duvignaud, Jean. Sociología del conocimiento. París, Fondo de Cultura Económica, 1979.
- Figuroa, A. Nelsón y Gomez, Martha F. Organizando el informativo en la emisora. Lima, Editado Centro de Producción y Documentación Radiofónica, mayo 1984.
- Figuroa, Nelson. La radio popular en el Perú. Centro de Documentación "El Día del Pueblo. Lima, Junio 1983.
- Fiori, Lavinia. Lo que nos gusta de la radio En: Uno, dos, tres probando. N° 2(1993), p. 22 - 26.
- Gargurevich, Juan. Comunicación y Democracia en el Perú. Lima, Editorial. Horizonte, 1934.
- Kaplun, Mario. El Comunicador popular. 1era Edición. Edit. Hvmantas, Argentina, 1985.
- Lewis, Meter y Booth, Jerry. El medio invisible: radio pública, privada, comercial y comunitaria. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica S.A, 1992. 320p.
- Lewis, Peter y Booth, Jerry. El medio invisible. Radio pública, privada, comercial y comunitaria. Edit. PAIDOS. España, 1992.
- Maskrey, Andrew. El manejo popular de tecnología. Guillermo Rocharán S. Editores . Lima, 1990.

CIBERGRAFÍA

Ghezzi, Miguel R., Cómo elegir la frecuencia de una FM Comunitaria, <http://www.solred.com.ar/solvegi/radio/notas/comofrtx.htm>, SOLVEGJ Comunicaciones, abril 26 de 2003.

Gómez, Gustavo, La radio comunitaria en América latina, <http://veneno.com/2001/v-52/gome-52.html>, abril 26 de 2003.

Declaración de los medios comunitarios y ciudadanos Noviembre 28 de 2000, <http://www.sipaz.net/modules.php?name=News&file=article&sid=9>, Enviado el miércoles, 06 diciembre a las 11:18:12 de 2002

Ministerio de Cultura de Colombia Dirección de Comunicaciones Unidad de Radio, ¿Qué es una Emisora Comunitaria?, Tomado de: <http://www.comminit.com.html>, abril 27 de 2003

Puntos comunes para una agenda de la radio comunitaria, <http://www.sipaz.net/modules.php?name=News&file=article&sid=59>, Enviado el jueves, 21 febrero a las 10:27:20, 2003

