

Aportaciones al desarrollo de la radio latinoamericana

Ignacio López Vigil

En seis décadas, la radio latinoamericana ha tomado en serio su responsabilidad educativa, ha movilizado a la población, ha defendido las identidades culturales, ha devuelto autoestima a la gente devolviéndole la palabra, ha empoderado a la ciudadanía en la exigencia de sus derechos y ha democratizado los contenidos aprovechando el Internet. Seis grandes aportaciones al desarrollo de nuestro continente.

Entre los medios de comunicación de masas, la radio fue, y sigue siendo, el de mayor cobertura y aceptación en la región latinoamericana. Es difícil encontrar, incluso en el altiplano o en la profundidad de la selva amazónica, un hogar donde no haya un receptor de radio. En 1999 las estadísticas indicaban que el 95% de los hogares tenía, al menos, un receptor de radio. Este porcentaje debe estar rondando ya el 98%. Un estudio realizado en 1996 por la Pontificia Universidad Católica de Chile reveló que la radio concentraba niveles superiores de recepción respecto a la televisión, en ambos sexos y en todos los sectores socioeconómicos. Además, el estudio mostró que el público asignaba mayor credibilidad a la radio que a otros medios. Investigaciones con resultados semejantes podrían llevarse a cabo en otros países de la región.

Esta gran popularidad del medio radiofónico tiene razones históricas. En América Latina la sociedad no se ha limitado a la categoría de *radioescucha* y ha buscado diferentes caminos para llegar a ser *radiohablante*. En nuestros países, la participación de amplios sectores en la programación de las emisoras ha sido una constante. Esta participación va desde complacencias musicales hasta entrevistas callejeras, pasando por uno de los formatos que siempre ha cosechado gran sintonía, especialmente en las zonas rurales y suburbanas, y que se conoce como «servicios sociales». En estos avisos comunitarios la radio asume un papel subsidiario de teléfono popular.

Esta utilidad se acentúa en situaciones de emergencia o desastres naturales. *Radio Esperanza*, en Aiquile, Bolivia, se mantuvo en el aire orientando a la población cuando el terremoto de 1997 derribó tres de cada cinco casas de la localidad. Las emisoras hondureñas jugaron un papel decisivo en 1998 durante el huracán Mitch, coordinando las ayudas internacionales y, sobre todo, dando ánimos en medio del desastre. Actualmente, con menos zonas de silencio, las emisoras han desarrollado las *defensorías ciudadanas* para tramitar denuncias y reclamaciones de la audiencia. Lo cierto es que esta capacidad de servicio de la radio guarda estrecha relación con las preferencias del público, con sus elevadas cuotas de consumo y de credibilidad.

Además de todo esto, muchas organizaciones de la sociedad civil latinoamericana no se han conformado con expresar sus necesidades e inquietudes a través del medio, sea en su propia voz o a través del locutor o la locutora. Más allá de *radioescuchas* y de *radiohablantes*, estos sectores han querido convertirse en *radiodifusores*, solicitando para ello una frecuencia que les permita tener su emisora propia. No les basta participar en la programación de otras radios, quieren administrar la suya. Es así como surgen las llamadas radios comunitarias. Y es así como estallan los conflictos con los grupos de poder mediático que, atentando contra ese derecho universal que es la libertad de expresión, intentan monopolizar el espectro radioeléctrico.

¿Qué relación ha tenido la radio latinoamericana con el desarrollo? Hace seis décadas se levantó la primera antena con una finalidad diferente al modelo comercial norteamericano. Desde entonces, la contribución de la radio ha sido notable, mencionemos algunas de ellas.

Educadora de la población

Colombia, año 1947. En un pueblito del departamento de Boyacá llamado Sutatenza, el sacerdote José Joaquín Salcedo experimenta con equipos de radioaficionado y comprueba que desde el micrófono puede llegar a más feligreses que desde el púlpito. Las

ondas hertzianas galopan más ligero que su caballo Califa. El 16 de noviembre, con un transmisor de 90 vatios, el joven párroco saca al aire los primeros programas musicales y educativos, que son captados por los pobladores de aquella vereda colombiana de unos cinco mil habitantes, en su mayoría analfabetos. Los campesinos habían sido previamente dotados con pequeños receptores de pilas.

Salcedo dedicará toda su vida a la comunicación radiofónica. Acción Cultural Popular (ACPO), más conocida como *Radio Sutatenza*, es la pionera de las experiencias radiofónicas de la Iglesia católica latinoamericana y acaso el emprendimiento de educación no formal de la masa rural más grande y complejo del mundo.

El concepto de radio educativa o de *escuelas* radiofónicas, con actualidad todavía en el continente, se debe, en gran medida, a la audaz iniciativa de Salcedo. Hasta entonces, en ninguna parte de América Latina se habían desarrollado sistemáticamente las potencialidades educativas del medio radio.

El modelo *Sutatenza* combinaba cartillas que se explicaban página a página a través de las clases radiofónicas con monitores presenciales. Los grupos de radioescuchas se reunían cada noche en casa de un vecino y tenían oídos atentos a las explicaciones que salían del receptor —con dial cautivo—, mientras sus ojos atendían a la pizarra y al monitor que seguía las

instrucciones dadas por los locutores. Igualmente, los programas de salud y nutrición, de aritmética y agricultura, se trabajaban con el apoyo de cartillas escolares que se canjeaban a los alumnos por un huevo. Los programas de evangelización, aun con sus esquemas preconciarios, también fortalecieron a muchas comunidades cristianas y les hicieron descubrir que, si eran hijos e hijas de Dios, todos tenían derechos como seres humanos.

ACPO también desarrolló un periódico, *El Campesino*, así como innumerables publicaciones para proporcionar lecturas a los recién alfabetizados. Hay que mencionar también las escuelas de líderes, los ACPO-móviles, toda una estrategia comunicativa que combinaba el medio masivo con acciones presenciales. Esta novedosa experiencia ayudó al desarrollo sociocultural de miles de campesinos y campesinas de la región de Boyacá y de todo el país, en una época en que el 70% de la población colombiana vivía en áreas rurales.

Radio Sutatenza tuvo un éxito creciente. Aquella pequeña emisora de Boyacá llegó a tener 700 kilovatios en antena, distribuidos en cuatro ciudades de Colombia, más la administración de tres ondas cortas, alcanzando cobertura nacional y convirtiéndose en la escuela sin paredes más grande de América Latina.

Por los años sesenta, surgió en las Islas Canarias un nuevo modelo de

educación por radio. La propuesta española resultaba eficaz y atractiva. El monitor presencial y diario, estilo *Sutatenza*, fue sustituido por un corrector que revisaba semanalmente los esquemas de clase. El alumno no tenía que desplazarse a casa de un vecino para estudiar en grupo. Le bastaba con sintonizar Radio ECCA, tener sus esquemas a mano y dejarse teledirigir por los maestros–locutores. Al final de cada semestre, los alumnos hacían sus exámenes. Y al final de sus estudios, si aprobaban, obtenían título oficial.

En 1971, *Radio Santa María*, en República Dominicana, importó el nuevo modelo canario y convocó a miles de alumnos y alumnas, muchos de ellos campesinos que querían emigrar a la capital en busca del trabajo que se les negaba en los latifundios del Cibao. El sistema ECCA se extendió rápidamente a Costa Rica y Guatemala. Los jesuitas de *Fe y Alegría* lo adoptaron en Venezuela, Bolivia y Ecuador.

Lo más importante de *Sutatenza* fue el impacto que su modelo causó en otros países de la región. Muchos obispos, muchas congregaciones religiosas, se entusiasmaron con la posibilidad de una alfabetización masiva. Obtuvieron frecuencias de AM, habilitaron emisoras, transmitieron programas de educación primaria. En los años sesenta, la iglesia católica llegó a tener varios centenares de emisoras prácticamente en todos los países de la región.

Por aquellos mismos años se estrenó una nueva forma de radiodifusión educativa: *los centros de producción*. Entre éstos, destacamos a SERPAL (Servicio Radiofónico para América Latina), que logró en pocos años un sorprendente desarrollo regional. Auspiciado por el obispado de Munich y con fondos de la cooperación alemana, SERPAL, en convenio con la red de radios católicas LINDA–AL, contrataron los servicios del uruguayo Mario Kaplún, tal vez el mejor productor y capacitador de programas educativos que ha tenido América Latina. Kaplún incorporó el lenguaje dramático en sus producciones. Estas series de radioteatros fueron distribuidas gratuitamente a centenares de emisoras cristianas y comerciales. Con ellas, se promovió la metodología de los *audiodebates*, a veces desde las mismas emisoras, combinando la audiencia masiva con la interacción grupal. Entre las producciones con más éxito de SERPAL están *Jurado 13* y *El Padre Vicente*, de Mario Kaplún, y la polémica serie *Un tal Jesús*, de los hermanos López Vigil.

Movilizadora de los trabajadores

Bolivia, año 1952. La Revolución Nacional emprende la nacionalización de las minas de estaño, la gran riqueza del país. En ese contexto, los sindicatos solicitan y consiguen frecuencias de radio para instalar en los centros mineros sus propias emisoras. Quieren comunicarse con los compa-

ñeros que están en pueblos distantes, quieren fortalecer el movimiento obrero y sus reivindicaciones.

A cuatro mil metros de altura, en el distrito minero de Catavi, se funda la Radio 21 de Diciembre. Ya antes, en 1947, se había instalado en el mismo local del sindicato del campamento Siglo XX, la que puede considerarse como primera emisora de la clase trabajadora latinoamericana, *La Voz del Minero*. Como la población no tenía receptores, sus primeras transmisiones se hicieron a través de altavoces y los primeros locutores fueron militantes de la Federación. Otra versión refiere que la primera radio apareció en 1947 con el nombre de *Radio Sucre*, situada en la localidad de Cancañiri, próxima a los distritos de Catavi y Siglo XX.

A partir de 1952 fueron apareciendo nuevas emisoras en varios distritos mineros. En 1960 se contabilizaban 18 radios, todas creadas por los sindicatos y mantenidas con las aportaciones voluntarias de los obreros que entregaban media mita (medio jornal) al mes. Las radios eran suyas y podían decidir los programas y la programación que querían.

¿Qué buscaban los dirigentes sindicales, los fogosos líderes de la FSTMB, la Federación de Trabajadores Mineros de Bolivia, con la propiedad de las radios? Ampliar su influencia, fortalecer sus organizaciones con una labor de propaganda hecha desde la emisora. Desde los primeros ensayos, los mineros boli-

vianos comprobaron que un micrófono convocaba más que mil hojas volantes, que la radio movilizaba más que un mitin en la plaza. Y así, con frecuencias de AM y Onda Corta, los trabajadores del estaño lograron intercomunicar sus sindicatos, desde Huanuni hasta Ánimas, desde los campamentos de Corocoro hasta los socavones de Potosí. Durante las

*en otros países
latinoamericanos la clase
trabajadora no contó con
radios propias; esto se debió
al control de las frecuencias
en manos de gobiernos
y a la poca importancia dada
a los medios audiovisuales
por los sindicatos*

sucesivas dictaduras militares, estas emisoras sindicales transmitieron en cadena y mantuvieron la información y el ánimo de la población.

Las transcripciones de aquellos programas son un homenaje a los *radialistas* que expusieron su vida por defender la libertad de expresión y los derechos humanos. Cuando el golpe militar de García Meza en 1980, 25 emisoras de radio mineras formaron la *Cadena de la Democracia* que siguió funcionando durante cinco días hasta que el ejército sometió a las comunidades y se apoderó de sus radios.

Entre las radios mineras, *Radio Pío XII*, fundada en 1959, en el distrito de Llallagua, por misioneros oblatos canadienses, es un caso especial. Después de varios años de confrontación con los sindicatos, la emisora católica, sensible a la dramática explotación que sufrían los mineros, se sumó a sus luchas y padeció sus represiones, llegando a recibir la máxima condecoración de la Federación de Mineros, el Guardatojo de Plata, con motivo de sus veinticinco años de transmisiones.

La experiencia de las radios mineras también creció y se expandió, pero solamente dentro de las fronteras de Bolivia. La Federación mantuvo durante años sus emisoras sindicales ubicadas en los distritos de Potosí y del Complejo Central Sud. Otros sindicatos bolivianos, particularmente los fabriles y los ferroviarios, siguieron su ejemplo y consiguieron sus emisoras. Sin embargo, en otros países latinoamericanos la clase trabajadora no contó con radios propias. Esto se debió, en parte, al control de las frecuencias en manos de gobiernos que favorecían exclusivamente a la empresa privada comercial. Pero también a la poca importancia dada a los medios audiovisuales por los sindicatos y otros organismos gremiales, que preferían comunicarse a través de boletines y periódicos.

Radio Latacunga, junto al volcán Cotopaxi, en Ecuador, se solidarizó con el paro nacional indígena de junio de

1994. Los militares la allanaron, derribaron sus puertas y se llevaron presa a la directora. Los pinochetistas echaron abajo, con bombas, la antena de *La Voz de la Costa*, en Osorno. En Guatemala, *La Voz de Atitlán* tiene una historia de martirio durante la sangrienta dictadura del general Ríos Montt. Y a la *YSAX*, en los años violentos de El Salvador, no sólo la dinamitaron, sino que asesinaron a su mejor locutor, Monseñor Óscar Romero.

Muchas emisoras latinoamericanas han asumido su responsabilidad social y su capacidad de movilización en situaciones extremas donde se atentaba gravemente contra la democracia.

Defensora de identidades culturales

Con frecuencia se cree que América Latina es un todo homogéneo porque la mayoría de su población habla español o portugués. Sin embargo, sólo en la pequeña Guatemala se hablan veintiséis lenguas diferentes. Tras cada lengua hay una cultura, una determinada comprensión del mundo, una manera original de relacionarse con la Naturaleza y entre los seres humanos.

En nuestros países se lee poco y se escribe menos. La cultura de nuestros pueblos es, fundamentalmente, oral. Pasa de padres a hijos y de generación en generación. En este sentido, el medio radio es el más adecuado

para intercambiar esa cultura y hacerla conocer o reconocer por la gran audiencia. La historia de muchas emisoras latinoamericanas, especialmente locales, está muy ligada al rescate de ese patrimonio cultural, que desaparece hoy frente a las leyes del mercado neoliberal.

Comencemos por los idiomas. La radiodifusión, más que cualquier otro medio, ha ido dando carta de ciudadanía a las lenguas nativas de sus públicos. Las radios de la Federación Guatemalteca de Educación Radiofónica, *FGER*, casi desde su fundación, transmiten en *quiché* y *kekchí*, en *chortís*, *nahualá* y *mam*, en las sonoras lenguas de la sabia cultura maya. En Bolivia, *Radio Pío XII*, a comienzos de los sesenta, sacó al aire los primeros programas en *quechua*, lengua inca que todavía habla la mayoría de la población campesina. Y *Radio Enriquillo*, desde su misma fundación, tuvo un programa en *creole*, la lengua de los braceros haitianos que cortan caña en suelo dominicano.

La colombiana *Radio Eucha*, en Tierradentro, transmite en lengua *páez*. En el sur de Chile, hay emisoras comunitarias con programación en *mapuche*. La red de radios del Instituto Nacional Indigenista saca al aire sus espacios en diferentes lenguas de origen *maya* y *azteca* que aún habla un 10% de la población mexicana. En Paraguay, numerosas radios transmiten en *guaraní*, lengua mayoritaria en ese país. El proyecto satelital de la Aso-

ciación Latinoamericana de Educación Radiofónica, *ALER*, ha creado una red específica en lengua *quiechua*, vinculando emisoras de Perú, Bolivia y Ecuador. *Radio San Gabriel*, en La Paz, ha llegado a ser la emisora más escuchada por los dos millones de *aymaras* que viven en el altiplano. Recientemente, en torno al lago Titicaca ha aparecido un buen número de emisoras pequeñas, administradas por indígenas y que tienen toda su programación en *aymara*.

Cultura son los idiomas y también las leyendas y los mitos, la forma de cultivar la tierra, las genealogías, la medicina tradicional y todas las costumbres ancestrales que identifican a un pueblo. Muchas radios latinoamericanas han recogido esta memoria, que no está escrita en ningún libro, la han grabado de boca de los abuelos y abuelas, y han devuelto esta sabiduría a la misma gente a través de programas testimoniales.

Cultura es también la música. Frente a las grandes transnacionales, muchas emisoras promueven la música nacional y regional, la que no se encuentra en las casas discográficas porque sus autores no tienen acceso a ese mercado. Durante la programación, junto con los grandes éxitos promovidos por la CBS o Polygram, se pauta esa música popular.

Cultura es también la comida. *Radio Cutivalú*, en el norte peruano, lleva la unidad móvil hasta el mercado donde están las vivanderas con sus pla-

tos típicos. Ellas explican a la audiencia cómo se prepara un *seco de chavelo* o una *chicha de jora*. Todos estos programas buscan afirmar las identidades de nuestros pueblos. No se trata de desconocer ni menos de rechazar las otras identidades, al contrario. Pero se disfruta lo diverso cuando se conoce lo propio.

Recuperadora de la autoestima

En aquellos años setenta florecieron iniciativas de educación popular en casi toda América Latina. Las experiencias de Paulo Freire en el nordeste brasileño, su propuesta de una pedagogía liberadora, inspiraron a muchos grupos progresistas. La educación, concepto más amplio que la instrucción escolar, debía estar orientada a fortalecer la organización popular y la transformación de la sociedad. Para ello, se necesitaba un método horizontal, sin maestros ni alumnos, aprendiendo desde la práctica, capacitándose en colectivo. En infinidad de talleres y grupos de base se aplicaron estos nuevos principios comunitarios.

También en la radio, las ideas de la educación popular irrumpieron en muchas emisoras educativas latinoamericanas que habían empleado años y esfuerzos —con éxito, pero también con limitaciones— en la educación formal. También surgieron nuevas emisoras que trabajaban la educación no formal al calor de la

nueva y comprometida metodología de la educación popular. Aquí podemos ubicar a la *Radio Cultural Campesina de Teocelo*, México; a *Radio Enriquillo* de Tamayo, República Dominicana, y a tantas otras que, al final, acabaron abandonando —por su connotación escolar— la palabra *educativa*, y se quedaron con el segundo apellido, popular. Este es el origen de la denominada radio popular, que luego se extendió por bastantes países de la región, especialmente los andinos.

¿Qué tipo de programas se producían, y se siguen produciendo, bajo el nuevo concepto de educación? Radio: revistas de agropecuaria, programas de salud, de higiene y nutrición, consultorios jurídicos y laborales, espacios dedicados a la familia para que viva mejor y transmita valores humanistas a sus hijos e hijas...

Pero además de estos espacios de educación no formal, apareció después un nuevo tipo de programa producido por y dirigido a las organizaciones populares (ligas, clubes, cooperativas, juntas de vecinos). La palabra clave de estos programas actuales es la participación. La radio se concibe como un elemento dinamizador de la organización social. En esta modalidad, se da una fecunda combinación entre el público masivo al que llega la radio y los grupos presenciales a donde llegan los locutores y promotores de la emisora para grabar y realizar programas desde la base.

A nivel informativo, comienzan a desarrollarse las redes de corresponsales populares. La emisora capacita a un grupo de voluntarios y voluntarias y éstos envían pequeños escritos o llaman por teléfono a la radio para dar cuenta de lo que ocurre en sus comunidades. *Radio Mam*, en Guatemala, trabaja desde hace años con estos reporteros que graban y envían a la radio la voz de sus vecinos. *Radio Latacunga*, en Ecuador, con el apoyo de CIESPAL, instaló una red de cabinas en los pueblos cercanos donde los indígenas graban sus noticias y envían los casetes a la emisora central.

Las emisoras que emprendieron el camino de la educación popular adoptaron la participación de la audiencia como perfil básico de sus programaciones. Era lógica esta opción, dado que la nueva pedagogía de Freire enseñaba que «sólo el pueblo educa al pueblo». Había, entonces, que abrir los micrófonos y las cabinas para que la gente viniera y opinara. Más aún: había que sacar la radio a la calle, al mercado, a la parada de buses, a la reunión de la junta de vecinos, a la vida cotidiana de los radioescuchas. Había que experimentar esa radio de doble vía, como soñaba Brecht, donde los *radioescuchas* fueran también *radiohablantes*.

Muchas emisoras comprometieron tiempo, personal y mucha gasolina yendo a todos los rincones de su área de cobertura para entrevistar, para hacer hablar a los pobladores, para re-

coger mitos y leyendas de boca de los ancianos, para grabar canciones con los jóvenes, para hacer sociodramas, sin libreto ni mucha complicación técnica, en las comunidades y barrios. Eran voces de protesta y denuncia unas veces. Eran partidos de fútbol u otros deportes locales transmitidos a la gran audiencia. Eran canciones grabadas en festivales populares, concursos, complacencias, encuestas, opiniones de todos los sectores sociales sobre todos los temas. Era la voz de los que sí tenían voz, pero nunca habían podido acceder a los medios masivos de comunicación para expresarla ante un público masivo. En este proceso de devolverle el habla al pueblo las radios participativas descubrieron un nivel más profundo de la educación: la autoestima.

Tal vez sea ésta la aportación educativa más importante que han venido brindando estas emisoras: el valor de la palabra propia y pública. Antes que cualquier mensaje, antes que cualquier consejo o programa de alfabetización, lo más liberador es la palabra. Éste es el primer desafío asumido por las radios populares: amplificar la voz del pueblo y, de esta manera, legitimarla socialmente.

Y esto vale, prioritariamente, para las mujeres. Ellas, que fueron las señoras de la palabra, que en el inicio de la aventura humana enseñaron a hablar a sus callados compañeros, que inventaron el lenguaje articulado, la mayor novedad y la mejor ventaja de la espe-

cie humana, fueron luego silenciadas en una sociedad patriarcal, en una cultura machista que manda a callar a la mujer en la casa, en la iglesia, en el partido, en los espacios públicos.

No fueron estas radios «voz de los sin voz», porque el pueblo no es mudo. Hicieron devolución de una palabra secuestrada, robada desde hace más de 500 años, desde hace milenios.

Defensora de la ciudadanía

Las radios latinoamericanas se caracterizaron por su utilidad. Los servicios sociales eran los programas de máxima sintonía, especialmente en las

*los medios de comunicación
de masas se han convertido
hoy en espacios privilegiados
de negociación y resolución
de conflictos. La radio,
la televisión, la prensa,
las revistas, son medios
y son mediaciones*

zonas campesinas. Allí la radio hacía las veces de correo, telégrafo y teléfono. ¡Que la mula se perdió! ¡Que Josefina ya parió un varoncito! ¡Que lleven los sacos de café a la carretera! Estos noticieros familiares han ido pasando a un segundo plano con poblaciones mayoritariamente urbanas y mejor co-

municadas. Sin embargo, la complejidad de la vida moderna revela nuevas y más variadas necesidades ciudadanas. Demasiada gente pasa el día esquivando, o tratando de esquivar, innumerables violaciones —grandes, medianas y pequeñas— de sus derechos humanos.

¿A quién recurrir? Buena parte de la población toma la justicia por su mano. Otra recurre a las instituciones correspondientes. Pero en demasiadas ocasiones esta gestión no da ningún resultado por la burocracia o la corrupción que vicia dichas instituciones. El siguiente paso es acudir a los medios de comunicación, a veces más respetados y temidos que las instancias públicas.

¿A dónde apelará un ciudadano si en un hospital público no le prestan la debida atención? ¿En dónde protestará si los servidores públicos están conchabados con los infractores privados? ¿En qué espacio denunciará si la justicia no le hace justicia? Los medios de comunicación de masas se han convertido hoy en espacios privilegiados de negociación y resolución de conflictos. La radio, la televisión, la prensa, las revistas, son medios y son mediaciones.

Así las cosas, muchas emisoras están poniendo en práctica un quinto *periodismo* —que no excluye los otros cuatro conocidos: información, opinión, interpretación e investigación—, un periodismo que canaliza las denuncias de la ciudadanía y facilita la solu-

ción de los casos planteados. Le llamaremos periodismo de *intermediación*.

Se trata de facilitar los micrófonos para que las reclamaciones de la ciudadanía lleguen a donde debe llegar. De hacer oír la voz de la gente ante las instancias responsables cuando éstas se han mostrado irresponsables. Y si la gente no puede hablar directamente con las autoridades, prestamos nuestra voz como periodistas para que escuchen, para hacer valer la denuncia y encontrar una solución justa.

Estos programas de intermediación reciben —por teléfono o en el estudio— a ciudadanos y ciudadanas que vienen a presentar sus demandas. El periodista hace de puente, interpela en vivo y en directo a las autoridades correspondientes. El punto culminante de la intermediación consiste en lograr algún tipo de compromiso que permita avanzar en la solución del problema.

El periodismo de intermediación no busca suplantar la responsabilidad del Estado ni tampoco de la ciudadanía. Al contrario, intenta urgir a ambas. Si la radio latinoamericana ha sido un elemento decisivo en la devolución de la palabra a una población secularmente silenciada, estos programas, este ejercicio de intermediación social, busca devolver poder a esa misma ciudadanía que es, en definitiva, la única y verdadera soberana.

La concepción de una radio *ciudadana* —este concepto gana terreno sobre

otros anteriores como educativa, popular o comunitaria— permite pensar globalmente. El ejercicio del periodismo de intermediación lleva a actuar localmente. Y de eso se trata, de *una estrategia glocal*.

El periodismo de intermediación sirve también para denunciar los abusos del poder mediático. Los medios de comunicación se han erigido como guardianes de las libertades y derechos civiles, como un contrapoder que fiscaliza y critica a los demás poderes del Estado. Los periodistas, vigilantes de la sociedad, están atentos a cualquier violación de los derechos humanos, especialmente las cometidas contra la libertad de expresión. ¿Y quién vigila a los vigilantes? ¿Quién controla a los controladores? Los programas de intermediación social van de la mano con la iniciativa de los observatorios de medios, de ese *quinto poder*.

Asociada a la innovación

En la actualidad, muchísimas emisoras, especialmente locales, asediadas por la competencia de las grandes cadenas y con una evidente falta de personal y de ingresos, producen cada vez menos y se resignan a una oferta musical con algunos segmentos informativos, con diálogos y animación improvisada, muy escasa de contenidos.

Con frecuencia y urgencia hablamos de la batalla legal para democratizar

el acceso a las frecuencias radioeléctricas. Esta reivindicación es imprescindible, y más ahora, con las nuevas oportunidades que ofrecen las bandas digitales. Pero es igualmente urgente democratizar el acceso a los contenidos. De poco o nada serviría tener el medio de comunicación si no tenemos un mensaje que comunicar. Sería como tener el arado sin semillas para la siembra.

Una radio puede y debe abrir sus micrófonos para que la población hable y opine y denuncie. Esta participación directa de la audiencia refresca y ennoblece prácticamente todos los formatos de la programación. Pero también necesitamos contar con otros programas más elaborados, producidos por colegas creativos que tengan tiempo y recursos para ello.

Para enriquecer la programación, podríamos aprovechar lo que algunas emisoras internacionales están produciendo. Podríamos instalar una parabólica y captar informativos vía satélite. Para muchas radios locales, sin embargo, esta inversión y el posterior mantenimiento de los equipos resultan caros. Además, hay otro problema. Por vía satélite recibes, pero no envías. Necesitarías tener un *uplink*, que es todavía más caro. O despachar tus audios por teléfono, con las limitaciones que esto conlleva.

La clave está en el Internet. Y la fórmula no es otra que favorecer un matrimonio tecnológico entre la radio y el Internet. Si bien al Internet accede

todavía un pequeño segmento de la población, la radio sigue siendo el medio de mayor penetración social. Uno elitista y la otra popular. ¿Y si los casamos? ¿Si fusionamos medios como se fusionan estilos musicales?

El Internet permite romper —como nunca antes— el bloqueo de las agencias informativas y de las empresas discográficas, superar distancias y monopolios, intercambiar la producción radiofónica en todos sus formatos y temáticas. La radio, por su parte, difundirá esos contenidos, recibidos vía Internet, a sus audiencias masivas.

La mayoría de emisoras, incluso pequeñas, ya cuentan con algún acceso a Internet. En muchas cabinas de transmisión, los periodistas disponen de un monitor conectado a la red para leer directamente, sin imprimir, las informaciones que encuentran en las páginas por donde navegan. Ningún periodista hubiera tenido un sueño tan ambicioso: sin mayor esfuerzo, tener acceso a periódicos, revistas, información caliente, al instante, de todas las esquinas del mundo.

Muchas de estas fuentes están controladas por los pulpos mediáticos que no ocultan su sesgo conservador ni les preocupa ser descubiertos en flagrantes mentiras y manipulaciones, como fue el caso de Fox News o de la misma CNN durante la invasión de Estados Unidos a Irak. Pero hoy es relativamente fácil saltar el cerco y recibir directamente en el correo electrónico otros servicios noti-

ciosos alternativos. La lista de agencias y servicios informativos de carácter progresista es amplísima. Prácticamente todas sus informaciones nos llegan de forma gratuita.

Lo cierto es que en el rango informativo disponemos en Internet de una oferta sólida, muy profesional. Estos documentos no suelen ser de audio, sino de texto, y no están formateados para radio. Pero ahí están, a la orden de un periodista con iniciativa. También en el terreno musical hay canciones para dar y tomar, un repertorio inagotable al que podemos acceder a través del sistema P2P

En otros terrenos, las cosas son un poco distintas. Por ejemplo, el nicho de los programas educativos está prácticamente vacío. ¿Dónde encontrar un buen reportaje radiofónico sobre el agujero de ozono? ¿De dónde bajar un programa dramatizado o narrado que divulgue las oscuras intenciones de los tratados de libre comercio con EE UU?

Del Internet obtenemos los contenidos, por Internet enviamos y recibimos los programas. Desde la emisora alcanzamos a las grandes audiencias. Y lo mejor es que el Internet nos permite la doble vía. Los *radialistas* podemos intercambiar información y contenidos a través de la web, sumando fuerzas para que otra radio —solidaria, con responsabilidad social— sea posible. El matrimonio tecnológico puede ser más fecundo de lo que sospechamos.

Ya son miles y miles las emisoras de todo el mundo —también en América Latina— que vierten su programación en Internet y consiguen, por esta vía, una cobertura a escala mundial. Estas transmisiones están cumpliendo hoy el papel que antes jugaba la onda corta, cuyo consumo ha descendido vertiginosamente, especialmente entre la juventud. Al parecer, son los migrantes quienes más uso hacen de esta novedad tecnológica.

Pero tal vez la mayor originalidad que brinda el Internet, más que saltar la barrera espacial —cobertura planetaria—, es la superación de la barrera temporal, el estar obligados a oír tal programa a la hora en que se difunde. A la radio ya no se la lleva el viento. El Internet permite escuchar los programas que nos interesan en cualquier momento. Es lo que se conoce como radio a la carta.

Igual que en un restaurante, usted escoge los programas de su preferencia viendo el menú y pautando su propia programación. Puede optar por escuchar el programa seleccionado mientras se va descargando o también por grabar el archivo de sonido en su disco duro para oírlo después cuando quiera, sin necesidad de estar conectado a la Red.

Ahora bien, cuando decimos radio a la carta siempre pensamos en el consumidor individual. ¿Y si la consumidora fuera otra radio? ¿Por qué no imaginar un centro recolector de audios, una radio de radios, alimenta-

dora de las programaciones, tantas veces anémicas, de emisoras locales y comunitarias?

Éste es el nuevo proyecto en el que se ha embarcado la UNESCO con un grupo de redes e instituciones radiofónicas de América Latina. Hemos creado un portal de Internet con acceso libre y gratuito, donde *radialistas* de todas partes puedan encontrar y ofrecer los formatos más elaborados, reportajes, crónicas, dramatizaciones, grandes series de la radio latinoamericana, entrevistas en profundidad, música no comercial, *spots*, los más variados productos para dinamizar sus programaciones. Con esta iniciativa esperamos estimular la producción local y favorecer la tan deseada diversidad cultural.

Otra radio es posible

He mencionado —sin afán de exhaustividad— seis aportaciones de la radio latinoamericana al desarrollo de nuestra región. En estas seis décadas hemos contado con emisoras que han tomado en serio su responsabilidad educativa, que han movilizado a la población, que han defendido las identidades culturales, que han de-

vuelto la autoestima devolviendo la palabra, que han empoderado a la ciudadanía en el reclamo de sus derechos y que han democratizado los contenidos aprovechando las nuevas tecnologías, concretamente el Internet.

Estos ejemplos vienen, en su gran mayoría, del ámbito de las radios alternativas, educativas, comunitarias, pero no se agotan en ellas. Muchas radios comerciales con sensibilidad social han contribuido y siguen contribuyendo significativamente al desarrollo en sus diferentes facetas. Si bien no todo es color de rosa, nuestras emisoras se ven tentadas a la politiquería, el sensacionalismo, a venderse al mejor postor, toda persona tiene un precio y toda radio también. Sin embargo, es tiempo de destacar los logros más que las debilidades. *Dejemos el pesimismo* para tiempos mejores, como se leía en una pared de Bogotá.

Confiamos en que los nuevos aires que soplan en América Latina —aires de una segunda independencia— sean acompañados por una radiodifusión con vocación nacionalista, que asuma su responsabilidad social, que sólo emplee la palabra, como decía Martí, para decir la verdad, no para encubrirarla. ■