

Sostenibilidades de la radio comunitaria

JHON JAIRO HERRERA SÁNCHEZ¹

Para hablar de sostenibilidad de la radio comunitaria o ciudadana, es preciso escudriñar la historia y el concepto mismo de la radio. Más que la propagación de las ondas electromagnéticas y la tecnología de emisión y recepción, la radiodifusión fue en su momento la primera forma de difusión de información².

Conocida como telegrafía sin hilos (wireless) y considerada como una extensión del telégrafo y el teléfono, había sido destinada durante dos décadas para salvar vidas en el mar y controlar los movimientos de los barcos, especialmente de la fuerza naval; luego fue utilizada con fines informativos, educativos y de entretenimiento para el público (Lewis y Booth, 1992).

Hechos como el inicio de la primera guerra mundial, el hundimiento del *Titánic* y los combatientes en la guerra ruso-japonesa, determinaron el valor del uso de la radio. Dada la importancia de este medio de comunicación, la UIT (Unión Telegráfica Internacional) comenzó a controlar la asignación de

frecuencias, con el fin de evitar interferencias³.

Ante las posibilidades de la radio, los gobiernos quisieron monopolizar el servicio con fines de guerra y gobernabilidad. De otra parte, los aficionados se opusieron a dicho monopolio y comenzaron a experimentar con el fin de mejorar los aparatos y difundir sus propios contenidos, entre ellos la música. Pasada la guerra, en Estados Unidos entre 1919 y 1934, surge un nuevo modelo de radiodifusión basado en la libre empresa y la necesidad de difundir productos y servicios. El medio de comunicación pasó a ser un medio para la publicidad.

Sobre el concepto de la radio son pocas las miradas y discusiones teóricas que unifiquen criterios hacia una definición concreta como fenómeno de medios. El común de la gente ve este servicio como un medio de difusión o información. Haye (1995), inspirado en McQuail, distingue tres teorías para pensar la radio: el sentido común, la operatividad y la teoría propiamente dicha.

La primera sugiere las definiciones básicas que la gente tiene sobre los medios, la segunda se basa en las ideas que tienen los profesionales de la radio y la teoría propiamente dicha provee “el conocimiento voluntariamente reflexivo del observador profesional de las cien-

1 Comunicador Social y Periodista. Profesor del Área de Lenguaje Sonoro del Programa de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad de Manizales. jjhs@umanizales.edu.co

2 La teoría de la propagación de ondas electromagnéticas fue descrita por James Clerk Maxwell entre 1861 y 1865. Posteriormente fue validada por Heinrich Rudolf Hertz, entre 1886 y 1888.

3 “La UIT, Unión Telegráfica Internacional existía desde 1865 para avanzar en las dificultades técnicas y para asegurar el paso de la información a través de las fronteras” (Lewis y Booth, 1992, p. 35)

cias sociales, que trata de generalizar a partir de los datos y de la observación acerca de la naturaleza y las consecuencias de los medios” (1995, p.59).

McQuail, citado por Haye, define que la radio está tejida por varios hilos o componentes: las circunstancias y la forma de su distribución y recepción, por su oferta de contenidos, por el desarrollo tecnológico que hace cada vez más fácil y barata la accesibilidad. Otro de los hilos es la dimensión política, relacionada con la limitación y regulación del medio por parte del estado y los poderes sociales en general. Los valores culturales y sociales también definen la radio, por ello se tienen en cuenta subdimensiones como la relación entre la realidad y la ficción o la fantasía. Para McQuail, la radio se ubica en la realidad y el no-arte.

Las relaciones sociales, también son tenidas en cuenta para definir la radio, aquí se contempla el grado y la clase de relaciones entre la radio y su público. Haye manifiesta que la radio puede aceptar más de una conceptualización y tiene que ver con el lugar desde el que se la observa, el modo como se le piensa y la manera como se le enseña.

Finalmente El’Gazi, tan conocida y admirada por muchos de los radialistas, asumió con su equipo de colaboradores y amigos antropólogos, que la radio es un “fenómeno cultural específico de un momento histórico, con un entorno cultural llevado a cabo por una institución con un proyecto implícito o explícito”. Así la radio deja de ser más que un medio de información, un medio para la participación y la transformación cultural.

Es común escuchar que *Radio Sutatenza* (emisora nacional) fue el modelo de ra-

dio comunitaria en Latinoamérica, pero quizás la intención del padre Salcedo en 1947 era educar a los colombianos más que acercarlos a pensar y participar de los asuntos públicos. Sin embargo, esa radio logró cautivar y beneficiar con su programa de educación a distancia, a las clases colombianas menos favorecidas, especialmente las rurales que no tenían posibilidades de acceder a los centros educativos de la época.

El maestro José Ignacio López Vigil en su *Manual urgente para radialistas apasionados*, referencia que lo que “en Canadá se conocen como radios *comunitarias*. En Europa prefieren llamarse radios *asociativas*. En África, radios *rurales*. En Australia, radios *públicas*. Y en nuestra América Latina, la variedad de nombres da cuenta de la riqueza de las experiencias: *educativas* en Bolivia, *libres* en Brasil, *participativas* en El Salvador, *populares* en Ecuador, *indígenas* en México, *comunales* aquí y *ciudadanas* allá...” y a pesar de que en Colombia normativamente se denominan también como comunitarias (Res. 415 de 2010) también se habla de ciudadanas.

Jeanine El’Gazi dice que:

“La radio es llamada ciudadana porque es mucho más plural, más política. La Concepción de radio comunitaria a su juicio es un error de la ley que se basa en juicios como el de AMARC. Incluso, hay emisoras de comunidades de interés. Pero lo que pasa en Colombia es que se asigna una emisora por municipio y un municipio tiene muchas comunidades, entonces ahí hay un contrasentido que ha generado muchos problemas, a lo largo de los tiempos, a las emisoras comunitarias legalmente constituidas”.

Colombia es modelo latinoamericano en la gestión del servicio de radio comunitaria, por contar con normatividad que abre la posibilidad a las comunidades organizadas de prestar este servicio. Ya son más de 600 emisoras legalmente constituidas, pero los estudios de impacto y sostenibilidad realizados por el entonces Ministerio de Comunicaciones a través de ACPO en 2002, el diagnóstico presentado en la Política de Radiodifusión Sonora en 2008 y el informe sobre características, alcances sociales e impacto del servicio de radiodifusión comunitario en Colombia, presentado por la Universidad Industrial de Santander en 2009, no dan cuenta de la eficiencia en el cumplimiento de sus propósitos.

Los fines del servicio de radiodifusión comunitaria, según la resolución 415 de 2010, están orientados:

“...a satisfacer necesidades de comunicación en el municipio o área objeto de cubrimiento; a facilitar el ejercicio del derecho a la información y la participación de sus habitantes, a través de programas radiales realizados por distintos sectores del municipio, de manera que promueva el desarrollo social, la convivencia pacífica, los valores democráticos, la construcción de ciudadanía y el fortalecimiento de las identidades culturales y sociales”.

La misma norma contempla que estas emisoras deben constituir una Junta de Programación “encargada de la formulación y seguimiento de políticas, planes y

programas en materia de programación, y de velar por el cumplimiento de los fines del Servicio Comunitario de Radiodifusión Sonora”.

Esta Junta debe velar porque la programación interprete el sentido democrático y pluralista de la emisora, establecer políticas tendientes a la participación social en la programación, sugerir sobre los contenidos de los programas, entre otros. De otra parte, la subsistencia económica depende de la pauta que se logre vender, los proyectos de producción que se puedan gestionar y las donaciones y auspicios de benefactores.

Así, la subsistencia de una emisora comunitaria no depende exclusivamente de los ingresos económicos, ésta se da también en la legitimidad que logre con su comunidad y las políticas de programación propuestas desde sus Juntas, que deben ser validadas por la audiencia.

Es así como en la radio comunitaria no basta con sonar bien, pagar los derechos de autor y el uso del espectro, tener al día los estudios técnicos y las autorizaciones de los entes reguladores o tocar los éxitos del momento.

La programación de una radio comunitaria tiene que obedecer a unos principios normativos y a voluntades de una comunidad con necesidades o problemáticas comunes.

La participación de las audiencias en una emisora comunitaria son el fundamento clave para el cumplimiento de los principios misionales y



en la medida que las audiencias se apropien del medio, cobrará vigencia al punto que su comunidad la haga sostenible en sus tres dimensiones: social, política y económica. La emisora se puede consolidar como punto de referencia o lugar de encuentro, espacio para el debate y la concertación. Es así como las emisoras comunitarias tienen lógicas distintas para cada localidad, pues son pensadas precisamente para grupos específicos con condiciones culturales según el sitio donde se autoriza su funcionamiento.

Así la emisora comunitaria además de difundir información, debe ocuparse de los asuntos públicos, intervenir en los procesos de desarrollo local y el fortalecimiento de la identidad cultural.

Pero la realidad tal vez sea otra y las necesidades sean distintas en cada localidad, hoy es el momento de repensarnos, Estado y Operadores de Radio Comunitaria. Las iniciativas deberán apuntar a lograr las sostenibilidades de estos verdaderos me-

dios de comunicación que cumplen una función más allá de informar. Las radios comunitarias son parte de la cotidianidad y sentir de una comunidad.

La responsabilidad es conjunta, Estado y operadores de radio comunitaria deberán ser estratégicos a la hora de debatir sus lógicas normativas y lograr acuerdos que sobrepasen la viabilidad, para que permanezcan en el tiempo y se transformen con los avances tecnológicos, siempre con el propósito de servir a sus comunidades.

Referencias bibliográficas

- Haye, R. (1995). *Hacia una nueva radio*. Buenos Aires, Argentina: Paidós.
- Lewis, P. y Booth, J. (1992). *El medio invisible: radio pública, privada, comercial y comunitaria*. Barcelona, España: Paidós.
- López Vigil, J.I. (1997). *Manual urgente para radialistas apasionados*. Quito, Ecuador: Nexos.

