

USO



WE
D

MEMORIOS

La radio cultural en tres países latinoamericanos. Comentarios rumbo a una propuesta de análisis regional

Alberto Zárate Rosales

Universidad Autónoma de la Ciudad de México
albzrte@yahoo.com.mx

Maestro en Antropología Social, Profesor investigador de tiempo completo en la academia de Arte y Patrimonio Cultural de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México desde 2004. Ha sido ponente, coordinador de mesa en congresos sobre arte y patrimonio cultural (nacionales e internacionales); ha publicado artículos y compilaciones sobre la temática de patrimonio cultural.

Resumen

Entre los años 2010 y 2011, tuve la oportunidad de realizar una investigación sobre la radio en tres países: México, Colombia y Perú, respectivamente. Por distintas razones, la temática debió centrarse en dos tipos, las radios comunitarias y las culturales.

En este artículo abordaremos las radios culturales, cuya programación se dedica principalmente a la emisión de contenidos de índole cultural. Observaremos las similitudes y diferencias en estos tres países, donde la radiodifusión brinda las facilidades a las radios comerciales y mantiene en una perspectiva secundaria a las comunitarias y culturales.

En el caso que nos ocupa, abordaremos sus contenidos, problemática y posibles expectativas, sobre todo resaltando la necesidad de que se realicen estudios comparativos en la región, considerando que la globalización cultural es una constante que influye e incide al respecto.

Palabras clave: radio cultural, globalización, estudios comparativos, contenidos culturales.

Introducción

Marzo, 1932: "El Espectador", un diario colombiano señalaba que las radiodifusoras podían contribuir en el desarrollo de la cultura de un país y tener un papel tan relevante como el de los colegios y universidades, considerando especialmente como destinatarios a las clases trabajadoras que no disponían de dinero ni tiempo para asistir a los establecimientos educativos, por lo cual la radio venía a llenar una misión didáctica, por lo que era imperiosa la necesidad de atender lo ameno y el influjo educador.

Esta visión histórica, permitió observar a la radio en sus inicios, como una alternativa de solución para los grandes problemas nacionales. Tan pronto existieron las condiciones necesarias, se impulsó el desarrollo de empresas radiofónicas y una incipiente clase empresarial. Con las empresas estatales, en algunos casos continúan promoviendo los contenidos de la clase política en el poder.

El artículo se sustenta en una investigación que se llevó a cabo entre el segundo semestre de 2010 y el primero de 2011, aprovechando el año sabático que me otorgó la Universidad Autónoma de la Ciudad de México. La

pesquisa se centró en la importancia de la radio en tres países: Colombia, Perú y México. Describiremos y analizaremos las similitudes, las características de las radios culturales en estos tres países, sus contenidos, problemáticas y posibles expectativas, sobre todo considerando a la globalización cultural como un factor que incide al respecto. En México, 2 de cada 10 radioescuchas les sintoniza frecuentemente; en los otros dos países, la situación es similar con ligeros matices. 80% del radioyente sintoniza estaciones comerciales.

Las condiciones legales y administrativas garantizan el acceso y difusión radiofónica: leyes, reglamentos, normas y procedimientos que regulan las actividades de la radiodifusión. Se observó la diferencia de trato que se brinda a las radiodifusoras estatales, privadas o comunitarias. Existen lagunas jurídicas y administrativas, así como voluntad política al respecto que incide en su desarrollo o limitación; con la Constitución de 1991, en Colombia se planteó el desarrollo de una visión pluricultural y pluriétnica de la nación, en México y Perú, no sucedió lo mismo.

En la investigación de campo, se registró lo siguiente: amplia riqueza cultural e insuficientes medios para difundirla. Con la música, los nuevos escenarios globales, presentan un galimatías hasta hace poco, no previsto: las lagunas legislativas y los marcos legales ante nuevos escenarios, como los "holdings" que van diversificando sus giros, o de contenidos culturales polémicos. Con las radios culturales, existe una desigual participación estatal en su administración y políticas de difusión.

Diez años atrás, en México se propuso la "ciudadanización de la cultura": procesos encaminados a aumentar la participación social y en contraparte, limitar la participación gubernamental en este tipo de actividades, situación que en el caso peruano, presenta un panorama distinto, pues los gobiernos en turno, tienen amplia incidencia al respecto, tal y como se observó en la última contienda electoral en Perú, o en el caso mexicano,

donde el control del presupuesto implica algo más que el manejo del mismo. Son múltiples las experiencias aquí registradas.

Aprovecho para agradecer a las/os colegas peruanas/os y colombianas/os que apoyaron esta investigación. Varias/os de ellos pidieron que omitiera sus nombres, por tal motivo, no señalo nombres, pero esas personas saben quiénes son. A ellas/os, muchas gracias.

Desarrollo

Ciudad de México. La cadena radiofónica EXA-FM "Los 40 Principales" anuncia que tiene presencia en 57 estaciones mexicanas, 8 países de habla hispana y 95 millones de radioescuchas. Con este panorama, ¿cuál es el contexto de la globalización radial? Para Beck, la globalización se asocia con "el paradigma del Estado territorial (que) se confronta a través de un sinfín de dimensiones y ramificaciones emergentes, reflejando nuevos contextos en los cuales se expresan contradicciones en varios sentidos en la sociedad mundial en que actualmente vivimos" (2008:21); esto cobra relación cuando se observa que la globalización implica aspectos de intercambio internacional, una revolución permanente en el campo de la comunicación y la tecnología (ibíd., 53).

¿Cómo se matiza la globalización cultural en las radios culturales? La globalización se asocia con la modernidad y la homogenización, por lo que, es relevante analizar los contextos que rodean a las estaciones radiales en la región. Appadurai nos recuerda que vivimos una "modernidad desbordada", pero que se vive de forma dispareja (2001: 7).

El entramado global registrado preliminarmente, consistió en ubicar el conjunto de identidades y referentes culturales reflejando un pluralismo cultural y de sociedades multiculturales, de relaciones interculturales; permitió cuestionarnos acerca de distintos conceptos teóricos clásicos, tales como el de "cultura" e "identidad", por sólo citar un par de casos.



Las radios culturales

México

Las estaciones de radio en México se conformaron hacia 1920. Al igual que en otros países de la región, tuvo un carácter experimental y elitista en sus inicios –llevada a cabo por radioaficionados. Al iniciar el proceso de masificación, se visualizaron sus posibles usos, en la comunicación, en la solución de problemas sociales como la alfabetización, capacitación e informativo cultural. Trascendió a las distintas clases sociales, grupos de edad y género.

Actualmente, 98% de la población cuenta con al menos un radio en casa. Con el aumento de radiodifusoras, fue necesario reglamentarlas a partir del marco constitucional (Artículo 4º), derivando en un conjunto de leyes,

reglamentos y códigos que regulan dicha actividad (De Armas, s/f). La normativa y sus adaptaciones se destinó a “regular los contenidos que pudieran afectar la moral y las buenas costumbres”, fue observada en los otros dos países y con otras connotaciones, por ejemplo, en Colombia en 1936, el gobierno en turno prohibió narrar noticias políticas aplicando las sanciones correspondientes a quien transgrediera dicha ordenanza.

El marco regulador facilitó la consolidación de los permisionarios a través del pago de impuestos con “tiempo aire” denominado “tiempo oficial”. Aumentó su potencia de transmisión y diversificaron sus inversiones (En Escena, 2007). Con todo esto, un fenómeno recurrente fue el cambio de nombre con objeto de evadir al fisco o responsabilidades laborales. Las radiodifusoras concesionadas

son a particulares; las de permisionarios están a cargo de instituciones o del Estado.

La modernización tecnológica implicó el abaratamiento, incorporación de nuevos modelos de difusión, información, entretenimiento y financiamiento, quitando programas en vivo sustituyéndolos con series grabadas, cintas magnéticas y discos de acetato. Actualmente hay 22 cadenas radiofónicas que controlan la mitad de las 1322 estaciones de radio. Predomina la programación musical sobre noticias y programas de opinión. 84% son estaciones comerciales y el resto de servicio o culturales. (Arteaga: 2003-2004).

La radio cultural en México

La Encuesta Nacional de Datos Socioculturales (2004), registró la precaria oferta cultural y el acceso diferenciado de públicos. La radio tiene presencia en 98% del territorio. 84% escucha estaciones musicales –privadas; el resto, escucha recurrentemente radio cultural. El Periódico Reforma (Mejía: 2002), coincidió con la información anterior indicando que 82% de público escucha música sobre otro tipo de programación. La pregunta necesaria, es ¿a quién atienden las estaciones culturales en nuestro país? Al menos en el Valle de México –el centro del país, las estaciones de radio cultural están a cargo principalmente de universidades y del Estado Mexicano.

Las estaciones universitarias son: Radio UNAM, 860 AM y 96.1 FM; Radio Universidad Autónoma de Chapingo, 1610 AM; Radio Universidad Anáhuac 1670 AM; Radio Universidad Iberoamericana, Ibero 90.9 FM; Radio Universidad Autónoma Metropolitana, 94.1 FM; Radio IPN, 95.7 FM. De las estaciones gubernamentales: Radio Educación 1060 AM; las estaciones del Instituto Mexicano de la Radio (IMER) que agrupa 21 estaciones, entre las que destacan: "Radio México Internacional", "Opus", 94.5 FM; "Reactor", 105.7 FM; "Horizonte", 108 FM; "Radio Ciudadana", 660 AM; "Interferencia 7Diez", 710 AM; "La B Grande de México" (estación pionera de la radio mexicana, 1220 AM); "Tropicalísima 13-

50", 1350 AM. Otras estaciones culturales, son: Radio Mexiquense, 1080 AM; Radio ZER, 1650 AM. No se cuenta con un número aproximado de radioescuchas. Las empresas medidoras de audiencias les otorgan puntuaciones bajas sin aparecer en sus páginas informativas. La información se reduce a señalar que difunden programas culturales sin mencionar la posible retroalimentación con los radioescuchas; su difusión es unidireccional, salvo los programas de opinión ciudadana que atienden problemáticas de bienestar social.

Su problemática es compleja, pues resalta la visión de las mismas autoridades acerca del medio y sus contenidos. El gobierno federal anterior le dio prioridad a la asignación de recursos a las fuerzas armadas sobre el Sector Cultura, actualmente, se registra la ausencia de un proyecto cultural federal; finalmente, el descuido o marginación de la política cultural se mantiene actualmente.

Colombia

La primera emisora la HJN, la Voz de Barranquilla surgió en los años veinte. Sus anécdotas refieren la conformación de una incipiente barra de programación de apenas un par de horas con difusión de mala calidad, la visión del Estado por sostenerla y ausencia de criterios y normatividades al respecto. Tuvo condiciones de implementación similares a las radiodifusoras mexicanas. En los años treinta, había media docena de estaciones en Bogotá, en los cuarenta, setenta. En esa década inició operaciones Radio Difusora Nacional, atendiendo limitaciones técnicas, de programación y ampliación de horarios.

La guerra con Perú, permitió centrar los contenidos de la radio en una temática común. La onda corta era común en la capital. El Ministerio de Correos y Telégrafos regularizó aspectos legales y administrativos asignando frecuencias y banda de operación, emitiendo normas para que particulares pudieran instalar nuevas radios. La tecnología fue la bandera retomada por los tres países, así como la conformación de cadenas radiofónicas, cuyo ejemplo representativo fue

“La Voz de Medellín” en 1946. Actualmente incluye alrededor de 140 estaciones, sirviendo de modelo para otras cadenas similares.

Las radios culturales. El antecedente de las estaciones culturales se encuentra en Radio Universidad de Antioquia en 1933. En 1947, el sacerdote José Joaquín Salcedo en Sutatenza observó la situación de analfabetismo y marginación de la población, desarrollando un programa de alfabetización y matemáticas básicas, temas espirituales, educación no formal y cultural. Logró que casi 8 millones de personas le dieran seguimiento. Su modelo radiofónico se extendió a otros países de la región, aunque no se salvó de las críticas, como la de Camilo Torres, quien consideró que estas escuelas radiofónicas eran demagógicas y dañinas para los campesinos. La estación concluyó esta etapa en los años noventa cuando crisis económicas derivaron en su venta a la cadena Caracol.

En 1940, Radio Nacional de Colombia (RCN) inició operaciones. Luego de la HJN, éste fue el segundo proyecto de radiodifusión en el país. Resalta su Fonoteca cuya selección de archivos históricos cuenta con cerca de 90 mil documentos en diferentes formatos, incluyendo los digitales. Registra producciones acerca de la radio, de la cultura y la política doméstica histórica y contemporánea. El término “Colombiología al aire” hace referencia a la gama de distintos temas de la cultura popular y política local difundida al respecto sustentando sus objetivos, misión y visión, además de mensajes ideológicos destinados a producir y reproducir lo que se considera como su “identidad nacional”.

Su modelo sociocultural fue copiado por otras estaciones destacando sus experiencias positivas: alfabetización, bachillerato radial, asistencia médica y zootécnica, entre otras. La radio cultural no compite ni busca hacerlo con la radio comercial que tiene como meta el rating. La cultural busca “atender problemáticas sociales”. Investigadores y observatorios culturales han incidido en cuestionar los proyectos culturales, sus contenidos y sobre todo, la falta de mecanismos de interacción

con la comunidad. Esto cobra sentido cuando se registra el uso de la radio para beneficio de los grupos políticos existentes (liberales, conservadores, militares, paramilitares, indígenas). La política cultural está acotada a las perspectivas de los gobiernos en turno y no mantiene una autonomía al respecto.

El diseño de políticas culturales en la radio ha pasado por distintos momentos, por ejemplo, con COLCULTURA –Decreto 3267 de 1963, se menciona la planificación cultural estatal. Pero también se debe hacer un corte en el tiempo, antes de 1991 y después de este año, cuando entró en vigor la nueva Constitución. La visión previa estaba asociada a un conjunto de referentes occidentales como la lengua castellana; después, fue la reivindicación multicultural, local y étnica, así como la descentralización y la democratización como parte del derecho cultural (Ospina, s/f).



De los años setenta en adelante, la UNESCO propuso un conjunto de modelos destinados a descentralizar y democratizar la cultura. Palabras como “desarrollo cultural” o “modernización del Estado”, paulatinamente dejaron de lado a las instancias estatales y agencias de desarrollo para darle cabida a nuevos actores comunitarios. En el caso de las radios culturales, faltó la visión para desarrollar proyectos con requerimientos comunitarios y dejar de lado la vieja difusión cultural: programas pregrabados, contenidos desfasados y de poco interés, entre otros. Para Ospina, *“las políticas culturales orientadas al desarrollo cultural, seguían dejando por fuera el desarrollo de los medios públicos y en particular la labor de la RNC. Su protagonismo dentro de la actividad cultural del Estado había desaparecido y la nación que trasmítia en sus frecuencias no correspondía a un contexto nacional marcado por la crisis institucional”* (ibíd).

Radio Universidad del Cauca

Por razones de espacio, sólo nos referiremos a la Radio Universidad del Cauca. Inició actividades en 1990, con programación que difícilmente se incluiría en otras estaciones. Hasta 1996 no contaban con un archivo sonoro ni con planificación de programas. En 2007 inició transmisiones vía satélite. Ésta radio ha difundido mensajes de protesta o de conflictos políticos y laborales, aunque también “le han bajado el switch”, a manera de censura.

Las radios comunitarias

Las radiodifusoras comunitarias se ubican principalmente en localidades rurales en el país; se busca mayor interacción entre la radio y las comunidades a través de programas culturales y educativos. Los responsables deben atender diversos requerimientos legales y administrativos sustentados en el Decreto 2805 de 2008. Este tipo de proyectos implicaron la conformación de formas de organización hasta antes no previstas en las localidades participantes, basándose en los contextos multiculturales y plurilingües derivados de la Constitución de 1991.

Tuvimos la oportunidad de conocer a Radio Guambia Estéreo 89.4 FM, emisora del pueblo Misak, en el municipio de Silvia. Se observó su incidencia social; además, se registraron otros casos –que obviamente no identificamos, donde personas, grupos y asociaciones buscan obtener una concesión, sin cumplir con los protocolos de manera debida, excluyendo frecuentemente a la población y conformando en la práctica, una microempresa, lo que implica falta de ética, de capacitación y de vinculación con las comunidades y desconocimiento del proyecto, según la Profesora Olga Solís.

Perú

En los últimos años del siglo XIX y los primeros del nuevo, se importó tecnología radiofónica apoyada con la experiencia del Ejército y la Marina. En los años treinta, la primera estación surgió por iniciativa de empresarios sosteniéndose con publicidad y las primeras transmisiones deportivas. Luego vinieron las primeras familias radiodifusoras dirigidas a los agricultores. La estación OAX-4A tomó el nombre de Radio Nacional. Los gobernantes en turno vislumbraron la importancia de la radio, facilitando el vínculo o apoyo para que camarillas cercanas a ellos pudieran ser beneficiadas, inclusive en marcos de exclusividad que hoy en día harían referencia a “prácticas monopólicas”, fue el caso de la empresa Marconi cuyos integrantes eran amigos –secreto a voces, del entonces presidente Augusto B. Leguía. La OAX se escuchaba un par de horas, de 9 a 11 de la noche, su programación era elitista “para personas de alcurnia”, no era para el pueblo. La empresa fracasó en lo económico. En 1935 el Estado asumió todos sus pasivos. Así nació la Compañía Nacional de Radiodifusión del Perú. En esos años surgieron varias emisoras, entre las que sobresalió Radio Nacional de Perú (Alegría, 1993).

Radio Nacional de Perú (RNP)

Actualmente, la cadena transmite a través de 27 emisoras en FM y 854 en AM, en sus inicios incidió en Onda Corta. Originalmente se le



conoció como "Radio Marconi", no incidió entre la población, luego cambió a RNP. Con la sustitución de los bulbos por transistores e inclusión de las baterías, la radio dio un salto cualitativo, permitiendo su acceso en lugares rurales o indígenas sin electricidad. (Bustamante, 2005); RNP difundía música clásica, criolla y andina. En 1944 se planteó la competitividad entre las emisoras estatales y las comerciales, buscando crear programas más cercanos al público incluyendo a la Orquesta Sinfónica Nacional y programas en vivo. Un Decreto hacía referencia a que todo artista que llegara a otras emisoras debía presentarse en RNP, lo que implicó que la estación se constituyera como un puente de comunicación con cantantes locales y de otras latitudes. La estación fungió como una cuna de nuevos intérpretes musicales. Su edificio contaba con tecnología de punta y su programación contaba con temas culturales y educativos, mantuvo la oferta que tenían las radiodifusoras privadas. El listado de cantantes, programación y anécdotas pueden consultarse en su página web.

La misión y la visión de RNP ha sido severamente cuestionada por aquellos que la ven con una tendencia comercial, donde se busca difundir la "peruanidad" junto con "la formalidad y las artes cultas", tal y como lo indicaba un conductor de dicha emisora: "... para ingresar a la Radio Nacional, había que llegar con saco, camisa y corbata... para ser locutor, se necesita ser una persona docta..."; la influencia política sigue incidiendo en el devenir de la estación. Los relevos políticos y también militares, han incidido en las políticas de difusión de la misma; algunas

acciones políticas dejaron impronta, pero otra pasó sin pena ni gloria; algunas alteraron sustancialmente la idea original, como la de usarla los gobiernos en turno para dirigir los mensajes oficiales. Se resaltó su centralismo y la ausencia de políticas hacia la población. Para distintos informantes, la visión de algunos directivos de RNP le dan prioridad al rating sobre los contenidos culturales, demuestran por lo tanto, falta de visión de lo que es la radio pública y cultural en lo específico.

Distintos informantes comentaban de la excelencia de algunos productores y locutores, por lo cual las acciones de los funcionarios, demuestran su falta de visión y misión de lo que es una radio pública como RNP al asociarla con modelos asociados con la radio comercial. Esto se registra cuando se excluye a sectores con posibilidad de voz y se reduce a darle a grupos como la Asociación Peruana de Autores y Compositores (APDYAC). El Estado renuncia a aplicar la política comunicativa y a la atención de la temática cultural, reduciendo su papel a una simple mensajería informativa, demostrando que no conoce el asunto, renuncia a la atención pluricultural, reduciendo su papel a la aplicación de medidas coercitivas a quienes disienten de la mirada oficial. Los contenidos y su calidad, simplemente se omiten, se deja de lado la crítica social y se difunde todo aquello que les envían las industrias fonográficas.

Su reto consiste en cambiar el paradigma, motivar el discernimientos y no la enajenación. La investigación se concluyó días previos a la contienda presidencial de 2011 y fue impresionante el peso que los medios le dieron a una de los dos contendientes. Ahora, a dos años de distancia, la pregunta es, ¿la actual administración reproducirá los paradigmas anteriores o por el contrario, se atreverá al cambio?

Conclusiones y recomendaciones

1) Se debe reconocer que cada país tiene su propia problemática alrededor de la difusión de programas culturales, aunque se tienen aspectos estructurales similares. Este es un

punto que se debería trabajar regional y no aisladamente, de ahí que el título de este artículo resalte la necesidad de ahondar en análisis regional(es).

2) Deben diferenciarse claramente los proyectos de radiodifusión comerciales de las propuestas institucionales o con una clara visión cultural, educativa y de servicio. En los tres países se observó la falta de visión, de conocimiento y de compromiso profesional y ético de quienes toman las determinaciones para definir las acciones culturales y en particular, de la radio cultural.

3) El vínculo comunidad – profesionales de la radio – autoridades radiofónicas, debe seguir los canales interactivos, de reciprocidad. Los modelos actuales resaltan su carácter unidireccional, anacrónicos y descontextualizados. Los nuevos espacios deben ser resultado de foros de consulta con los actores señalados en este apartado.

4) La tecnología está aparejada con la democracia, con el acceso a los medios. Si esto no se da, los contextos de inequidad seguirán vigentes

5) Se requiere voluntad política de quienes están a cargo de la administración y política pública. Sin esta acción, difícilmente se pueden llegar a contextos democráticos, de apertura, de servicio, de retroalimentación con la población beneficiada, y como dijera un reconocido comediante mexicano: "ahí está el detalle".

Referencias

Alegria, A. (1993). O.A.X. Crónica de la radio en el Perú (1925-1990). Lima. Radioprogramas Editores.

Appadurai, A. (2001). La modernidad desbordada. Dimensiones culturales de la globalización. Argentina, FLACSO Argentina, Biblioteca de Ciencias Sociales, Ediciones TRILCE - FCE.

Arteaga, C. y otros (2003-1004) La radio como medio para la educación. En La Razón y la Palabra. Primera revista electrónica en América Latina especializada en comunicación. México, Número 36. Disponible en www.razonypalabra.org.mx

Asociación Peruana de Autores y Compositores (APDYAC) <http://www.apdayc.org.pe/>. <07/12/2010>

Beck, U. (1998). ¿Qué es la globalización? Falacias del globalismo, respuestas a la globalización. Barcelona, Paidós, Serie Estado y Sociedad.

Bustamante, E. (2005). Los primeros veinte años de la radio en el Perú. Lima, Universidad de Lima, Año 2, número 3, 2005. Disponible en internet: <http://www.ulima.edu.pe/revistas/contratexto/v3/art11.htm>; < 31/05/2011 >

"Comienza a transmitir la HJN". Disponible en internet: http://www.colombialink.com/01_INDEX/index_historia/07_otros_hechos_historicos/0190_comienza_emitir_hjn.html; < 15/01/2011 >

Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión (CNIRT). Disponible en internet: <http://www.cirt.com.mx/cirt/legislacion.html>; <11/07/2010>

Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA) (2004). Encuesta Nacional de Prácticas y Consumo Culturales. México, CONACULTA.

De Armas, M. Á. (s/f) Coord. Apuntes para una historia de la radio mexicana. México, Mimeo.

En Escena (2007). Permanece la estación de radio XEW como ícono en México. Septiembre 17 de 2007. Información disponible en internet: http://www.elporvenir.com.mx/notas.asp?nota_id=160353; <25/01/2011 >.

El Sol de Hidalgo. Historia de la Radio en México, Hidalgo, 10 de agosto de 2008; disponible en internet: <http://www.oem.com.mx/elsoldehidalgo/notas/n807149.htm>; <21/01/2011 >

Garzón, C., Ruiz, F., y Sánchez J. (S/F): Memorias de la radio en Popayán. Popayán, Colombia, Universidad del Cauca.

Historia de la Radio Colombiana. Disponible en internet: <http://historiadelaradioencolombia.blogspot.com/>; < 22/06/2011 >

Historia de la Radio en México. Disponible en internet: <http://www.oem.com.mx/elsoldehidalgo/notas/n807149.htm>; < 07/12/2010 >