

The birth and development of the educative radio stations in Latin America was initially bound to the literacy campaign led by the Catholic Church. The economic support during those years was considerable. Nowadays, the educative radio stations do not receive so much external economic support and they have a lot of problems to obtain public financing in the countries where they work. The articles show the everyday problems and dilemmas which the educative radio station is going through at the beginning of this third millennium.

NEW CHALLENGES FOR THE FORMATIVE RADIOS IN LATIN AMERICAN COUNTRIES

NOUVEAUX DÉFIS POUR LA RADIO FORMATRICE EN AMÉRIQUE LATINE

La naissance et le développement des radios éducatives en Amérique Latine a pour origine un besoin d'alphabétisation qui, en bonne partie, fut menée par l'Eglise Catholique. Les aides économiques de ces années-là furent généreuses. De nos jours, les radios éducatives ne reçoivent pas autant d'aides extérieures et connaissent de nombreux problèmes pour obtenir des aides publiques dans les pays où elles se trouvent. Cet article nous montre les problèmes et les dilemmes quotidiens auxquels est confrontée la radio éducative au début du troisième millenium.

NUEVOS RETOS PARA LA RADIO FORMADORA EN AMÉRICA LATINA

Luis Dávila¹

El nacimiento y desarrollo de las radios educativas en América Latina se vinculó inicialmente al empeño de alfabetización que, en buena medida, lideró la Iglesia Católica. Las ayudas económicas de aquellos años fueron generosas. Hoy en día, las radios educativas se encuentran sin tantas ayudas exteriores y con muchos problemas para obtener financiación pública en los países donde están radicadas. El artículo nos muestra los problemas y dilemas cotidianos en los que la radio educativa se mueve a inicios del tercer milenio.

Si uno pregunta a cualquier dueño de emisora ¿cuáles son sus objetivos?, responderá sin pestañear: educar, informar y entretener. Pero si la pregunta fuera: ¿en qué forma educa? La respuesta no sería tan contundente. Quizás solamente emisoras como las de Fe y Alegría, cuyo objetivo es la educación formal por radio, tendrían una respuesta concreta. Resulta que, a pesar de las potencialidades del medio, en los momentos actuales la tarea de

educar no es parte de sus prioridades.

La escuela por radio

Resulta que, a pesar de las potencialidades del medio, en los momentos actuales la tarea de educar no es parte de sus prioridades

Cuando los países de América Latina se plantearon entrar al desarrollo por la vía de la industrialización, vieron necesario calificar la fuerza de trabajo. Se necesitaba alfabetizar a enormes masas de campesinos e indígenas que no conocían las letras. En especial, la Iglesia Católica em-

La mayoría de las radios educativas se transformó en otro tipo de emisoras (regionales, participativas, libres, para el desarrollo, comunitarias, populares, ciudadanas)

prendió la tarea con la educación a distancia a través de la radio. A falta de establecimientos educativos en las comunidades marginales, se propagaron las escuelas radiofónicas. Las radios diseñaban planes completos para cada asignatura en concordancia con los planes nacionales, dictaban clases desde el micrófono, frecuentemente convocaban a sus distantes alumnos a sesiones presenciales, mandaban deberes y lecciones, tomaban exámenes y calificaban. Miles de personas adquirieron su bachillerato bajo este sistema, que sigue funcionando hasta el presente, aunque en el panorama general de la educación de cada país del continente ocupa un lugar marginal.

Treinta o cuarenta años después, la mayoría de radios educativas se transformó en otro tipo de emisoras (regionales, participativas, libres, para el desarrollo, comunitarias, populares, ciudadanas). Lo educativo, entendido el concepto dentro del marco de lo escolar, quedó relegado. ¿Qué sucedió? ¿Cuál fue el resultado de todo este proceso?

Los datos demuestran que la tasa de analfabetismo es bastante menor

que la que teníamos hace cincuenta años. Sin embargo, no hay estadísticas que precisen cuál es el nivel de conocimiento funcional que adquirió la gente. Muchas personas aprendieron las letras, pero no entienden lo que leen y no logran articular un escrito con lógica. En el Ecuador, los resultados arrojados por el «Proyecto Aprendo» reflejaron que, en la actualidad, la nota promedio del estudiantado es 8 sobre 20. El conjunto del sistema educativo es deficiente. Esta situación, en mayor o menor medida, es extensiva a buena parte de los países de América Latina, salvo excepciones como Costa Rica o Chile.

Dentro de los sistemas educativos del continente, el modelo radiofónico tampoco consiguió cambiar substantivamente la calidad de la enseñanza. Por dos razones: primera, porque se mantuvo inserto en los planes de educación nacionales, que no se renovaron de acuerdo a la etapa del conocimiento que vivimos; que no crearon incentivos; que no exigieron preparación permanente a maestros y maestras; que se entramparon en las luchas reivindicativas de los gremios del magis-

terio; que todavía arrastran las deficiencias de la educación tradicional. Segunda, porque desde las radios no se crearon corrientes alternativas que superaran dichas taras. En definitiva, la falla vino, por un lado, de la estructura educativa de cada país y, por otro, de las propias debilidades de los proyectos educativos radiofónicos.

Los programas educativos abiertos

La tarea educativa de la radio quedó entonces reducida a la transmisión de conocimientos a través de programas dedicados a salud, medio ambiente, nutrición, producción y otros por el estilo. Estos programas, que son útiles y muy comunes, carecen, sin embargo, de propuestas curriculares definidas y terminadas, de metodologías, de planes de seguimiento de las audiencias, de definiciones en cuanto a públicos específicos, de métodos de evaluación cualitativa y cuantitativa y otros rubros que son indispensables en los procesos educativos. Son, en este sentido, abiertos, lo que quiere decir que son escuchados, en la mayoría de las experiencias, por cualquier persona, y los temas dependen de he-

chos circunstanciales (por ejemplo, el énfasis que se le dio al tratamiento de la enfermedad del cólera cuando empezaba a entrar en los países de la región) o de la voluntad del productor del programa.

Financiamiento: un insalvable dolor de cabeza

En este punto vale la pena detenerse en el asunto de la pertenencia y categoría de frecuencia de las emisoras. La gran mayoría de emisoras del espectro radioeléctrico de *América Latina* tiene la categoría de comercial. Si en los actuales momentos no solo predomina una economía de mercado sino una sociedad de mercado, concluiremos que las condiciones apuntan a que esas emisoras tengan, en el servicio público, un objetivo de cada vez menor importancia.

Hay algunas radios de amplitud modulada que cumplen con esta función, pero cualquier buena intención se topa con la cruda realidad: las emisoras en AM son las que reciben la menor parte del pastel publicitario. Al tener menos ingresos, menor capacidad tienen de producir programas educativos que demandan presencia de profesionales de

Las condiciones apuntan a que esas emisoras tengan, en el servicio público, un objetivo de cada vez menor importancia

Estudios e informes

distintos campos. En el caso de las FM, el predominio de la música y de los noticieros hace que cualquier programa con tendencia educativa sea marginal.

Gran número de las emisoras que antes formaban parte de ese rango de educativas eran (algunas todavía lo son) financiadas por el Estado o por agencias de cooperación, fundamentalmente europeas. Los proyectos que recibían tal contribución solían incluir la producción de programas de salud, género, derechos humanos, medio ambiente, agricultura y otros que buscaban el mejoramiento de las condiciones de vida de las audiencias a las que llegaban. Con ese financiamiento se contrataban comunicadores y especialistas en cada tema, que impulsaban dichos proyectos.

Como desde hace más de una década la llave de la cooperación empezó a cerrarse y el Estado del Bienestar se declaró viejo y cadavérico, esos programas poco a poco han ido desapareciendo. Y, ante la falta de recursos externos, esas emisoras han sido lanzadas a la arena del mercado en condiciones de extrema

desventaja frente a las comerciales, que siempre estuvieron ahí. La dificultad para conseguir recursos ha frenado la continuación de programas educativos. Más bien, estas radios han tenido que reducir sus programaciones a lo informativo y musical, que son los géneros radiofónicos que más fácilmente reciben auspicios, como forma de supervivencia.

¿Quién encara la inversión social?

Achicada la cooperación internacional, liquidado el Estado del Bienestar, echado todo a la suerte de un mercado que no entiende de inversiones sociales, la radio educativa cada vez pierde mayor espacio. Hacer un programa educativo resulta, a estas alturas del partido, más difícil que hacer hielo frito.

Lo paradójico es que en algunos países, como en el caso ecuatoriano, el Estado tiene los instrumentos legales para aprovechar espacios en la radio con fines educativos. Si los gobiernos dieran un salto cualitativo en la educación, produjeran una revolución en sus estructuras, bien

Como desde hace más de una década la llave de la cooperación empezó a cerrarse y el Estado del Bienestar se declaró viejo y cadavérico, esos programas poco a poco han ido desapareciendo

Bien podría hacerse uso de la radio para llegar a aquellas comunidades lejanas del campo, o para atender a la gran masa de inmigrantes que llegan a trabajar a las ciudades, o para que reciban enseñanza aquellos sectores absolutamente olvidados

podría hacerse uso de la radio para llegar a aquellas comunidades lejanas del campo, o para atender a la gran masa de inmigrantes que llegan a trabajar a las ciudades, o para que reciban enseñanza aquellos sectores absolutamente olvidados como los reclusos en las cárceles (actualmente, IRFEYAL de Ecuador tiene un proyecto educativo para presos).

Y si no son los Estados, las propias instituciones educativas podrían renovarse. En este sentido, hay ejemplos que merecen destacarse: En Venezuela, el Instituto Radiofónico Fe y Alegría -IRFEYAL-, que tiene escuelas y radios por todo el país, viene impulsando una red nacional de computadoras que utilice tecnologías de informática de tal forma que sus estudiantes tengan acceso a fuentes de información centralizadas, las que proporcione el instituto, y descentralizadas, las que se encuentren navegando en Internet; y que sus profesores puedan actualizar sus conocimientos para mejorar así la calidad de su asignatura.

Podrían hacerse muchos programas, sobre los temas más necesarios, que procurasen el bienestar social. Se podrían producir programas cruzando variables como el costo de los alimentos y el nivel nutritivo de los productos comestibles, para recomendar a las personas de escasos recursos menús que estén al alcance de sus manos y que permitan la adecuada alimentación, especialmente de los niños y niñas. En Lima, Perú, se llevó a cabo una experiencia como ésta, y tuvo bastante éxito, sobre todo en los barrios marginales, donde, ante la crisis, sus habitantes habían decidido impulsar las ollas comunales.

Lastimosamente, luego de un tiempo, el programa dejó de tener financiamiento externo y no pudo continuar.

Radio ciudadana y educación

Uno de los objetivos fundamentales de las radios populares, educativas y comunitarias es el de generar procesos sociales que permitan el ingreso a un campo educativo renovado. Ya no puede medirse el éxi-

Estudios e informes

to de una emisora sólo en la cantidad de oyentes, en el «rating»; en la difusión de noticias (por más participativas que sean); en la empatía con su audiencia respecto de la oferta musical; o, para el caso de las radios que atienden la educación formal, en la cantidad de bachilleres que gradúan cada año. Lo que importa es, sobre todo, cuántos proyectos sociales apoya cada emisora, cuál es el éxito de las movilizaciones que se generan para esos

bólica de nombrar y expresar el mundo. No se puede considerar más el desarrollo *en América Latina*, sino el desarrollo *de América Latina*.

Para decirse educativa y ciudadana, una radio debería cada año evaluar su presencia en dichas movilizaciones. Se trata de que la radio, en articulación con otros actores sociales que tienen similares objetivos, propicie la participación ciudadana en la construcción de políticas públicas en distintos ám-

Se trata de que cada comunidad se vaya educando en función de su propio desarrollo, generando desde su cultura, desde sus intereses y desde su forma simbólica de nombrar y expresar el mundo

proyectos, si se consiguen los fines que se proponen. En otras palabras, estos procesos tienen que ver con una actuación activa de la radio en cada comunidad en la construcción de políticas públicas de manera participativa.

Para esta forma de educar por radio hay que plantearse de entrada dos premisas básicas. Primera, ninguna práctica educativa puede estar fuera del contexto cultural de cada comunidad. Y segunda, se trata de que la comunidad se vaya educando en función de su propio desarrollo, generado desde su cultura, desde sus intereses y desde su forma sim-

bitos: legislaciones, asuntos presupuestarios, derechos. Que las radios participen activamente en mesas de diálogo, ya sean locales, nacionales e internacionales. Que articulen movilizaciones que tengan que ver con acciones directas de la ciudadanía: cabildeos; campañas estudiantiles para proteger el ambiente; debates sobre temas educativos con maestros y maestras, madres y padres de familia, representantes del alumnado, ONG; protestas sociales cuando las autoridades no cumplen; acciones de control social; generación de nuevos lideratos; promoción de la circulación del poder. Que

las radios, abiertas a la diversidad cultural, establezcan relaciones comunicativas constituyéndose en espacios de articulación de proyectos educativos y sociales gestionados conjuntamente con otras instituciones. Radios cuyas evaluaciones anuales se preocupen más del número de movilizaciones sociales que propiciaron antes que del número de oyentes que tuvieron: ¿Su gestión sirvió para que participaran las organizaciones barriales, las iglesias, el ejército, las comunidades educativas? ¿Cuántos reporteros populares de la emisora o alumnos y alumnas que recibieron clases radiofónicas se convirtieron en líderes de las distintas comunidades? ¿Cómo apoyó el fortalecimiento y movilización de organizaciones de barrios, clubes juveniles, mujeres, clubes de protección del ambiente y otros? ¿Cómo ayudó la radio a organizar a los consumidores? ¿Cuál fue su aporte para mejorar la nutrición de los niños? ¿En cuántas mesas de diálogo locales, regionales y nacionales participó la radio junto a las audiencias en la construcción de políticas públicas?

En definitiva, la radio educativa de hoy tiene que evaluar de manera sistemática y permanente cuánto hace, a través de programas escolares a distancia u otro tipo de programas educativos, para que sus oyentes se vuelvan activos en la defensa del bien común; cuánto contribuye a

que exista más desarrollo, más democracia, más ciudadanía y, por ende, mayor papel político de los ciudadanos.

Las radios asociadas en ALER

La Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica está actualmente en esta onda. ALER cuenta hoy con ciento diecisiete (117) instituciones afiliadas de dieciocho (18) países del continente. Son radios educativas, alternativas, ciudadanas, comunitarias, participativas... La Asociación nació hace treinta y tres años y ha vivido, básicamente, tres etapas:

I. La primera etapa, que inspiró su iniciación, fue la de la radio educativa, aquella que alfabetizaba y escolarizaba a través del micrófono. Corrían los tiempos en que se concebía el desarrollo mediante la superación de las economías agraristas y el impulso de políticas que favorecieran la sustitución de importaciones. Los altos índices de analfabetismo, especialmente en las zonas rurales, eran obstáculos para esta perspectiva. Radios católicas entraron en la onda de alfabetizar. Conscientemente o no, coadyuvaron a la corriente de la CEPAL y aportaron, desde la comunicación, en un punto que se consideraba crítico para la salida del subdesarrollo.

El sentido político comunicativo de esta etapa estuvo marcado por el

La comunicación era el instrumento para cualificar la fuerza de trabajo a través de la alfabetización

desarrollismo. La comunicación era el instrumento para cualificar la fuerza de trabajo a través de su alfabetización.

II. La segunda etapa fue la de la radio popular. El fracaso de las tesis de la *CEPAL* en su afán de desarrollar las economías, las mayores condiciones de desigualdad e inequidad, el auge del movimiento obrero y campesino, el fortalecimiento de los sectores de izquierda, el surgimiento de la Teología de la Liberación, la seducción que ejercía la Revolución Cubana en la juventud rebelde de la época, la aparición o crecimiento de frentes insurgentes, el fracaso de las democracias tuteladas por el Departamento de Estado de los *Estados Unidos*, la consiguiente ruptura de los regímenes constitucionales y la suplantación por dictaduras, además del compromiso que había adquirido el personal de las radios educativas al palpar la pobreza circundante (la alfabetización radiofónica iba dirigida a los

más pobres entre los pobres) hizo cambiar de visión: para salir del subdesarrollo no bastaba con alfabetizar, había que cambiar las estructuras políticas y económicas de los países.

A la luz de la *educación popular*, aquella que había iniciado *Paulo Freire*, la radio educativa se transformó en radio popular. Su objetivo era acompañar a las organizaciones populares para la construcción del proyecto popular, que en algunos casos era, lisa y llanamente, el proyecto socialista.

Era una época de cambio. ALER tuvo en esta etapa un extraordinario aporte. A través de manuales de producción radiofónica y de talleres de capacitación *in situ*, en toda *América Latina* logró poner en práctica una síntesis teórica que forjó una escuela de radiodifusión distinta a la de las emisoras comerciales.

Tres fueron los aspectos destacados de esta forma de hacer radio:

A la luz de la educación popular, aquella que había iniciado Paulo Freire, la radio educativa se transformó en radio popular

- 1) La participación del pueblo en la programación.
- 2) El uso de formatos que partían de una comprensión del lenguaje popular.
- 3) Contenidos liberadores, anticapitalistas y antiimperialistas.

En esta etapa ingresaron en ALER otras experiencias radiofónicas, más allá de las educativas y católicas. Antes de terminar el milenio, los Estatutos de ALER aceptaban ya a instituciones cristianas y/o humanistas.

El sentido político comunicativo de esta etapa estuvo marcado por la lucha de clases. La Comunicación Popular fue la dimensión masiva de la Educación Popular (los propios teóricos de la Educación Popular afirmaban esto). Se sobredimensionó lo político por sobre lo comunicativo. Pese a que ya se hablaba de comunicación dialógica, la comunicación continuó siendo instrumentalizada para objetivos políticos.

III. La tercera etapa es la actual. El socialismo desapareció como opción paralela al capitalismo. Terminó la guerra fría y con ello las políticas de Seguridad Nacional. El Esta-

do - Nación entró en crisis, al igual que la razón instrumental que trajo el modernismo. El sistema imperante desplegó un nuevo régimen de acumulación flexible identificado como capitalismo salvaje. Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, TIC, irrumpieron impresionantemente, se posicionó la Sociedad del Conocimiento, la globalización se hizo realidad. Reina el *pensamiento único* basado en una ética pragmática que antepone la efectividad y los resultados por encima de todo. La comprensión de la sociedad a través de la lucha de clases ha quedado corta. Han aparecido otras luchas, otros actores. El movimiento popular se ha convertido en movimientos sociales, la ciudadanía se ha puesto a la orden del día. Con el aporte de las mujeres y los indígenas, la identidad y la cultura han emergido como temas profundamente importantes.

Cambió la época. ALER ingresó a esta etapa en condiciones de crisis. Muchas radios asociadas habían perdido su sentido y el sentido identitario de la Asociación también se hallaba en cuestión.

En varios casos ocurrían experiencias como éstas:

Reina el pensamiento único basado en una ética pragmática que antepone la efectividad y los resultados por encima de todo

No teniendo otro referente para reconocerse que el de la competencia comercial, y, lo más grave, no marcando otra pauta que la de la agenda hegemónica

El concepto de la participación radiofónica se había vaciado: mientras que emisoras comerciales, que antes no daban cabida a la participación, ahora se llamaban «interactivas»; las radios populares que verdaderamente habían sido participativas habían burocratizado el formato. Los micrófonos, otrora callejeros, ahora no salían de la cabina.

Aquel lenguaje popular que había forjado una radiodifusión diferente volvía a los formatos clásicos y tradicionales. Algunas radios se metían en la angustiada lucha por el «rating». Lo informativo se volvía casi en la condición de ser de las emisoras (*la borrachera de lo informativo*, a decir del Equipo Latinoamericano de Formación de ALER), no teniendo otro referente para reconocerse que el de la competencia comercial, y, lo más grave, no marcando otra pauta que la de la agenda hegemónica. Tendieron a desaparecer los programas educati-

vos. La producción en general se vino abajo. Se perdió creatividad, imaginación.

En términos de contenido, se priorizó un discurso contrahegemónico, de oposición, de denuncia, no de proposición, de construcción. El investigador *Óscar Forero*, a quien se le pidió a fines de 2004 hiciera un análisis del discurso que expresaba ALER a través de sus informativos satelitales (por tanto una muestra muy pequeña y posiblemente sesgada, especialmente si se considera que ALER es todo un conjunto de alrededor de 100 instituciones radiofónicas), concluyó:

«Asumiendo los criterios de validación hegemónicos, (ALER) fomenta lo contrahegemónico e invisibiliza procesos político-culturales. Presenta lo social, centrado en una cosmovisión antropocéntrica, moderna, ‘occidental’, visibilizando sólo dos opciones, el mundo se relata en blanco y negro. Se está en contra, a favor, o no se ha tomado posición. Muchos procesos, entonces, se invisibilizan. El excesivo papel de mero medio de tra-

Algunas radios se metían en la lucha por el rating

ducción de la lectura crítica del mundo fundada en criterios político ideológicos contrahegemónicos, se ve tensionado, interrogado, por una puesta en escena que alude (aunque marginalmente) a la integralidad de los seres humanos, a la diversidad de Latinoamérica. En medio de la narrativa permanente que invita a asumir la travesía en la cuerda floja (denuncia de lo hegemónico, fomento a lo contrahegemónico) se presentan ramalazos que invitan a dialogar, a conversar».

Para remate, unas y otras radios sintieron que la parte económica se convertía en amenaza. Por todas estas razones, la XI Asamblea de ALER, realizada en junio de 2001, resolvió como tarea fundamental la redefinición del Proyecto Político Comunicativo de ALER.

A pesar de las crisis económicas y de sentido, hubo, por ventura, honrosas excepciones, algunas de las cuales fueron recogidas en la investigación *La práctica inspira*, como una manera de identificar guías, caminos, salidas.

El proyecto político comunicativo

Precisamente, a raíz de esta investigación, en un trabajo de construcción conjunta que involucró a la Junta Directiva, parte del equipo de

A pesar de las crisis económicas y de sentido, hubo, por ventura, honrosas excepciones, algunas de las cuales fueron recogidas en *La práctica inspira*

Secretaría Ejecutiva de ALER, al Equipo Latinoamericano de Formación –ELFO–, a Directores y Secretarios Ejecutivos de Coordinadoras Nacionales, al personal de al menos veinte emisoras afiliadas y a personas cercanas a la Asociación, se ha logrado concretar lo que sería el inicio de un nuevo Proyecto Político Comunicativo (PPC) que se sintetiza en los siguientes contenidos:

El PPC es un proceso de transformación cultural que considera que el ámbito más importante del que hacer radiofónico de las instituciones afiliadas en ALER es la cultura,



Estudios e informes

considerando la interculturalidad como un proceso en construcción.

El PPC no es un objetivo sino una estrategia. Esto permite hacer del PPC una metodología dinámica que tiene como objeto propiciar una comunicación diferente.

ALER intuye que el PPC tiene caminos entrelazados por los que hay que transitar. Estos caminos son, básicamente:

- La producción de sentido
- La incidencia
- La estética

Estos ejes tienen como base la sostenibilidad social, organizativa y económica. Todo en el plano de la cultura y la interculturalidad.

La producción de sentido

Las radios afiliadas en ALER tienen como tarea ayudar a cambiar el sentido del mundo que vivimos. El sentido es el alcance de la significación. En todas nuestras prácticas, en lo cotidiano, producimos sentido. La comunicación no puede seguir siendo tratada como instrumento, sino como la producción misma de sentido.

Esto se refiere a un proceso en el que las culturas interactúan entre sí y entran en diálogo bajo un marco de respeto, equidad, tolerancia y de reconocimiento de la diversidad.

La comunicación, como un espacio de creación de sentidos, es también una dimensión de la creación cultural, que está constituida por prácticas comunicativas que permiten entender la producción y transacción de significados en la interacción social.

La apuesta por la interculturalidad, implícitamente, es la apuesta por un ejercicio democrático y de equidad. Se sostiene en relaciones democráticas y en la igualdad de condiciones entre los actores de una sociedad. En la práctica supone que es un modelo crítico a los modelos excluyentes y discriminadores.

Esto implica asumir y construir una mirada propia del mundo, conformada desde el terreno que caminamos cotidianamente. Implica sustituir la mirada que los otros tienen de nosotros, desechando los indicadores e índices creados para medirnos.

Las radios afiliadas a ALER tienen como tarea cambiar el sentido del mundo en el que vivimos. El sentido es el alcance de la significación. En todas nuestras prácticas, en lo cotidiano, producimos sentido

El mayor desafío de esta transición es salir del modelo de pensamiento que nos construye como carentes y empezar a construir desde los talentos y potencialidades locales.

Esta propuesta supone un cambio de enfoque que se aparta de la visión económica del mundo, en la que la sentencia precede al diagnóstico. El enfoque centrado en la economía, por ejemplo, observa a los países del Sur desde la desventaja y los condena a incorporar modelos para crecer concebidos en otros contextos. Se trata de entender el desarrollo *de* los llamados países pobres y no el desarrollo *en* esos países.

Cambiar de enfoque no implica desconocer la terrible exclusión social, las asimétricas relaciones de poder, la injusticia social y la miseria. Implica asumirlo, tenerlo presente y desde allí ver las potencialidades, los talentos y las tradiciones culturales propias en las que se encuentran las semillas para crecer. Así, el papel que juega la comunicación es clave. La comunicación se convierte en un espacio de producción y legitimación de sentido, en un pun-

to estratégico para el desarrollo de los países.

La meta, entonces, es la constitución, desde el ámbito de la comunicación radiofónica ciudadana, de otro sentido de vida. Algo diferente, distinto, que implique otras sensibilidades, otros valores, otros contratos sociales. La comunicación hegemónica produce un sentido mercantilista, consumista, individualista. De lo que se trata es de construir sentidos e identidades solidarias y comunitarias.

La estética: cuestión de oficio

Las radios alternativas, populares, comunitarias, educativas siempre han privilegiado la ideología sobre el sentido. La radio ciudadana debería velar por lo contrario. Al tener presente la creación de sentidos, las formas cobran valor. Más aún si consideramos que forma y contenido son partes imprescindibles de un discurso.

La estética es la manera de conectar el mundo cultural de la vida cotidiana con la comunicación radiofónica. El ciudadano no es un ser natural

La meta, entonces, es la constitución, desde el ámbito de la comunicación radiofónica ciudadana, de otro sentido de vida. Algo diferente, distinto, que implique otras sensibilidades, otros valores, otros contratos sociales

El ciudadano y la ciudadana son el producto de las interacciones permanentemente expresadas

con una identidad racionalmente constituida y expresada. El ciudadano y la ciudadana son el producto de las interacciones intersubjetivas permanentes expresadas en estéticas heterogéneas, que nada tienen que ver con los formatos hegemónicos con que se nos quiere homogenizar.

La construcción de nuevas estéticas para una radio implica experimentar con nuevas narrativas que respondan coherentemente a los contextos culturales de nuestras comunidades; por ejemplo, incorporando permanentemente la metáfora, recurriendo a la retórica más que a la lógica y saliendo de la cultura del vértigo, lo "light" y el populismo, para entrar en la pausa, la reflexión y el análisis profundo.

La radio popular, ciudadana, comunitaria, más que una cuestión de profesionales es, desde esta perspectiva, una cuestión de oficio. Hacer radio ciudadana es cosa de artistas, de buenos artistas que bus-

can incidir también desde la disputa estética.

La sostenibilidad no es solo cuestión de dinero

La sostenibilidad también tiene tres lados: el lado social, el lado organizativo y el lado económico. Dejemos de lado este último y enunciemos brevemente los otros dos.

La sostenibilidad social tiene que ver con la producción en red y el trabajo en consorcio. Una radio comunitaria, ciudadana, educativa, popular, o como se llame, se niega a sí misma si camina solita, porque la construcción tiene que ser colectiva, ya sea en el ámbito local, nacional, regional o continental.

La sostenibilidad organizativa tiene que ver con la construcción conjunta, con el trabajo en equipo en nuestras radios y, sobre todo, con la participación de las y los ciudadanos en la gestión de las emisoras, lo cual quiere decir su integración en la de-

La sostenibilidad organizativa tiene que ver con la construcción conjunta, con el trabajo en equipo en nuestras radios

finición de políticas, programaciones y evaluaciones.

Otra comunicación es posible

Cuando en el Foro Social Mundial se habla de que *otra comunicación es posible*, no se debe entender la consigna como cuestionamiento de la comunicación dominante, la co-

Radio formadora en A.Latina

municación comercial; sino, sobre todo, para asumirla autocráticamente en la perspectiva de dar un salto cualitativo en las prácticas propias para la construcción de ese *otro* mundo posible.

Otra comunicación es posible, sí, pero en nosotros mismos. Eso es lo que se está propiciando en ALER.



www.radioecca.org
Radio ECCA
Apartado 994
35080 Las Palmas de Gran Canaria
ESPAÑA
FAX: (34) 928 - 20 73 95

Precio nº suelto: 7 euros. Año: 12 euros

Forma de pago: Cheque adjunto Giro postal

D/Dña.: _____

Domicilio: _____

Localidad: _____

Provincia _____



Notas

1) Luis Dávila es actualmente Secretario ejecutivo de la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica, ALER, que reúne a 117 instituciones de radio en 18 países de América Latina.