

La radio pública en Iberoamérica

Arturo Merayo*

Universidad Católica de Murcia

Índice

1 La credibilidad de la radio	1
2 Radio privada vs radio pública	1
3 ¿Qué es una radio pública?	4
4 Neoliberalismo, poder político y medios públicos	7
5 ¿Tiene sentido hoy que exista la radio pública?	9

1 La credibilidad de la radio

Desde que empecé a interesarme por los medios de comunicación, hace 25 años, vengo oyendo hablar de la crisis por la que atraviesa la radio. Es casi un lugar común en cualquier análisis mencionar las dificultades jurídicas, financieras, estructurales o laborales de la radio. Parece que lamentación y radio fueran un binomio indestructible. La aparición de la televisión, el descenso de la onda media, la siempre limitada torta publicitaria, el control político, las escasas plantillas, los bajos salarios, la limitación tecnológica han estado en boca de los profesionales en los diferentes momentos históricos de la radio. Y sin embargo, más allá de los lamentos, en los hogares, en el trabajo, en los automóviles, la radio siempre ha dado muestras de una vitalidad indiscutible. No sólo tiene una

amplísima penetración –el 95% de los peruanos, por ejemplo, escucha radio a diario¹– sino que en muchos países la radio sigue siendo el medio más creíble. En Chile, los estudios CERC y ADIMARK, han revelado que los chilenos siguen calificando a la radio como la institución de mayor confiabilidad y credibilidad del país, con una diferencia de 13 puntos con respecto a la televisión y de 23 en relación a los diarios². Todos los estudios sociológicos realizados en España en los últimos 25 años ponen de manifiesto que los ciudadanos españoles confían en la radio más que en cualquier otra institución. Aún más, en Brasil como en otros muchos países, se considerara a la radio como el medio más democrático de comunicación de masas.

2 Radio privada vs radio pública

Si la radio ha demostrado históricamente una gran capacidad de adaptarse a las circunstan-

¹ Compañía Peruana de Investigación y Mercado, CPI: *Informe Tendencia de radio en hogares*, CPI, Lima, 2002.

² En segundo lugar ubican a la institución de la policía, Carabineros de Chile, y en tercer lugar a la Iglesia Católica. Estos sondeos de opinión han sido aplicados a más de mil doscientas personas, mayores de 18 años desde la Primera a la Décima regiones del país sudamericano, a fines de 2002 y en el primer semestre de 2003. Cfr. www.archiradios.cl

*amerayo@pdi.ucam.edu

cias para conectar permanentemente con las necesidades de los ciudadanos, quizá haya sido precisamente por ese gusto en no abandonar la autocrítica, en revisar una y otra vez sus propios postulados. Ese afán por buscar motivos para la polémica ha afectado, cómo no, al eterno enfrentamiento entre la radio pública y la radio privada; cada quien se ha esforzado por subrayar las ventajas o inconvenientes de una u otra. A estas alturas me parece que está suficientemente demostrado que, en términos generales, el mejor sistema posible para la radio es aquel en el que una fuerte radio pública convive con una vigorosa radio privada. Pretender que una de las dos desaparezca a costa de la otra es un sinsentido que sólo puede provocar graves perjuicios.

En Iberoamérica, la radio se puso en marcha muy pronto, como consecuencia de la influencia de Estados Unidos. En apenas un decenio todos los países contaban con emisoras. El fenómeno se inició en Argentina en 1920 y concluyó en Guatemala tan solo diez años después. La mayor parte de las naciones vieron nacer emisoras de la mano de la iniciativa privada, fruto de la curiosidad, la experimentación o el carácter visionario de unos cuantos locos a los que, eso sí, muy pronto, la población siguió sin condiciones. Solo Colombia, Paraguay, El Salvador y Venezuela comenzaron la aventura radiofónica de la mano de radios públicas: en Colombia con HJN (más tarde llamada Radiodifusora Nacional) en 1929; en Paraguay vinculada a las necesidades estratégicas del ejército; en El Salvador, con Radio Nacional de El Salvador, una emisora cuyo identificador tenía las iniciales del presidente de la república AQM, Alfonso Quiñónez Molina; y en Venezuela fruto de la decisión de otro dictador, Juan Vi-

cente Gómez. En Brasil la primera emisora, que había nacido de la iniciativa privada, Rádio Sociedade, acabó siendo pública y dependiente de Ministerio de Educación. Pero en el resto de Iberoamérica la radio empezó siendo privada y sólo más tarde, a lo largo de la década de los treinta, surgieron las primeras radios públicas: en la República Dominicana en 1928 (HIX), en Uruguay en 1929 (SODRE), en México en 1931 (XE-PNR)³, en Bolivia en 1933 (Radio Illimani)⁴, en Argentina⁵ y Perú en 1937 (Radio Nacional), en Puerto Rico en 1949 (Corporación para la Difusión Pública, WIPR AM)... Algunas fueron mucho más tardías como Radio Nacional de Panamá (1974). Tan consistente fue en sus inicios la radio privada latinoamericana que en países como Chile, nunca ha existido como tal una radio estatal.

Y esto, a mi modo de ver, no fue un mal comienzo porque es bueno que lo que la iniciativa privada pueda promover no necesite de la participación del Estado. La radio pri-

³ El primero de enero de 1931, la organización política que gobernaría el país de 1929 a 2000, llamada inicialmente Partido Nacional Revolucionario (PNR), inauguró su propia estación de radio, la XE-PNR, cuyos objetivos eran muy claros: la difusión de la doctrina del partido y de la postura oficial de los gobernantes. Su papel en la consolidación del partido de Estado fue importante, sobre todo durante el gobierno de Lázaro Cárdenas (1934-1940).

⁴ En Bolivia, Radio Illimani fue inaugurada el 15 de julio de 1933; desde la guerra del Chaco hasta hoy se ha constituido en el principal portavoz oficial de la administración.

⁵ El 18 de febrero de 1937 quedó inaugurada LS11 Radio Provincia de Buenos Aires. Y el 6 de julio LRA Estación de Radio Difusión del Estado (luego LRA Radio del Estado y, más tarde, LRA1 Radio Nacional). Años después será la estación cabecera de la Cadena Argentina de Radio Difusión, luego Servicio Oficial.

vada latinoamericana fue el origen y el motor de la radio en el continente, como había sucedido en Estados Unidos y frente al modelo europeo donde sólo en España y Portugal la radio empezó siendo privada. De hecho, si tenemos en cuenta los regímenes políticos del periodo de entreguerras en América y sus numerosos gobiernos dictatoriales parece más una bendición el hecho de que Latinoamérica no siguiera el modelo europeo, en el que los gobiernos fueron los que promovieron el nacimiento de las primeras emisoras.

Ahora bien, cuando la iniciativa privada no llega a satisfacer determinadas necesidades –y es habitual que así acabe sucediendo–, la iniciativa pública ha de surgir también y sin complejo alguno, en régimen de subsidiaridad y para compensar las carencias del sector privado. Esto es justamente lo que ocurrió en la mayor parte de los países iberoamericanos a lo largo de los años treinta. Es verdad que en ocasiones esa radio pública fue la excusa política de los gobernantes para poner en marcha su particular órgano de propaganda. Pero también es cierto que los dictadores pasaron y las radios públicas permanecieron y que han servido y sirven de contrapeso a las estrategias mercantilistas que, sobre todo desde la década de los noventa, parecen ser la única razón de ser de la comunicación mediática en todo Occidente.

De modo que, con mayor o menor éxito, radio pública y radio privada han venido coexistiendo. Rádio Nacional de Río de Janeiro, por ejemplo, constituyó la base de lo que más tarde sería el Sistema Radiobrás, (Sistema Brasileiro de Comunicação S.A.), con cuatro estaciones de radio cuya programación es emitida parcial o totalmente a través de más de 1000 emisoras de radio en todo el país. En Costa Rica, la radio pública actúa hoy

desde 6 emisoras, dependiente del Ministerio de Educación Pública, y representan el 16% de las emisoras de la nación. Radio Nacional del Perú dispone en la actualidad de 27 emisoras. En México, la red de emisoras que administra el IMER (Instituto Mexicano de la Radio, fundado en 1983) transmite en casi todo el país mediante 7 emisoras ubicadas en la Ciudad de México y 10 en el interior. Son sólo algunas de las radios permisionadas mexicanas⁶ que comprenden además estaciones universitarias y de institutos tecnológicos, estatales (que pertenecen a los estados del país) e indigenistas⁷. Cuba, por razones de todos conocidas, es el único caso del continente en el que la radio privada no existe⁸. El Sistema Nacional lo integran actualmente 69 emisoras: La internacional Radio Habana Cuba, 6 cadenas nacionales (Ra-

⁶ De acuerdo con la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, hasta el año 2000 había 1.449 estaciones de radio en las bandas de AM y FM, de las cuales 1.141 eran concesionadas y 308 permisionadas. Por su parte, la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión (CIRT) señalaba que eran 1.337: 1.142 concesionadas y 195 permisionadas. En ambos casos, no están contabilizadas las emisoras ilegales (Cfr. www.sct.gob.mx y www.cirt.com.mx/datosestadisticoscuadro.htm). Las estadísticas de ambas fuentes varían, debido a que la SCT presenta el número de concesiones y permisos que se han otorgado, sin tomar en cuenta si han entrado en operación o no, mientras que los recuentos de la CIRT consideran las emisoras comerciales que están en operación).

⁷ Cfr. Pi Orozco, Ernesto, *Dimensiones de la radio pública en México*, Fundación Manuel Buendía/Gobierno de Chiapas, México, 2001.

⁸ Constituido el Gobierno Revolucionario, el 12 de enero de 1959, fue intervenido el Circuito Nacional Cubano y sus doce emisoras nacionales cuyas acciones pertenecía al dictador Fulgencio. Batista. El 16 de noviembre de 1960 fueron nacionalizadas las 66 radioemisoras que operan en el país.

Radio Rebelde, Radio Progreso, Radio Reloj, Radio Taíno, CMBF-Radio Musical Nacional y Radio Enciclopedia), 17 cadenas provinciales y 63 emisoras municipales.

3 ¿Qué es una radio pública?

Ahora bien, no comprenderíamos bien la radio pública de Iberoamérica si entendiéramos que es únicamente la que se ha promovido y depende jurídicamente de los gobiernos, ya sean estos nacionales, estatales o locales. La variedad de la estructura radiofónica en el continente es muchísimo más rica que la que se ofrece en Europa. Aquí, en Latinoamérica no es posible identificar radio pública con radio estatal como acostumbra a hacerse en Europa. Por eso debemos entender el concepto de radio pública desde una perspectiva más amplia atendiendo no tanto a la titularidad jurídica como a la función social que cada emisora desempeña. Es decir, lo que a mi juicio convierte de verdad en pública una emisora no es no tanto el régimen de propiedad como sus contenidos cuando éstos se orientan verdaderamente a la construcción de ciudadanías. Por eso es posible que una emisora pertenezca al Estado y no cumpla la finalidad propia de las emisoras públicas si sirve a los intereses de un grupo particular; también es posible que una emisora puede financiarse con publicidad y no tener ánimo de lucro sino un marcado fin social y en este sentido debe ser considerada pública.

Los límites no siempre están bien definidos y la multitud de variedades recomienda que juzguemos *ad casum*, lo que no siempre es fácil. Pero desde luego la propiedad de la emisora no parece criterio ni seguro ni suficiente para extraer conclusio-

nes acerca de la función que ésta desempeña. En este sentido, Iberoamérica presenta mucha mayor variedad de fórmulas radiofónicas que Europa y están, además, mucho más sólidamente implantadas, lo que convierte a la radio iberoamericana en mucho más rica desde el punto de vista de la creatividad y el pluralismo. He aquí algunas de las que —empleando el término en un sentido no restrictivo— pueden ser consideradas radios públicas

a) Radios estatales. Conocidas también como oficiales, pertenecen y funcionan bajo la tutela de instituciones del Estado: Radio Illimani en Bolivia, Radio Nacional de Venezuela (40 emisoras).

b) Radios educativas: con finalidad cultural, pueden pertenecer a organismos estatales (Radio Educación, en México), a Universidades y centros de enseñanza, o a asociaciones. Radio Educación, fundada en 1924 y transmitiendo sin interrupción desde 1968 es un excelente ejemplo de la función que debe desempeñar una radio pública de carácter cultural. Radio Agricultura, fundada en Perú en 1963, también ha tenido una orientación no sólo cultural sino profesional. Radio Occidente, en Venezuela fue la primera en su país en apostar por la radio educativa.

Por lo que respecta a las radio universitarias, las hay de todo tipo y condición, pues su número es elvado: 10 en Venezuela, 30 en Chile, casi 60 en México. A veces no presentan un modelo plenamente definido y están más bien al socaire de la voluntad no siempre coherente de rectores y ministerios. Así, algunas se han orientado a la producción de contenidos de alta calidad ya sean culturales, informativos o de entretenimiento: las emisoras de las universidades UNAM y San Luis Potosí, en México, Radio Universidad Fede-

rico Santa María en Chile, Javeriana Estéreo Bogotá, de la Pontificia Universidad Javeriana, y la emisora Jorge Tadeo Lozano de la universidad que le da su nombre en Colombia, la de San Carlos de Guatemala, Radio Caritas, de la Universidad Católica del Paraguay son sólo algunos ejemplos. Otras, por el contrario, como Radio Sol de la Universidad Católica del Norte (Chile), se han asimilado más a lo que es una radio comercial. Algunas, como la Radio de la Universidad de Chile son alternativas y experimentales, en manos de los estudiantes. En Puerto Rico las emisoras de las Universidades de Puerto Rico (WRTU) y de la Católica de Puerto Rico (WEUC) son las únicas que junto con las dos del gobierno (WIPR) pueden considerarse radio públicas.

Por lo que se refiere a las emisoras educativas pertenecientes a asociaciones, destaca el Instituto Radiofónico Fe y Alegría (IRFA, fundado en 1973) con fuerte implantación en Bolivia, Perú y sobre todo Venezuela.

c) Radios gremiales. Conocidas también como sindicales, pertenecen a organizaciones de trabajadores de base. En Bolivia, por ejemplo, existen emisoras gremiales pertenecientes a sindicatos mineros, fabriles, ferroviarios, constructores y organizaciones campesinas. Radio Sucre es el ejemplo más destacado. Estas radios han servido históricamente como instrumentos de fortalecimiento del movimiento popular, como generadoras de conciencia crítica, como centros de poder comunitario, como elementos afirmadores de la identidad cultural y como correa de transmisión entre las diferentes clases sociales.

d) Radios comunitarias e indígenas. Las emisoras comunitarias tienen como audiencia preferencial a los sectores suburbanos y

rurales. Sus principios y principales objetivos son el servicio social y el rescate de la cultura local o regional; trabajan sin fines de lucro por y desde la valoración de la identidad cultural local, regional y nacional. Por su parte, la programación de las emisoras indígenas se dirige a todo público, pero en especial a las comunidades indígenas en temáticas tales como: procuración de justicia, capacitación, rescate y preservación de tradiciones y costumbres, salud, educación, desarrollo sustentable y apoyo a la producción, servicios comunitarios, etc. En los procesos de producción radiofónica la participación de los indígenas ha constituido una de las características de este modelo radiofónico.

Por tanto, no siempre las fronteras entre la radio comunitaria y la radio indígena están claras, probablemente porque tampoco es preciso que existan con nitidez. Los ejemplos de este tipo de emisoras son muy numerosos y diversos. Así, en Bolivia se agrupan en torno a Radios Comunitarias de La Paz (APRAC-La Paz), la Asociación de Radios Aymaras de La Paz (AREALP) y la Red de Radios en Acción en la región sur de Bolivia. En Chile, 170 emisoras se integran en la Asociación Nacional de Radios Comunitarias y Ciudadanas de Chile (ANARCICH) y 45 en la Red Nacional de Radios Comunitarias (RENARCOM). 15 agrupa en Uruguay la Coordinadora de Radios Comunitarias. En Ecuador la Coordinadora de Radios Populares y Educativas del Ecuador (CORAPE) agrupa a las 55 radios denominadas comunitarias populares, que, tras la última modificación en la legislación radiofónica, están autorizadas a emitir publicidad. 200 emisoras comunitarias operan actualmente en Guatemala, eso sí sin la autorización de la Superintendencia de Telecomunicaciones a pe-

sar de que en los “Acuerdos de paz” firmados en 1996 se señalaba explícitamente que “el gobierno se compromete a facilitar el acceso a frecuencias y derogar las leyes que lo obstaculicen...”. El Instituto Guatemalteco de Educación Radiofónica (IGER) y la Federación Guatemalteca de Escuelas Radiofónicas realizan esfuerzos para promover radios educativas e indigenistas con el respaldo de una Constitución que reconoce una nación multilingüe, pluricultural y multiétnica y con la oposición de una sociedad en la que la discriminación racial no ha desaparecido. En Venezuela el gobierno tampoco parece querer apoyar estas emisoras a pesar del Reglamento de Radio y Televisión Abierta Comunitaria aprobado en 2001. En México, el Instituto Nacional Indigenista opera desde 1979, a través del Sistema de Radiodifusoras Culturales Indigenistas, 24 emisoras que transmiten en 31 lenguas además del español. Su audiencia potencial es de 6 millones de radioescuchas indígenas y casi 16 millones de mestizos. En Paraguay, las emisoras comunitarias son importantes y han recibido el espaldarazo formal de la Municipalidad de Asunción al considerárselas “medios estratégicos de educación y comunicación”. En 1978 nació en Perú la Coordinadora Nacional de Radio (CNR), con el propósito de “promover y desarrollar la radio como medio de educación y evangelización popular”. En un país con 2000 emisoras comunitarias, de ONG’s y de la Iglesia, CNR agrupaba a la Asociación de las Radioemisoras Educativas, Populares y Comunitarias del Perú, a la red de emisoras de la Iglesia Católica y también a un variado grupo de estaciones, instituciones y organizaciones de base, como comunidades campesinas, agricultores, municipalidades, universidades, ONGs, iglesias, e

incluso a algunas emisoras privadas con vocación de servicio social. Ha destacado socialmente y también tuvo significativos logros en la defensa y promoción de valores, la descentralización del país y la educación para la democracia. Según el informe *La radio popular frente al nuevo siglo: estudio de vigencia e incidencia*⁹, la CNR es la única experiencia iberoamericana que ha logrado convertir las radios populares y locales en una fuerza en el ámbito nacional. A la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER) están vinculadas más de 100 emisoras y a AMARC Latinoamérica (Asociación Mundial de Radios Comunitarias) 400 de 18 países.

Pero he aquí un aviso para navegantes: resulta sintomático que la emisora comunitaria más emblemática del continente, Radio Sutatenza, fundada en 1947, no pudiera hacer frente a los problemas financieros y administrativos que sufrió en la década de los noventa y acabará siendo adquirida por la comercial Radio Caracol.

e) Radios municipales. Dirigidas a la atención de sectores populares y con una cobertura limitada a unas pocas localidades o a barrios, muestran una dependencia del poder político muy diversa. En algunos casos se confunden con las radios comunitarias.

f) Radios religiosas. También conocidas como confesionales tienen un fin evangelizador y pertenecen a diferentes iglesias. Dentro de ellas por su número y tipo de organización destacan las de la Iglesia Católica, mayoritariamente propiedad de Arzobispos, Órdenes o Prelaturas. Cabría citar en-

⁹ Cfr. Geerts, Andrés y Van Oeyen, Víctor: *La radio popular frente al nuevo siglo*, Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica, ALER, Quito, 2001, pp. 103, 121 y 194.

tre muchos otros ejemplos, el caso boliviano con cuatro iniciativas muy sobresalientes: Radio Fides, fundada en 1939, y que actualmente cuenta con una red nacional de 25 radioemisoras; Radio Pío XII, con 18 emisoras dirigidas a campesinos, obreros, indígenas y mineros; la Radio escuela Radio San Gabriel; Educación Radiofónica de Bolivia (ERBOL), asociación privada de inspiración católica que opera 29 radioemisoras y 5 centros de producción radiofónica. Del Arzobispado de San Salvador depende YSAX La Voz Panamericana, perseguida durante la guerra civil, emisora que padeció 5 atentados entre 1980-1987. También del Arzobispado dependen en Panamá Radio Hogar, y Radio María. En otros lugares, sin embargo, la Iglesia posee emisoras alejadas de la dimensión pública e insertadas plenamente en el circuito comercial, como sucede con Radio Chilena.

g) Radios de ONG's al servicio del campesinado. Propiedad de Organizaciones No Gubernamentales o de Instituciones de Promoción del Desarrollo Social. Estas emisoras se ubican generalmente en zonas rurales. La articulación de estas entidades en proyectos campesinos y de desarrollo les lleva a proponer una oferta de programación educativa y de organización comunitaria. Por eso en ocasiones se confunden con las radios municipales, comunitarias o indigenistas.

¿Qué pueden tener en común estas tan diversas emisoras? ¿Cuál es la radio pública ideal a la que me estoy refiriendo? Una radio que facilite a los oyentes la formación de una conciencia propia sobre el ejercicio de su ciudadanía. Su finalidad será, por tanto, brindar toda la información suficiente y apropiada para que los individuos puedan procesarla con base en su contexto sociocultural

de modo que se genere así una opinión pública que permita actuar y modificar en su caso esa realidad. Esta radio atenderá a los aspectos de interés social que la radio comercial desatiende porque no resultan rentables o ideológicamente estratégicos; esta radio, además, permanece ajena a la lucha por la consecución de las audiencias en la medida en que si ese fuera el principal objetivo estaría tentada a apostar por contenidos que le alejarían de su auténtico fin social.

Para analizar si una radio está ligada o no a la construcción de ciudadanías es sustancial observar cómo se maneja la información. Por eso, son tres los aspectos fundamentales que se articulan para que una radio pueda considerarse una radio pública: 1) el trabajo a partir de un criterio de verdad; 2) la utilización de diversas y plurales fuentes en el tratamiento informativo; y 3) la generación de opinión pública a través de procesos reales de participación.

4 Neoliberalismo, poder político y medios públicos

Hasta mediados de los años setenta, los grandes medios en cada país fueron creciendo y consolidando su liderazgo frente los más pequeños, pero sin liquidarlos. La flexibilidad de la legislación y el fin de las leyes antimonopólicas y de propiedad dieron a las empresas líderes la oportunidad de expandirse hacia un tipo de servicio al que no podían acceder sin relacionarse con las multinacionales. La presencia del Grupo Clarín en DirecTV Latinoamérica ejemplifica este nuevo tipo de sociedad.

Al igual que en el resto del mundo, para Iberoamérica la década de los ochenta marcó

el final de la participación estatal en la elaboración de políticas de comunicación. Esta suerte de renuncia dejó el campo libre a los inversores privados que rápidamente controlaron el mercado. Hoy, en el territorio que se extiende desde México hasta Tierra del Fuego, el volumen de negocio vinculado a la información llega casi a los cuarenta mil millones de dólares anuales. Esta impresionante cifra, sin embargo, no se ha traducido en crecimiento para la región o en una oportunidad para lograr una comunicación independiente, participativa, autóctona y de alta calidad. Lo que ha hecho es alimentar a los pulpos internacionales que se fueron tragando las iniciativas regionales.

Que los políticos influyen en la radio pública es indudable y quizá uno de los puntos débiles de este tipo de radio. Pero podemos preguntarnos: ¿no influyen acaso en la radio privada de modo más subrepticio y solapado? En caso brasileño es sólo un ejemplo de lo que ha ocurrido prácticamente en todo el continente, es decir, del afán de los políticos por hacerse con el medio, ya sea para su explotación comercial –como negocio– ya para el control de la opinión pública. Sonia Virginia Moreira lo explica así:

“La distribución de emisoras, como forma de compensar a los congresistas por votos favorables a proyectos y propuestas de gobierno, reveló un lado equivocado del proceso de restablecimiento de la democracia. La negociación de favores entre el Ejecutivo y el Legislativo, otorgando concesiones de radio y de televisión fue denunciada y documentada en periódicos de todo Brasil. El mayor impacto de las 1.028 concesiones y permisos otorgados durante el gobierno Sar-

ney afectó a la banda de frecuencia modulada: en cinco años se autorizaron 632 emisoras de FM, prácticamente el doble de las 314 radios AMs y casi ocho veces más que los 82 canales de televisión abierta cuyas concesiones fueron emitidas en el mismo periodo. Al principio de la década de 1990, el cuadro de desequilibrio en el sistema de radiodifusión nacional fue alterado no sólo por los propios políticos sino también por un importante número de locutores de radio que optaron como candidatos a cargos públicos; unos y otros adquirieron licencias o recibieron concesiones de emisoras. Como resultado, los locutores de radio ingresaban cada vez más a la política y los políticos se transformaban en propietarios de medios de comunicación, principalmente, de emisoras de radio. De este modo se llega a que, mediados los años noventa, nada menos que entre el 40% y el 45% de las emisoras brasileñas de radio eran propiedad de políticos, una situación sin precedentes en el país”.

Dejando atrás el control ideológico que sobre las emisoras han pretendido llevar a cabo los políticos, lo que ha sido casi una constante durante el siglo pasado, a partir de los noventa, el proceso ha tomado nuevos rumbos primando el régimen de privatizaciones. Guatemala es un caso paradigmático: la estructura del sector radiofónico en Guatemala responde a la política establecida por un gobierno formado por empresarios que desde 2000 no sólo ha privatizado el espectro radioeléctrico sino que ha acabado vendiendo las frecuencias al mejor postor. En ese marco de referencia no es extraño que se haya acabado imponiendo un sistema

basado en cadenas privadas o bien la agrupación de emisoras en torno a un único propietario o a determinadas familias dedicadas al negocio. Por otra parte, los grandes emprendimientos comunicacionales están “enredados” con otro tipo de negocios vinculados a la industria o las finanzas. Es así como los medios de comunicación se van convirtiendo en voceros de grandes multinacionales.

Guillermo Mastrini y Martín Becerra subrayan la importancia decisiva de cuatro tendencias durante los últimos años:

“En las últimas décadas es posible identificar cuatro procesos que intervienen para cristalizar el ordenamiento económico de la información y la inversión de las lógicas de desarrollo tradicionales del sector: en primer lugar, el salto tecnológico auspiciado por la convergencia de soportes y mecanismos de distribución en la esfera de la información y la comunicación; en segundo lugar; las estrategias de mundialización de los grandes actores del mercado en todo el planeta; en tercer lugar, la expansión de la publicidad como mecanismo privilegiado de financiamiento de estas actividades; y en cuarto lugar, el deterioro o desmantelamiento de las empresas y entes públicos”¹⁰.

Quiero detenerme en esta última y apuntar al menos tres razones que justifican, hoy más que nunca, la existencia de una fuerte y pluralista radio pública.

¹⁰ Mastrini, Guillermo y Becerra, Martín: “50 años de concentración de medios en América Latina: del patriarcado artesanal a la valorización en escala”. Material de la Cátedra “Políticas y Planificación de la Comunicación”, Carrera de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires.

5 ¿Tiene sentido hoy que exista la radio pública?

La concentración económica limita la autonomía y, en el caso de los medios de comunicación, tiende a uniformar gustos y costumbres. Sin embargo, no podemos hablar de democracia mediática sin que existan posibilidades efectivas de participación en las decisiones y sin unos contenidos creados teniendo en cuenta el bien común. Pues bien, la radio pública es necesaria porque, sea del tipo que sea, está obligada por su propia esencia a procurar el bien común, puesto que dice estar al servicio de todos. No digo que la radio comercial y privada no pueda hacerlo; digo que no está obligada a hacerlo.

Pero resulta evidente que todo intento por evitar la formación de oligopolios en el área de las comunicaciones ha fracasado. Los grandes grupos económicos pudieron sortear legislaciones y normas gracias a su capacidad económica y de presión y a la corrupción de funcionarios, jueces y legisladores. Además, la mayor parte de las radios más significativas de Iberoamérica, como ocurre en el resto de Occidente, pertenece a grupos empresariales, cuyo accionariado está en permanente cambio y en el que las interrelaciones entre diferentes empresas son, no sólo frecuentes, sino singularmente estratégicas. Por tanto, el único modo de hacer frente a estos oligopolios es que, en diferentes ámbitos, exista una radio pública que no esté sometida a las exigencias mercantilistas, a la tiranía de las audiencias o a la opacidad de los intereses económicos. La radio pública es necesaria porque es uno de los pocos modos de garantizar que el oligopolio mediático no desembocará en un aún más peligroso monopolio.

La vieja discusión sobre quién fija la

agenda pública, si el medio o la opinión pública, se ha ido simplificando con la consolidación de los multimedios. Si, además, éstos viven en connivencia con políticos y funcionarios, se convierten en un arma casi invencible. El emporio de los medios de comunicación no sólo otorga a sus dueños control absoluto sobre los contenidos que se difunden, sino que además los dota de una poderosísima influencia. Es preciso que, en aras de una garantía de pluralidad, los medios públicos, con la vista puesta en objetivos no mercantilistas, diseñen una agenda diferente y permitan que los ciudadanos participen de manera efectiva en el debate público en régimen de socios y no de meros clientes.

En definitiva, más que enfrentarse a la conformación de multimedios –tarea por lo demás utópica en los tiempos que corren– es preciso dotar de herramientas a los sectores populares para avanzar en la construcción de nuevos procesos que les permitan reconocerse a sí mismos, identificar y mantener sus raíces culturales. Por eso, es imprescindible que los Estados recuperen la visión de la comunicación como servicio al público y vuelvan a planificar políticas para dinamizar el sector con mayores grados de democracia. En este contexto la presencia de la radio pública es, hoy más que nunca, absolutamente imprescindible.

Juan Pablo Cárdenas, en la web de Radio Universidad de Chile lo ha denunciado del siguiente modo: “Mientras que en los Estados Unidos se legisla para prohibir la concentración, cuando en Europa se subsidia el papel y se otorgan líneas de crédito para garantizar la diversidad, en América Latina los medios están regidos por el mercado, más bien por los amos del mercado. Nuestros políticos no se atreven a intervenir y tomar las

medidas para salir al rescate del derecho del pueblo a estar bien informado”.

Pensar a la información como un imprescindible Bien Social no es una tarea exclusiva de comunicadores y periodistas; al contrario, debe ser un compromiso de cualquier sociedad democrática. Existen en Iberoamérica innumerables iniciativas de comunicación alternativa que a través de programas, medios de baja potencia, alternativos y cooperativos, ayudan a difundir “otra comunicación”. Pero desde las instituciones públicas deben impulsarse también aquellos medios que sean capaces de apostar con rigor por la calidad, el pluralismo y la participación. Medios que se dirijan a los mismos públicos a los que se dirigen los privados pero para facilitarles perspectivas diferentes, jugando limpio, respetando su dignidad y su inteligencia. Medios que ofrezcan una imagen del mundo más poliédrica, que busquen decididamente –y no es un modo de hablar– el bien, la verdad y la belleza. Y creo que, aunque haya que hacer frente a numerosas dificultades, porque la tarea no es sencilla, la radio pública tiene una ineludible responsabilidad en la construcción de una sociedad mejor comunicada. Hoy, más que nunca, necesitamos de la radio pública, y de una radio pública que no deje de pensar en el bien común.