Revista de

RADIO Y EDUCACIÓN

de personas adultas y nuevas tecnologías

LA RADIO Y LA CREACIÓN DE CIUDADANÍA

Boletín nº56
Radio ECCA Fundación Canaria
radioecca.org

BUILDING A NEW CITIZENSHIP USING THE RADIO

Authors from three different countries answer, from their own reality, our question about the educative power of the radio. The validity of the radio as a mass media in such different contexts, and the set of problems it goes trough, point out that there is room for reflection and searching.

LA RADIO ET LA CRÉATION DE CITOYENNETÉ

Des auteurs de trois continents différents répondent, selon leurs propres points de vue, à nos questions sur le pouvoir éducateur de la radio. La valeur de la radio comme moyen de communication de masses dans des contextes aussi différents et le forte problématique qu'elle traverse nous ouvre le chemin d'une réflexion et d'une recherche intéressante.

PRESENTACIÓN: LA RADIO Y LA CREACIÓN DE CIUDANANÍA

López Pérez, Lucas[1]

Autores de tres continentes nos responden, desde sus propias perspectivas, a nuestras preguntas sobre el poder educador de la radio. La vigencia de la radio como medio de comunicación de masas en contextos tan diferentes y la fuerte problemática que atraviesa nos señalan un interesante camino de reflexión y búsqueda.

Esta es la pregunta que nos hemos hecho en la redacción de RADIO Y EDUCACIÓN DE PERSONAS ADULTAS:

¿Cuál es el papel de la radio no docente como medio para la formación de las personas? En concreto, ¿sirve la radio para ayudar a la construcción de la ciudadanía?

En torno a estas preguntas iniciales, nos pusimos en contacto con diferentes personas que, desde perspectivas muy diferentes, plantearon nuevas preguntas y ensayaron sus respuestas.

El periodista *Fernando Delgado*, con amplia experiencia en televisión, radio y prensa, fue invitado a impartir la lección inaugural de Radio ECCA en el curso 2005-2006. Brillantemente, nos expuso su experiencia a través de una más que sugerente autobiografía radiofónica.

El equipo de Programación de Radio ECCA fue invitado a celebrar un pequeño seminario interno al que se añadieron algunas personas de la Dirección y el profesor D. Manuel Martín Santana. Como resultado del mismo, nació el segundo artículo de este número. En buena medida, podemos decir que refleja la experiencia de la radio no docente en Radio ECCA, pero también reflexiona sobre el contexto en el que se desempeña y sobre la función social que tienen los medios en nuestras islas.

Luis Dávila es actualmente el secretario ejecutivo de la mayor

asociación de radios educativas del mundo. La experiencia de ALER (www.aler.org) queda reflejada en su escrito. La mirada es seria y el momento crítico: las radios educativas aparecen entregadas al mercado sin el apoyo de una administración pública que se ha empequeñecido desde el neo-liberalismo.

Aunque *Pierre Belanger* conoció de cerca la labor educativa de Radio Santa María, le pedimos que nos presentara el panorama radiofónico de *Canadá*. Nos interesaba especialmente la función social de la radio en el *Quebec*. El contexto de comunidad francófona en medio de un universo anglófono y las respuestas dadas por la Administración pública y las empresas privadas a través de la radio nos resultaron importantes.

Russell Pollit escribe en Sudáfrica. Su análisis sobre las posibilidades de la radio educativa en su país nos presenta diversos elementos: el tránsito de la situación del "apartheid", las diferentes agencias de control sobre la radiodifusión, la relación entre las iglesias y los medios de comunicación.

El conjunto del número nos presenta un panorama rico y, a la vez, crítico. Desde diferentes experiencias estamos en disposición de afirmar el poder y la misión formadora de la radio, principalmente en la creación de ciudadanía y en la difusión de los valores necesarios para la sociedad democrática. Del mismo modo, tendremos que reconocer que muchas son las dificultades.

Notas

1) *López Pérez, Lucas S.J.* es el director general de Radio ECCA Fundación Canaria.

RADIO TEACHES

In the following paragraphs the reader will detect the firm conviction of the responsibles of this publication: the radio, through its usual programming, was, is, and will always be a wonderful media for transmitting good values and building a better society.

LA RADIO ÉDUQUE

Dans les suivants paragraphes, le lecteur il va a trouver la conviction profonde de qui faisions la direction de cette publication: la radio, a travers de sa programation habituelle fût, est et sera un instrument fantastique pour la formation en valeurs et la construction de bons citoyens.

EDITORIAL: LA RADIO EDUCA

En los siguientes párrafos, el lector encontrará la convicción profunda de quienes dirigimos esta publicación: la radio, a través de su programación habitual, fue, es y será un fantástico instrumento para la formación en valores y la construcción de ciudadanía.

La experiencia de Radio ECCA muestra que la radio docente funciona. Del mismo modo, podemos asegurar que la radio no docente, a través de sus programas cotidianos, puede ser también una radio educativa. La radio, junto con el resto de los medios, tiene una labor privilegiada en la formación en valores cívicos y en la misma creación de ciudadanía.

Un medio masivo y actual

Las nuevas tecnologías no han conseguido desbancar a la radio de su puesto social. El conjunto de los artículos que publicamos en este número nos dicen que la radio, en contextos tan diferentes como Sudáfrica, América Latina, el Quebec canadiense o las Islas Canarias, sigue siendo un medio de comunicación masivo y actual.

Aprendemos a vivir en sociedad. En el mundo globalizado de este inicio del tercer milenio, los medios de comunicación de masas son transmisores de conceptos, actitudes y valores. Nuestra postura ante fenómenos como la emigración, la revolución de género, el contacto entre las culturas y las religiones, u otros que afectan nuestras vidas, está marcada-

> La radio, junto con el resto de los medios, tiene una labor privilegiada en la formación en valores cívicos y en la creación de ciudadanía

mente influenciada por lo que nos llega a través de los medios de comunicación.

Un instrumento versátil

La radio tiene la capacidad para hacerse escuchar por muchas personas con una inversión no excesiva. Permite formatos muy diversos. Posibilita con facilidad la incorporación de la audiencia. Quienes controlan o quieren controlar el poder político o económico saben que deben estar en los medios y, raramente, renuncian a la radio. De hecho, en nuestros días vivimos movimientos sociales y políticos que expresan todas sus aristas a través de las posturas de los diferentes comunicadores mediáticos y de las instituciones que los sostienen.

Algunas condiciones para una radio educadora

En resumen, como veremos a lo largo de toda la revista, la radio puede ser un instrumento de formación. Sin embargo, hay una serie de condiciones de posibilidad de la misma, que podemos traducir en tres grupos de exigencias:

- Exigencias para quienes hacen la radio.
- Exigencias para la Administración pública.
- Exigencias para el conjunto de la sociedad.

Para que los medios, y en concreto, la radio, puedan ser un instrumento de formación, la sociedad de la que nacen debe ser una sociedad que no pretenda utilizarla como arma de agresión. Es necesario que sea una sociedad con un mínimo de valores comunes compartidos. No podemos pedir a los medios de comunicación que creen los valores sociales que la sociedad misma no tiene. Sin embargo, esta sociedad debe ser capaz de tolerar suficiente pluralidad; como mínimo, aquella que se establece entre los valores realmente vividos y aquellos con los que soñaríamos vivir. La radio debe ser capaz de tomar una cierta distancia crítica que le permita proponer al conjunto de la sociedad los sueños que ella misma lleva dentro y que le permita señalar también aquellos puntos en los que no está alcanzándolos.

Corresponde a la Administración pública posibilitar la función educadora y formadora de la radio

Quienes controlan o quieren controlar el poder político o económico saben que deben estar en los medios

Los equipos de profesionales que hacen la radio deben tener una clara intención educativa

y del conjunto de los medios. La legislación debe permitir la iniciativa de la sociedad, incluso alentarla y protegerla. Si pretendemos que la radio educativa viva, deberemos protegerla igual que protegemos la escuela. Las experiencias que mostramos en este documento nos enseñan que las administraciones públicas tienen un rol importante, por más que las circunstancias de los países puedan ser marcadamente diferentes.

Las personas que hacen la radio

Finalmente, los equipos de profesionales que hacen la radio deben tener una clara *intención educativa.* Sus comportamientos profesionales, los contenidos que elijan para sus programas y la relación participativa que establezcan con la audiencia deben ser coherentes con la propuesta educativa que tienen detrás. Estos equipos profesionales deben tener una relación responsable con la institución para la que trabajan. Las personas deben sentirse respaldadas por la empresa titular y esta debe sentir que las personas responden a los valores educativos que propone. En la forma de gestionar la vida interna, en los modos de obtener los recursos económicos, en las maneras en que se da cuenta de lo que la institución pretende, se juegan también los valores proclamados por la emisora, es decir, su función formadora.

La radio es un medio actual. La radio tiene capacidad para que la sociedad en la que se desarrolla la utilice como un instrumento de creación de ciudadanía. Esa es nuestra convicción. Esa es nuestra tarea.

We approach to the educative mission of the radio through the experience of a very reputable radio professional. All the details offered by Fernando Delgado are part of his own biography. Along his speech this author dealt with subjects such as the task of the radio in the history of our recent society, the use of different resources, the arrival of new technologies and the primacy of the voice. For some minutes we had the opportunity to travel back in time and become the audience or the protagonists of his own experiences.

AUTOBIOGRAPHY ON THE RADIO

Nous approchons la mission éducative de la radio à travers l'expérience d'un professionnel radiophonique prestigieux. Tous les enseignements que nous apporte Fernando Delgado sont basés sur sa propre biographie. Le travail de la radio dans l'histoire récente de notre société, l'utilisation des différentes ressources, l'arrivée de nouvelles technologies et l'importance de la voix sont, entre autres, les thèmes que l'auteur nous invite à réviser tout en dirigeant notre regard vers le passé dont nous sommes, pour l'instant, spectateurs ou protagonistes.

AUTOBIOGRAPHIE DE LA RADIO

AUTOBIOGRAFÍA DESDE LA RADIO

Fernando Delgado[1]

Nos acercamos a la misión educadora de la radio a través de la experiencia de un profesional radiofónico de prestigio. Todas las pistas que pone ante nosotros Fernando Delgado están hilvanadas en su propia biografía. La labor de la radio en la historia reciente de nuestra sociedad, el uso de los diferentes recursos, la llegada de nuevas tecnologías y la primacía de la voz son algunos de los temas que el autor nos invita a repasar a la vez que lleva nuestra mirada hacia un pasado que, por inmediato, nos tuvo de espectadores o protagonistas.

Hace unos cuantos veranos, tuve la ocasión de compartir con unos jóvenes canarios unas horas de juego y reflexión sobre literatura y periodismo – con la radio por medio, naturalmente – en la isla de *La Gomera*. Y una de las sorpresas de aquel encuentro universitario la protagonizó un alumno de cuya dedicación en la vida sólo supimos más tarde, cuando él mismo anunció que al día siguiente llegaría con retraso a clase. Sobre todo cuando dijo por qué llegaría con retraso: no tenía quién le ordeñara las cabras y se iba al sur de *Tenerife* a cumplir ese trámite para volver después, en el mismo día, a la actividad de aquella *Universidad de Verano de La Gomera* en la que estábamos.

Un cabrero en las aulas y un curso de toponimia

Su aspecto no sólo era parecido al de cualquier universitario, sino más atildado incluso, y su preparación intelectual y sus dotes para la escritura eran destacadas entre el alumnado con gran ventaja. Un cabrero, pues, en las aulas. Nos contó, además, con mucho detalle, cómo no sólo deseaba hacer compatible el estudio con el ganado, sino de qué manera se aferraba a su condi-

ción de cabrero en el campo tinerfeño de Granadilla como un modo de ver el mundo y ser fiel a una tradición, cuyos rasgos literarios, sobre todo orales, perseguía.

Quien, como yo, por razones familiares, ha conocido las carencias de zonas de Canarias, sometidas antaño a la miseria, como el sur tinerfeño y la propia isla de *La Gomera* en la que nos encontrábamos, aquel descubrimiento supuso algo más que una anécdota y la convicción de que, a pesar de todos los abusos y los pleitos, *Canarias* ha vivido una real transformación. El cabrero estudioso era de *San Isidro*, el mismo barrio granadillero en el que mi madre, casi analfabeta, tenía que buscarse en su niñez el transporte para conseguir acudir a la escuela de vez en cuando. Comprenderán con qué emoción contemplaba yo este cambio, no sólo en la manera de ver el mundo por medio de la educación, sino en la nueva realidad de las comunicaciones. De qué modo me impresionó esta eliminación de las distancias físicas, intelectuales y espirituales que se había producido en las breves y tantas veces largas, sin embargo, distancias insulares.

Así que, a pesar de nuestras legítimas exigencias para que todo llegue a ser mejor, es preciso reconocer que con el concurso de todos se ha conseguido que este sea, sin duda, el mejor momento histórico de las *Islas Canarias*.

Uno de esos aspectos de avance y de progreso ha sido, sin duda, la alfabetización y la educación de nuestra gente. Y sobra resaltar aquí, entre quienes lo saben muy bien, el importantísimo papel que *Radio ECCA* ha cumplido en esa nueva realidad. Por supuesto, con su trabajo de enseñanzas regladas y sus eficaces métodos de formación en los que la radio ha sido, desde 1965, el aula amplia donde todo el mundo ha tenido cabida y el aula acogedora en la que los necesitados del conocimiento lo hallaron. La radio aparece como instrumento de servicio, que lo es tanto o más que de comunicación. Pero también la radio ha sido, con *ECCA*, un instrumento de participación y, por lo tanto, de encuentro, de diálogo, en un mundo cada vez más intercomunicado.

Es enormemente meritoria la tarea alfabetizadora de *ECCA*, hace ahora cuarenta años. En medio de un erial educativo, encontró un buen campo de experimentación en una sociedad deprimida como la nuestra. Se trata de una experiencia que *ECCA* ha podido extender más tarde. Pero no ha sido me-

A pesar de todos los abusos y los pleitos, Canarias ha vivido una real transformación

Cada vez es más complicado pensar por nuestra cuenta en esta Sociedad de la Comunicación

nos meritoria la capacidad de evolución y de adaptación a las necesidades y a los cambios del tiempo que el proyecto de los jesuitas ha sabido satisfacer.

Cuando se nombra *ECCA* como «radio cultural y de servicio», uno valora el hecho de que, habiendo usado prodigiosamente la radio como instrumento de vida, *ECCA* haya conseguido poner a disposición de la gente útiles de trabajo, conocimientos prácticos para ganarse la vida. Pero en una sociedad como esta, con los valores del humanismo muchas veces en crisis, también *ECCA* ha conseguido alimentar una educación como la del joven cabrero, que alterna el pastoreo con el gozo del conocimiento y con el disfrute de la buena convivencia. Es preciso todo esto en la sociedad del ruido y de la prisa.

Decía mi querido maestro, el profesor *Emilio Lledó*, que cada vez es más complicado pensar por nuestra cuenta en esta *Sociedad de la Comunicación*, a la que - por eso mismo- reconozco a veces como «sociedad de la incomunicación». Tal vez por esta dificultad para pensar y para transmitir lo que pensamos, rechace a veces *Emilio Lledó* con ironía que lo presenten como filósofo, ante el temor de parecer una especie en desuso. Pero una sociedad sin pensadores, que toma por anacronismo la filosofía, quizá sea una sociedad preparada para consumirse en su propio limbo, para convertir los instrumentos de progreso en instrumentos de propia aniquilación. La autoafirmación, tan necesaria al individuo, se niega en la pobreza de su lenguaje o en la perversión de los signos con los que se entiende, cuando no en el olvido de los símbolos con los que se explica.

Hará ahora dos años, contaba yo, en los periódicos y en la radio, cómo andaba en esos días la coordinadora de los cursos de una universidad de verano buscando como una loca el décimo alumno que le faltaba para que pudiera celebrarse un curso sobre toponimia. Le sobraban aprendices de informática, de economía acelerada, de derecho comunitario, de materiales de construcción y hasta de periodismo. Los becarios de derecho comunitario aspiraban a ser burócratas de la *Unión Europea*, tan bien remunerados como exige la moderna y a la vez anquilosada y confusa burocracia europea, y los de periodismo soñaban con ser famosos charlatanes

más que ilustrados reporteros de nada. Pero lo que es la toponimia no ganaba adeptos, con lo cual era posible que el curso, para cuya realización se requerían al menos diez alumnos, llegara a suspenderse. Los más prudentes preguntaban para qué servía eso, qué utilidad ofrecía para un empleo, cómo se puede perder el tiempo en las curiosidades que ofrece hurgar en el nombre de los lugares y entender a través de ellos pueblos y culturas. Los más desvergonzados se reían de la toponimia por antigua y, con lo divertidas que deben de ser las universidades de verano para ellos, no se explicaban cómo programaban esos cursos sin ninguna utilidad práctica a primera vista. El alumno no encontrado y el curso perdido no era una anécdota: el placer del conocimiento, la aventura de la curiosidad intelectual, la comprensión de los individuos y los pueblos, la fascinación por la palabra han pasado a ser «mariconadas» para quienes sólo esperan de la Universidad respuestas tecnológicas, manuales prácticos para competir. Se busca, así, una Universidad que no toque el corazón de los pueblos, sino que dé herramientas de trabajo bien remunerado. El desprestigio de la reflexión en esta *Sociedad de la Comunicación* frente a la cháchara define a esta sociedad utilitaria y falsamente pragmática como a un conjunto de individuos que en buena parte han renunciado no sólo al placer de saber por saber, sin ánimo de lucro, sino a la necesidad de reconocerse en su verdadera identidad.

El desprestigio de la reflexión frente a la cháchara define a esta sociedad utilitaria y falsamente pragmática como a un conjunto de individuos que, en buena medida, han renunciado a la necesidad de reconocerse en su verdadera identidad

Pero para ser libres es necesario estar emancipados. A esta emancipación, por medio de la educación y de la cultura, ha contribuido de modo tan notable *Radio ECCA* que los canarios podemos y debemos tenerla más que como una emisora como una verdadera institución nuestra. Pero, además, en esta tierra de islas, donde a las fragmentaciones naturales e insalvables de la geografía se unen tantas veces los intentos disgregadores y los pleitos y confrontaciones, *ECCA* ha sabido ser también un instrumento para salvar las distancias entre personas y entre grupos, entre clases

sociales y entre sectores diversos. Salvar las distancias, esa es la clave. Salvar las distancias en unos territorios donde podría parecer que no las hay - y las hay más - no es algo que se resuelva sólo por medio de infraestructuras y de transportes, sino a través de la educación y del entendimiento. Y me alegro de que la radio, tan esencial en mi vida, haya podido ser así, entre nosotros, un mágico Samborondón. Y si lo ha sido entre nosotros, los canarios, también lo ha sido luego, en su proyección internacional, con África y América como objetivos, para los demás y para nosotros en nuestra relación con el mundo.

El micrófono, la radiogramola y un padre jesuita

Pero la radio, un instrumento modesto, cada vez más asequible en la evolución de la tecnología, con un transistor a mano para el pastor y para el intelectual, es más que un instrumento eficaz. Es también una caja de resonancias del corazón, que hay que llenar de pálpitos para que sea un espacio confortable para el espíritu. Y pensando en esto estaba cuando decidí que esta intervención mía de hoy no fuera la de un pretencioso que tratara de explicar a los buenos maestros de *ECCA* lo que educar por la radio significa. Decidí, por tanto, que esta intervención no fuera la de un colega, que también lo soy – maestro por unos años y sensible a los sacrificios y a la dedicación del magisterio –, sino la de un profesional de la radio, que ha dedicado buena parte de su vida al medio, para homenajear a la radio al cumplirse 40 años de Radio ECCA.

Porque si en la radio es importante hablar, y hacerlo con rigor, es asimismo importante saber escuchar, y hacerlo con la mejor sensibilidad posible. Quiero decir con esto que un profesional de la radio debe ser, ante todo, un buen oyente. La biografía de la radio, pues, es la biografía de su oyente, siempre alumno, sea cual sea la condición del oyente. En mi caso, que es el que modestamente expongo ante ustedes, a falta de mayor pericia en otras cátedras, he de admitir que la existencia de una infancia radiofónica como la mía fue lo que me condujo a trabajar en la radio. Lo de profesional me suena siempre a funcionario, aunque tengo al funcionario por noble servidor público. Pero cualquier re-

Porque si en la radio es importante hablar, y hacerlo con rigor, es asimismo importante saber escuchar, y hacerlo con la mejor sensibilidad posible

paso en la memoria a mi encuentro con la Radio me ha de conducir inevitablemente a aquel momento en el que me regalan un micrófono (creo que de los que llamaban de carbón, porque funcionaba además de con electricidad con pilas, quizá sería hoy una pieza museal) y lo conecté al enchufe destinado al tocadiscos en la radiogramola familiar. Así, pues, yo hablaba desde una habitación y mis peroratas podían escucharse en el resto de la casa a través del altavoz de la radio.

No podría confirmar ahora si aquel arrebato precoz de radiofonista vino de mi fascinación por la Radio o de mi condición de alegador, que es una característica de los tímidos para sobrevivir. En todo caso, mis profesores y mis condiscípulos en el colegio tinerfeño guardan buena memoria de mi tendencia a la oratoria, y digo buena porque no lo han olvidado, aunque convendría decir que también guardan el recuerdo terrorífico de la verborrea imparable que más de una vez me llevó a ser expulsado de clase. En todo caso, es de suponer que en mi camino por la Radio quedara atrás mi vocación predicadora porque, de no ser así, habría de reconocer mi fracaso: no hay, a mi entender, mayor enemigo de la radio que un predicador; aunque el éxito de algunos predicadores contemporáneos, y hablo de predicadores civiles, pudieran darnos a entender que son consustanciales al medio.

No podría confirmar ahora si aquel arrebato precoz de radiofonista vino de mi fascinación por la radio o de mi condición de alegador, que es una característica de los tímidos para sobrevivir

Pero, si afino más la memoria, he de atribuir precisamente a un jesuita, el padre *Guillermo García*, que fue mi profesor de Latín y Griego, y al que yo admiraba por sus saberes literarios, el contagio del interés por la Radio. Él poseía un pequeño estudio en el que realizaba por su cuenta unos espacios de contenido religioso y entregaba después la grabación a la radio local. Asistir en silencio a aquel acto radiofónico, en el que el sacerdote no sólo hablaba sino que se empleaba como una especie de pionero autocontrol, era para mí un momento mágico. Oír después en la radio aquellas mismas palabras reproducía una emoción parecida. He de pensar, pues, que el mimetismo propio de los niños por efectos de la admiración hacia un adulto que se impone como paradigma tuvo algo que ver, no sólo en mi gusto por la literatura - en la biblioteca de los jesuitas de *Tenerife*, en la parroquia de la Concepción de

Santa Cruz, descubrí lo mismo a *Galdós* que a *san Agustín* -, sino también en mi devoción por la Radio.

Pena, penita, pena

Pero ser un niño de los cincuenta en *España* suponía tener la memoria poblada de sonidos: la radio era el altavoz de todos ellos. Tal vez, por eso, aquellos viejos receptores aparatosos, que tenían lugar preferente en las reuniones de familia, aparecen hoy como cofres de nuestra sentimentalidad. Al verlos ahora, al recordarlos, revivimos las músicas que desprendían y, al oír a las tonadilleras cantando la España de pandereta de aquel tiempo, oímos con ellas a las madres o a las muchachas de servicio que se unían a las voces de la radio y dejaban oír sus canturreos por los patios. No sé si era un modo de distraer la tristeza, pero todo el mundo cantaba entonces, ajeno al ridículo, y la radio, que no se abría a otras cosas, se llenaba en un tiempo de silencio de concursos de voces que estimulaban las jóvenes y las viejas vocaciones de cantaoras.

Tuvo que venir la democracia para que la radio se abriera por el teléfono a los oyentes y conociéramos de veras su capacidad de participación. Sin embargo, aquel modo de seguirla, cantando con ella, en los tiempos en que el teléfono era todavía un privilegio de unos cuantos y la palabra pública el derecho exclusivo de los que mandaban, supuso, a su modo y con sus carencias, un anticipo de la radio participativa de los años de la libertad. Y entre esas anticipaciones, por su especial cometido, estaba esta meritoria Radio ECCA de los tiempos fundacionales de otro jesuita de la radio: el andaluz padre *Villén*.

Aquel modo de seguir la radio, cantando con ella, en los tiempos en que el teléfono era todavía un privilegio de unos cuantos y la palabra pública el derecho exclusivo de los que mandaban, supuso, a su modo y con sus carencias, un anticipo de la radio participativa de los años de la libertad

Es seguro que cada uno recordará ahora una canción distinta si se le remite a la evocación de aquella época: «Pena, penita, pena», cantada por *Lola Flores*, resuena en el patio de mi memoria y casi se funde con la sintonía triunfal del parte de Radio Nacional que difundían por obligación todas las emisoras. Lejos estaba de intuir entonces que un día llegaría a dar noticias yo mismo en *Radio Nacional* con la exacta y grave formalidad de los locutores de la

Habría de tocarme hacer con otros una radio -*Radio Exterior*- que pudiera suponer, para los que nos escuchaban en países sin libertad, la esperanza de que el mundo y la vida eran otra cosa en otros lugares

época. Y, al sintonizar en la más oculta habitación de mi casa, casi como un rito, *Radio Pirenaica* o la *BBC* - esta vez la radio abriéndonos los ojos que la propaganda interior se empeñaba en cerrarnos-, estaba muy lejos de presentir que, con el paso de los días, habría de tocarme la tarea de hacer con otros una radio española - *Radio Exterior* - que pudiera suponer, para los que nos escuchaban en países sin libertad, la esperanza de que el mundo y la vida eran otra cosa en otros lugares, que es también una tarea a la que con el tiempo ha llegado *Radio ECCA* en su evolución.

Pero, como se ve, nuestra sentimentalidad no podía escapar a los ardides de una *España* en la que el falso folclore era un instrumento de un patriotismo también impostado. Tampoco la emoción del fútbol escapaba al protagonismo de la radio y si entonces vivíamos la tensión de los goles en el grito colectivo de los reunidos junto a la radio. La cantinela de la transmisión deportiva o del relato futbolístico de las tardes de los domingos quedó asociada para siempre a la melancolía de una tarde que anunciaba el final del breve ocio y nos empujaba al retorno rutinario al colegio en la mañana del lunes. Aún hoy, la retórica de la crónica deportiva, su música exaltada y monótona, me devuelve a aquellas tardes en las que la vida parecía detenerse de un modo provisional en la ya de por sí detenida sociedad provinciana de aquellos tiempos.

Pero la radio daba las órdenes de vida: una tal *señora Francis* inducía al buen comportamiento a través de las consultas que le hacían las solitarias oyentes que hallaban en el medio una alternativa al confesionario parroquial; los elocuentes oradores sagrados ampliaban su púlpito, en el que se mezclaban la aren-

Una tal *señora Francis* inducía al buen comportamiento a través de consultas que le hacían las solitarias oyentes que hallaban en el medio una alternativa al confesionario

ga patriótica con las amenazas del infierno, en las solemnes novenas que transmitían o en la misa de doce y el rosario que congregaba a las abuelas junto a un receptor convertido en improvisada capilla casera; el Régimen recordaba las bondades del *Caudillo* y la eficacia de su obra y el himno nacional abría y cerraba las emisiones al grito de «Viva Franco, Arriba España». También ejecutaba la radio las órdenes de recogimiento en aquellas semanas santas en las que la música religiosa nos imponía un obligado y silencioso retiro y la prohibición de cantar era obedecida en las casas. Y no había onomástica o cumpleaños que fuera tal si a la tarta con velas no acompañaba la dedicatoria de un cuento o una canción infantil en la emisora local, si no oías tu nombre en la radio, acompañado de la expresión de cariño de los tuyos. Ni la muerte escapaba a la radio: muy menesteroso tenía que ser el difunto que no mereciera su esquela con el detallado recuento de familiares que suplicaban una oración por su alma y la asistencia al sepelio.

Pero ya he dicho que el recuerdo de mi infancia es un recuerdo poblado de sonidos y, hurgando en ese baúl de los sonidos, apenas consigo reconstruir las notas de un programa infantil de la tarde de los jueves en *Radio Club Tenerife*: el *tío Pepote* nos dedicaba canciones y cuentos a los niños y lanzaba al final una flecha con caramelos que llegaban cada semana a casa y que nos los encontrábamos, una vez concluido el programa, detrás del aparato de radio. Otro ejemplo de radio participativa que necesariamente ha vinculado a este medio la infancia de quienes vivíamos esa particular ilusión todos los jueves. Sin embargo, el hecho de que aquella fuera la radio de nuestra infancia no quiere decir que fuera una radio niña, ni siquiera una radio joven en los tiempos en que una vitalísima radio operaba en toda Europa: era la vieja radio de nuestra infancia que repartía ilusiones de abuela. Esta ilusión del programa infantil, como la de los *Reyes Magos*, se desvanecía el día en que nos llegaba un rumor de que también el *tío Pepote* eran nuestros padres y, al conseguir asomarnos a la trasera del receptor antes de que los caramelos salieran de la flecha de aquel mago de voz engolada, como eran entonces casi todas las voces de la radio, descubríamos allí

Esta ilusión del programa infantil, como los Reyes Magos, se desvanecía el día en que nos llegaba un rumor de que también el tío Pepote eran nuestros padres

con anticipación los caramelos. Los niños de mi época, en estas islas, adonde algunos suponen que casi todo llega al menos sólo una hora más tarde, fuimos unos niños sin televisión. Es fácil entender que no sólo nuestros sueños de infancia viajaran del tebeo, que aquí llamábamos el *colorín*, o del cine de nuestros matinés, a la radio; sino que, además, nuestro entorno todo se evadiera de la grisura ambiental buscando en la radio la ficción de los enredos inocentes de los culebrones, con los que tenían cita las mujeres de nuestra casa en las tardes de radio.

No hay ningún motivo para sentir nostalgia de aquella radio amordazada, pero un medio tan vivo es una segura víctima en una sociedad sin libertad: nuestra radio lo fue. Su dial se detuvo donde el pulso de su audiencia y nuestro pulso era el que era. Cantó como podíamos cantar y se expresó como podíamos expresarnos. O sea: poco. Es tan nuestra como la música de nuestros guateques porque la música de aquellos guateques fue la suya. Vivió con nosotros y a nuestra manera y por eso nuestra memoria se construyó con ella. Empezó a hablar de veras cuando nos dejaron hablar a los demás o cuando conquistamos nuestro derecho a hablar. Tampoco intuí entonces que me iba a ser dado dirigir un proyecto de radio joven como *Radio 3,* pionero de tantos atrevimientos posteriores de una radio madura que ha sido, paradójicamente, más joven que cuando no tenía edad. Ahora, la radio española es una de las más vigorosas radios de *Europa* y no sé si eso quiere decir que la sociedad española está a su altura, ni si ella está a la altura de la moderna sociedad española. En cualquier caso, el camino que siguió desde sus tiempos de espectáculos de variedades cara al público a este de rigurosa informadora, con sus luces y sus sombras, como las nuestras, es un largo camino que requiere otro repaso a su sentimentalidad y a la de sus oyentes. Al fin y al cabo, una misma educación sentimental.

La voz radiofónica y el acento

Pero, a pesar de la presencia de la Radio en la sentimentalidad de la sociedad en la que se desarrolló mi infancia, no he sido proclive a atribuir a eso mi vocación, mi destino, o como quieran llamar ustedes a la azarosa aunque imbatible manera de vincular mi vida al medio. Y digo imbatible porque, en los cortos periodos de mi vida en que sin abandonarla del todo he pensado que me despedía de ella, la Radio ha vuelto a reclamarme y a proporcionarme satisfacciones o desasosiegos, según los casos, con lo cual he llegado a la conclusión de que, si nada

Por lo que a la voz se refiere, tan fundamental en la radio de entonces como al parecer secundaria en la más moderna radio española, nunca le di especial valor

lo remedia, nuestro matrimonio va a mantenerse hasta la muerte.

Pero lo que ni el jesuita maestro de mi infancia de radio, ni yo mismo, teníamos previsto es que la edad me trajera una voz que los demás iban a tener por radiofónica; aunque alguna vez he llegado a pensar que las voces también se buscan, se trabajan y, al fin, se educan. Fuera lo que fuere, que no viene al caso discutirlo si no es en una conferencia al efecto, un buen día acudí a *Radio Juventud de Canarias* con el fin de participar en un programa del colegio y fue allí donde alguien detectó en mi voz, recién estrenada como quien dice, condiciones propias para dedicarme a la Radio. Si no recuerdo aquel momento como especialmente jubiloso es seguramente por dos razones: la primera, que estaba tan seguro de tener una voz idónea que no me resultó muy halagador que digamos el reconocimiento obvio. Y la segunda, que ya por aquel entonces me fascinaba tanto la escritura, todo lo escrito, la emoción del papel, que hubiera preferido que alguien me dijera que lo mío era el periódico y no la Radio.

Por lo que a la voz se refiere, tan fundamental en la radio de entonces como al parecer secundaria en la más moderna radio española, nunca le di especial valor. En los flirteos y en las relaciones amorosas siempre llegaba un momento en que me preguntaban, en pleno arrebato amoroso, ¿nadie te ha dicho una cosa? Yo respondía: ¿Qué, la voz? Y cuando me replicaban que sí, quedaba decepcionado. Siempre esperaba que descubrieran otra cosa. En la Radio, como oyente, siempre espero lo mismo de los otros: ese algo más detrás de la voz. Por lo que tiene que ver con la prensa escrita, debo ser sincero con ustedes: la he preferido siempre a cualquier otro medio. Sería muy prolijo si trato de explicar las razones de esa preferencia, por eso quizá he dicho muchas veces que lo que me sucede en relación con ese gusto tiene que ver con mi condición de hombre antiguo: prefiero también las tiendas de ultramarinos a los supermercados, el tren al avión y el fogón a la cocina eléctrica.

Quizá deba reconocer que esa indiferencia inicial ante el hecho de tener una voz bien dotada para la Ra-

dio, o la relativa indiferencia inicial frente a la Radio misma en relación con el periódico, me permitió hacerme querer por ella al reconocerme esquivo: siempre me he sentido más querido por la Radio que apasionado por ella; por eso, también he llegado a la conclusión, tal vez errónea, de que si sales a la calle a buscar el amor no lo encuentras y cuando viene y se instala esperas que no te abandone. De todos modos, estimo que la Radio consiguió seducirme sin que yo lo esperara. Creo que es este un medio en el que es imposible permanecer, y mucho menos crecer, pasivamente.

Lo que sucedió en nuestra Radio es que, con frecuencia, la voz vacua se impuso a la palabra, la voz sin contenido sirvió a la retórica, la voz fatua fue un fin en sí misma

No quiero que esto sea solo el relato de la Radio de mi vida, aunque sólo de eso podrían desprenderse, y espero que se desprendan, otras cosas. Debo retomar algo que dije respecto de la voz en la Radio de mi juventud. Dije que era importante la voz como no parece serlo ahora y debo confesar que lamento lo que ahora sucede. Y no ya porque me encuentre en posesión de una voz que, a estas alturas, por culpa del tabaco, la edad y el poco cuidado que le presto, es ya muy otra, o porque, además, en largos periodos de mi vida radiofónica me haya apartado voluntariamente del micrófono para asumir otras tareas; sino porque, si la palabra es el instrumento esencial del medio (la palabra por sí misma -el uso de la palabra exacta, justa, dentro de un sistema coloquial- nos llevaría a otra conferencia) la voz es el vehículo de esa palabra y le sirve con tanta más eficacia cuanto más adecuado sea su brillo -no el que oculta la palabra sino el que la resalta, no el que distancia la palabra sino el que la hace más cercana- y cuanto más propio le sea su ritmo más penetra en el oyente y consigue su complicidad.

Lo que sucedió en nuestra Radio es que, con frecuencia, la voz vacua se impuso a la palabra, la voz sin contenido sirvió a la retórica, la voz fatua fue un fin en sí misma. Si se añade a eso la posterior asociación de las mejores voces de la Radio del franquismo al NODO -tener voz de NODO-, se comprenderá el modo en que se asoció aquí una buena voz a la Radio del pasado y se dio paso a voces estrepitosas o al *amateurismo* ininteligible como expresión propia de la nueva Radio. Pasear por *Europa* en los años posteriores a

nuestra transición política y oír las voces de la radio alemana, inglesa, francesa o, sin ir más lejos, la portuguesa, voces bien timbradas, rítmicas, cálidas, convincentes, nos obligaba a tratar de explicarnos nuestro proceso: ese camino en el que se olvidaron las formas del medio, como rechazo a la preponderancia de las formas, para revitalizar los contenidos con una espontaneidad de la que la radio carecía y, afortunadamente, hoy tiene.

Otro tanto ha venido a pasar con los acentos regionales. Remontaré mi memoria personal para explicarlo: cuando fui a hacer aquel programa del colegio y me invitaron a quedarme en la Radio, a lo visto para siempre, hube de hacer un cursillo cuyo principal objetivo consistía en eliminar de los alumnos, canarios como éramos, todo resquicio de acento insular. Pasé duras pruebas leyendo en voz alta con un lápiz en la boca para pronunciar la ce y la zeta, tratando de aproximarme al acento clónico, a las dicciones envaradas de los peninsulares. En la Radio de la *España Una, Grande y Libre*, no se admitía la pluralidad de acentos. Pasé pues por los tormentos que siempre asocio al día de la *Ascensión*. Y explicaré por qué: cuando llegaba tal fecha, en aquella Radio, donde también se ofrecían discos dedicados, teníamos que repetir con frecuencia el nombre de Ascensión, uniendo la ese y la ce, que para nosotros suponía un esfuerzo extraordinario: «A doña Ascensión Rodríguez Marín, de su hijo Manuel, felicitándola por su santo».

Pero ni tanto ni tan calvos : hoy, en la radio canaria, más que recuperar el acento, que forma parte de nuestras señas de identidad, se ha recuperado el más chabacano de los lenguajes de la calle y la impropiedad lingüística más que los giros dialectales de nuestro castellano. Y este ejemplo es válido también para otras autonomías en las que, creyendo ser fieles a su propia expresión diferencial, se reclaman los aspectos más negativamente folclóricos de sus lenguas y el costumbrismo más nefando.

Sin embargo, el primer ejemplo de admisión por el sistema de nuestro acento peculiar se dio en *TVE* con la aparición en los telediarios de una canaria, *Cristina García Ramos*. Pero los que ya habíamos sido educados en la obediencia debida al

Hoy, en la radio canaria, más que recuperar el acento, que forma parte de nuestras señas de identidad, se ha recuperado el más chabacano de los lenguajes

acento único no podríamos cambiarlo ante un micrófono. Así pues, una vez entré en *Radio Nacional* por oposición, fui requerido para intervenir en la inauguración del centro emisor de *Noblejas* en sus emisiones para *América*. Lo que se quería de mí era que hablara en canario con un histórico locutor peninsular, *Ángel Fernández Conde*, para garantizar a la audiencia de allá un acento cercano a los plurales acentos de América. Ya era tarde: mi confusión de «eses» y «ces» ante un micrófono lo hacía imposible. Recuerdo que un buen día, trabajando ya en *Madrid*, solicitó de mí la *Cervecera de Canarias* que pusiera mi voz a un spot publicitario. Resultó imposible: cualquier peninsular hubiera parodiado mejor la voz que se necesitaba. Y hasta en el ámbito de la literatura me trajo alguna vez algún inconveniente la impuesta conversión del acento: en los momentos de mayor euforia independentista en *Canarias*, en los congresos literarios de las Islas, traté de ser condescendiente y presentar mis ponencias con mi acento de origen: tampoco lo conseguí. Durante algún tiempo pedía disculpas por ello, ahora no. Cada cual habla como quiere y puede. Yo soy hijo de estas islas, pero también de aquellas circunstancias históricas, vividas para bien y para mal. En el balance positivo he de decir que, posiblemente, no hubiera hecho las mismas cosas que he hecho sin esa capacidad de adaptación a un acento más común, y nada más ajeno a mi estilo que presentarme como una víctima de lo que no he sido.

Sin embargo, la Radio estuvo tan controlada por el *franquismo* y tan trivializada por el *Régimen* que era imposible, desde una posición intelectual crítica, no sentirse acomplejado por trabajar en ella con las contradicciones que generaba el propio sistema político. De un lado, uno podía expresar su disidencia -hablo del *tardofranquismo*- en el seno de las redacciones, sin mayores consecuencias; pero en momentos cruciales - el asesinato de *Carrero Blanco*, por ejemplo- podía uno sentir cómo aquellos mismos que te reían las gracias de progre comentaban entre sí que los enemigos los tenían dentro, sembrando el miedo.

La radio estuvo tan controlada por el *franquismo* y tan trivializada por el *Régimen* que era imposible, desde una posición intelectual crítica, no sentirse acomplejado por trabajar en ella con las contradicciones que generaba el propio sistema político

Y de otro lado, en mi caso, comprobaba cómo los intelectuales amigos podían ser más comprensivos con los medios escritos del sistema que con la Radio. Me ocurrió, por ejemplo, con *Rafael Alberti*. El día en que nos encontramos en *Roma* por primera vez, viviendo *Franco*, estaba orgulloso de que *Comisiones Obreras*, oculta naturalmente, hubiera ganado las elecciones sindicales en el diario «Arriba», pero ignoraba el valor de quienes en la radio española esperaban su hora. Y, si no hubiera sido porque en la radio española había ya un fermento de jóvenes demócratas que esperaban su hora, quizá la adaptación del medio a la nueva realidad hubiera sido más indecisa y torpe. Por el contrario, fue audaz, renovadora, capaz de ir por delante de la realidad política y de devolver a la Radio toda su fuerza participativa, sus condiciones de excelente lugar de encuentro.

La movida y Radio 3

En ese marco, tras la experiencia de *Radio Exterior* de *España*, a la que aludí al principio, me fue encomendada la dirección de lo que entonces era el *Tercer Programa* de *Radio Nacional*, donde por cierto se desarrollaba también una radio educativa.

En la experiencia de *Radio Exterior* había vivido el ensayo general de lo que podría ser una radio democrática - se nos concedían licencias porque el último franquismo se empeñaba en proyectar una imagen exterior más libre. Además, había tenido el conocimiento de las radios europeas y me había permitido analizar en vivo el fracaso de los terceros programas culturales, tan ajenos a la naturaleza del medio, tan encorsetados, tan enlatados, donde de una conferencia se pasaba a un sesudo ensayo en un aburrido discurso inacabable. Para colmo, en nuestro caso, el protagonismo de ese cenáculo de minorías se reducía por lo general a los intelectuales y artistas más o menos afines al *Régimen* o que no le presentaban resistencia. De ahí también el divorcio de nuestra clase intelectual con la Radio, un medio que había empleado en *Alemania,* por ejemplo, la ca-

Si no hubiera sido porque en la radio española había ya un fermento de jóvenes demócratas que esperaban su hora, quizás la adaptación del medio a la nueva realidad hubiera sido más indecisa y torpe. Por el contrario, fue audaz, renovadora, capaz de ir por delante de la realidad política

pacidad creativa de un *Bertolt Brecht* o un *Dürrenmatt* para su producción dramática y que había acogido en Francia al propio Alberti, a Vargas Llosa y a buena parte de los creadores de lo que luego sería el «Boom latinoamericano».

Así, pues, nos empeñamos en seguida en involucrar a nuestros intelectuales más disidentes con su opinión y a los radiofonistas más combativos. Se trató de una programación abierta que transformó aquel añoso *Tercer Programa* en la vitalísima *Radio 3*, que ya existía como programa musical aislado, pero no como una emisora totalmente abierta a la participación. Constituyó un esfuerzo de entusiasta movilización democrática, un modelo de Radio que luego ha servido a las radios alternativas para consolidar un espacio abierto, plural, donde lo que un día resultara escandaloso se produjera ahora con normalidad. Se trataba de hacer una radio cultural, sí, pero con un concepto de la cultura que sintonizaba con el espíritu de la movida madrileña: la cultura cotidiana, exenta de solemnidades. O, dicho de otro modo, una radio es cultural más por el modo en que se produce, generando ella cultura, que por sus contenidos de campanillas. Debo confesar que aquella *Radio 3* de 1981 fue mi empresa radiofónica más ilusionante y creo que en la evolución de la Radio de los últimos años no ha tenido pequeño papel. Quizá de aquel proyecto se desprenda mi manera de concebir la Radio hoy y tal vez mi manera de hacerla en la actualidad no sea ajena a aquel diseño. Uno de los proyectos que entonces ensayamos tímidamente - y que más tarde, ya como director general de *Radio Nacional*, pude desarrollar - fue la recuperación del relato radiofónico, la renovación de las fórmulas dramáticas de la Radio. Empeñé en ello a *Fernando Fernán Gómez* y su obra «El viaje a ninguna parte» fue antes que novela o película un serial dramático. Pero también participaron en el empeño *Rosa Chacel* y *Francisco Ayala*, *Álvaro Pombo* y *Vázquez Montalbán, Francisco Nieva* y *José Antonio Gabriel y Galán*. Tal vez la audiencia iba entonces por otra parte, pero la radio española es posible que tenga pen-

Uno de los proyectos que entonces ensayamos tímidamente -y que más tarde, ya como director de Radio Nacional, pude desarrollar- fue la recuperación del relato radiofónico

diente esa recuperación de sus capacidades expresivas que no se reducen al debate, al alegato y a la improvisación. Recuerdo que cuando se oyó por primera vez la programación de la nueva *Radio 3* el equipo de dirección de *Radio Nacional* quedó extrañado y me comentó que aquella parrilla parecía de onda media. Es curioso: hasta entonces, las pocas opciones de FM que había se dedicaban especialmente a la música. Ignoraban que la mejora de calidad de un soporte nada tenía que ver con las características de una programación y que la concurrencia de opciones en la FM constituiría en seguida la atracción principal de los jóvenes por la Radio.

He pergeñado algunas ideas, tal vez escasas pero espero que útiles, al hilo de mi experiencia más gratificante de la Radio. La memoria me aconseja arrumbar los desencantos que se mezclarían después con algunos entusiasmos, sobre todo porque constituirían, otra vez, materia para un ciclo en el que, por ahora, no quisiera emplearme.

Lo que sí quisiera, para terminar, es responder aquí en voz alta a la pregunta que algunos alumnos se hacían en la *Universidad de Verano de El Escorial*: ¿Por qué la Radio? La Radio porque es algo más que un neutro y rápido transmisor de noticias; la Radio porque es un antídoto para muchos contra la soledad; la Radio porque es un lugar de encuentro sin moverse; la Radio porque es un cenáculo para la discrepancia; la Radio porque no excluye el divertimento y la distracción, pero tampoco la reflexión. La Radio porque rompe fronteras; la Radio porque cultiva la imaginación; la Radio porque pone en contacto a unos con otros y establece la complicidad, la comunión entre gentes diversas. La radio porque sigue siendo un instrumento útil de servicio y de educación o porque suscita la pasión. Pero la radio, sobre todo, porque cultivando la opinión y la crítica, asomándonos a la realidad por medio de voces diversas, puede crear el espacio necesario de la convivencia en el que desde tu casa entras en diálogo con los otros. En tiempos de mordaza, la radio es anodina; en tiempos de libertad, la radio es un agente de la transigencia. No hay que sentarse jun-

Pero la radio, sobre todo, porque cultivando la opinión y la crítica, asomándonos a la realidad por medio de voces diversas, puede crear el espacio necesario de la convivencia

to a ella, ni frente a ella. Te acompaña en la intimidad y en el camino, en el duermevela y en la acción, mientras trabajas o cuando descansas; no exige, no se impone, se deja oír. Todo eso puede ser la radio y puede ser el ruido de la protesta legítima lo mismo que el de la algarada sectaria de quienes quieran prostituir este noble y sencillo instrumento de concordia. Las nuevas tecnologías no la han reemplazado, han coadyuvado con ella o la han hecho más necesaria. Desde la radio de galena a la radio digital, lo mismo.

La Radio. Por ejemplo: una radio como esta Radio ECCA en la que todos los canarios nos encontramos, y en cuyos logros, como ha subrayado el presidente Adán, los ciudadanos tenemos una parte importante. Una radio que cumple 40 años y que, como el joven jesuita que es ahora Director general de la Fundación que la sostiene nos recuerda con gracia, es la cifra de la madurez. Una radio madura a la que tenemos que felicitar, porque a esa madurez se llega, y se llega tan bien como ha llegado ECCA, porque la caja de la radio no sólo tiene pilas en el dial de ECCA, sino las cabezas y los corazones de todos esos hombres y esas mujeres que se empeñan con entusiasmo en que la radio sea un instrumento de concordia y un motor del talento de sus oyentes y, en consecuencia, de la sociedad a la que sirve. Enhorabuena a Radio ECCA, enhorabuena a todos.

Notas

1) *Delgado, Fernando* es periodista. El presente artículo es la transcripción de la lección inaugural del curso 2005-2006 de Radio ECCA.

THE CANARY ISLANDS SITUATION AND THE MODEL OF ECCA

The following pages will deal with the experience of Radio Ecca and the mass media in the Canary Islands. Which social and educative role do the mass media play? Which role do they play nowadays? But, above all, the authors try to give an answer to the following question: How can a radio station collaborate to build a citizenship with values?

LA SITUATION CANARIENNE ET LE MODÉLE ECCA

L'expérience de Radio ECCA et de l'environnement médiatique des Iles Canaries constitue la matière première de la réflexion exposée dans les pages suivantes. Quelle est la fonction sociale et éducative des médias? Quel rôle jouent-ils actuellement? Mais surtout, les auteurs ont pour but de répondre à la question suivante: quelles sont les conditions pour que la radio puisse collaborer à la construction d'une citoyenneté ayant des valeurs?

LA SITUACIÓN CANARIA Y EL MODELO ECCA

Colectivo Radio y Educación[1]

La experiencia de Radio ECCA y del entorno mediático de las Islas Canarias constituye la materia prima de la reflexión que se plasma en las siguientes páginas. ¿Qué función social y educativa hacen los medios de comunicación? ¿Qué papel desempeñan en la actualidad? Pero, sobre todo, los autores pretenden responder a esta cuestión: cuáles son las condiciones de posibilidad para que la radio pueda colaborar en la construcción de una ciudadanía con valores.

Los medios de comunicación están presentes en las vidas de las personas. La radio desempeña un papel específico. Ni los medios escritos ni la afluencia de contenidos a través de la red ocupan el espacio de la radio como lugar para informarnos, ampliar nuestros conocimientos o llenar el tiempo de ocio. El pequeño transistor está puesto mientras trabajamos en la oficina o en el taller, mientras conducimos, mientras atendemos las tareas del hogar. Por eso, el índice de penetración de la radio en la población española, según el EGM, no baja jamás del 50% y puede alcanzar el 57%, sólo superada por la televisión, que alcanza al 90% de la población[1].

Ni los medios escritos ni la afluencia de contenidos a través de la red ocupan el espacio de la radio

Por otro lado, actualmente no existe aquel concepto unitario que gobernó nuestra cultura radiofónica. Es probable que, en nuestro *imaginarium*, la "radio" no exista ya si no es a través de las múltiples emisoras. Las grandes cadenas nacionales - *SER,*

COPE, Onda Cero, Punto Radio - y algunas locales, casi siempre afiliadas a las primeras, nos presentan a sus principales figuras, que inciden en las opiniones de los ciudadanos y ciudadanas de nuestra sociedad. Pero, por supuesto, el mensaje no es único. No podemos argumentar que algo es así porque lo dijo «la radio», sino que le damos fiabilidad a lo que tal o cual comunicador o comunicadora nos manifiesta. Los nombres de un grupo de hombres y mujeres, como *Iñaki Gabilondo, Carlos Herrera, Gemma Nierga, Federico Jiménez Losantos, Nieves Herrero, Carlos Llamas, Julia Otero, Luis del Olmo, Concha García Campoy, César Vidal, Julio César Iglesias*, sugieren a cada oyente una valoración diferente.

En este artículo, pretendemos presentar la experiencia de *Radio ECCA*. En síntesis, lo que queremos exponer es que, en *ECCA*, tenemos una propuesta de cómo la radio puede ser un elemento creador de ciudadanía. Para mostrar esta convicción, abordaremos primero la experiencia que actualmente tenemos de la radiodifusión en el *Reino de España* y en la *Comunidad Autónoma de Canarias*. A continuación, señalaremos los elementos del contexto cultural, social, político y económico que, a nuestro juicio, condicionan la actual función de la radio y, en concreto, de una radio como *ECCA*. Nuestra reflexión fundamental se centrará en el análisis de las condiciones que deben darse para que la programación adquiera carácter formativo. Pretendemos mostrar cómo estos elementos se pueden articular en un proyecto como *ECCA*.

Tres distinciones

El panorama actual de las emisoras radiofónicas en *Canarias* nos permitiría hacer tres distinciones: sobre la titularidad u origen de la señal, sobre los contenidos y, finalmente, sobre el estatuto legal.

La primera distinción hace referencia al origen de la señal y a su titularidad. Existen dos grandes grupos: las cadenas de ámbito nacional y las emisoras locales. Esta división no es totalmente exacta, puesto que la mayoría de las emisoras locales alcanza acuerdos con las grandes cadenas . De ese modo, buena parte de su parrilla se emite al engancharse a la programación de alguno de los grupos más poderosos del país. Por supuesto, todos estos grupos, que hemos nombrado ya en la introducción, son conocidos por la mayoría de las gentes de las islas: *la SER*, propiedad del grupo *PRISA*; la cadena *COPE*, de la que la *Conferencia Episcopal Española* es accionista mayoritaria; *Onda Cero Radio*, vinculada a *Antena 3 TV* y a *Europa FM*; *Punto Radio*, del grupo mediático *Vocento*. Con dueños similares o parecidos, tenemos otras

cadenas de emisoras: *Radio Cien, Radio Cuarenta Principales, M-80 Radio, Intereconomía.*

Las emisoras locales mantienen, en *Canarias*, una programación muy diversa. Tenemos desde las emisoras que se centran en problemáticas muy autóctonas hasta las que se dirigen al público de lengua y origen extranjeros. Queda fuera de sitio la pretensión de hacer un análisis de la programación de estas emisoras locales. Sí podemos asegurar que desempeñan un papel desigual en función de las comunidades a las que se dirigen prioritariamente. Su valor, sin embargo, es indiscutible: acercan el medio a su población destinataria y convierten la realidad de la vida corriente en protagonista de las programaciones radiofónicas.

Una segunda distinción, pertinente a la hora de dibujar un primer panorama de las emisiones radiofónicas en *Canarias*, viene marcada por el tipo de programación que se puede escuchar en ellas. Esta distinción obedece a la que usa el propio EGM entre radio generalista y radio temática. Las radios generalistas mantienen una programación que, en síntesis, se basa en tres elementos: los informativos, las revistas radiofónicas y las agendas culturales. Tienen, sin duda, connotaciones ideológicas y diferentes estilos de aproximación a la realidad, pero discurren por esquemas de programación similares. Las grandes cadenas

Las emisoras locales acercan el medio a su población destinataria y convierten la realidad corriente en protagonista de la programación radiofónica

nacionales responden de forma bastante aproximada a esta descripción:

a) Informativo de primera hora, mientras la gente se levanta y acude a su trabajo.

b) Revista de la mañana, mientras la mayoría de la gente desempeña sus funciones laborales o domésticas

c) Informativo, al partir la jornada laboral (con espacios para la programación local).

d) Revista radiofónica de la tarde.

e) Informativo de tarde noche (con espacios especiales para los deportes o las agendas culturales).

f) Revistas nocturnas, normalmente tras los programas estelares de información deportiva, en torno a la media noche.

Lo cierto es que la situación del espacio radioeléctrico carece de una regulación clara y de una autoridad capaz de imponer esa regulación. En este panorama, Radio ECCA es la única emisora de titularidad canaria con ámbito y programación total y exclusivamente canaria

Se da también una programación diferente, más encaminada al ocio, conformada por las denominadas Radio Fórmula. *Cadena Cien, Radio Dial, M-80 Radio* y *Radio Cuarenta Principales* son, probablemente, las más conocidas. Su propuesta es fundamentalmente musical aunque, en algunos casos, incorporen pequeños paquetes informativos, algunos concursos que permiten la participación de los y las oyentes o, en determinados momentos, la conexión con su matriz para la emisión de algún programa estelar (casi siempre, del ámbito del deporte). Por supuesto, existen también radios que especializan su programación. Así tenemos *Radio María*, de inspiración católica, que programa una parrilla de contenidos eminentemente religiosos; *Radio Clásica* que, como su nombre indica, apuesta por una programación encaminada al disfrute de la denominada música clásica o *Radio Marca* que, por su parte, mantiene una emisión con contenidos deportivos.

La última distinción que pretendemos indicar hace referencia al estatuto legal de las emisoras. En *Canarias*, al igual que en todo el *Reino de España*, a la espera de que el *Ministerio de Industria*, antes de finales del año 2005, presente el nuevo panorama de regulación del espacio radioeléctrico mediante el Plan Técnico Nacional, existen muchas empresas que emiten de forma que podríamos denominar «alegal». De hecho, se ha constituido la asociación *RADICAN*, *Asociación de Radios Independientes de Canarias*, integrada por unas ochenta empresas de diferente entramado institucional. Lo cierto es que la situación del espacio radioeléctrico carece de una regulación clara y de una autoridad capaz de imponer esa regulación.

Dentro de este panorama, *Radio ECCA* tiene dos particularidades importantes: es la única emisora de titularidad canaria con ámbito y programación total y exclusivamente canaria y es la propietaria de todos sus centros de emisión. Su programación docente la sitúa en el ámbito de las emisoras temáticas, aunque su programación no docente tiene una configuración más cercana a las radios generalistas; en ella to-

dos los elementos significativos nos invitan a entenderla como una radio cultural y de servicio.

La voz de su amo

En nuestra sociedad mediática, donde la comunicación es poder, los grupos de medios representan, con frecuencia, la defensa de determinados intereses. No corresponde a este artículo emitir juicios de valor sobre la tarea que hace determinado grupo mediático ni qué intereses puedan estar detrás de los mismos. Sin embargo, sí podemos hacer algunas observaciones generales, que son pertinentes a nuestro tema: la capacidad que tienen los medios de comunicación de conformar ciudadanía con valores sociales.

1) La pluralidad de los medios es, en sí misma, un elemento de educación social para la democracia. La sociedad canaria, al igual que sucedió con el conjunto de la sociedad española, partía de una visión monolítica de la realidad que nos llegaba a través de un grupo de medios controlados por la administración pública de la dictadura franquista. Las emisiones radiofónicas daban cabida sólo a los datos y las opiniones que aquel poder incívico podía permitir. Los pequeños márgenes legales de libertad aparecían vinculados a la Iglesia y sus emisoras, que partían de una afinidad con el régimen que se fue diluyendo con el tiempo. El otro polo de libertad, situado al margen de la estrecha legalidad, se encontraba en las emisiones que provenían del extranjero. Por eso, la llegada de la libertad y la explosión de múltiples grupos mediáticos fueron un signo positivo. Los medios de comunicación y, en concreto la radio, ayudaron a articular la sociedad de un modo más plural. En el momento actual, las empresas radiofónicas, al reflejar intereses diversos y visiones diferentes sobre la realidad, ayudan a crear una ciudadanía que sabe ser más tolerante y, a la vez, tener más fundamento para la propia toma de posición.

2) El poder y las dimensiones de algunos medios crea situaciones de «cuasimonopolio» en algunos espacios concretos. No nos referimos únicamente a la situación de las grandes cadenas y los grandes grupos que, efectivamente, en determinados espacios, pueden ser las únicas opciones del dial. Hablamos también de las pequeñas emisoras locales

En nuestra sociedad mediática, donde la comunicación es poder, los grupos de medios representan, con frecuencia, la defensa de determinados intereses

que, en su ámbito, pueden convertirse en el único catalejo por el que el público en general se acerque a la realidad inmediata. Lo cierto es que se vive mundialmente un proceso de concentración de las empresas y los poderes económicos. Eso mismo sucede en *España* y, por ende, en *Canarias*. Algunos grupos mediáticos cuentan con periódicos, televisión, radio, editoriales, empresas de cine, e igualmente con experiencias empresariales en otros campos: hostelería, inmobiliaria, y más. Esa amplitud de presencia también adquiere a, veces, una profundidad excesiva: tener muchos puntos en el dial o ser la única emisora capaz de estar en el dial de determinada población. Como la necesidad de lucro económico es muy importante, en nuestras islas con menos población o en determinadas zonas de mayor dificultad orográfica sucede que el abanico de posibilidades se restringe y está en manos de poderes económicos muy determinados.

3) La libertad de los medios es, igualmente, creadora de ciudadanía. Es evidente que, en el mundo occidental, las libertades formales alcanzan a nuestros medios. No hay un poder político que controle su actividad y la dirija de forma coercitiva. La existencia de la radio pública, con su actual estatuto, no entra en competencia desleal ni reduce las posibilidades de la libertad. Sin embargo, hay amenazas evidentes:

a) La concentración del poder económico en algunas pocas manos que atraen hacia sí a determinados medios como un área más de su negocio y los convierten en el escaparate en el que exponen o disfrazan sus intereses.

b) El maridaje entre las opciones políticas organizadas y los grupos que controlan los medios. La segunda amenaza se concreta en nuestra situación canaria de una manera suficientemente abierta como para que, con relativa facilidad, la opinión pública identifique a las cabeceras de periódico o a las emisiones radiofónicas con los intereses de una determinada formación política. Sin embargo, la primera amenaza, la de la defensa de intereses empresariales o económicos a través del control de determinados medios, exige una observación más atenta o un conocimiento de los intereses que no están fácilmente a disposición del público en general. En buena medi-

Lo cierto es que se vive mundialmente un proceso de concentración de las empresas y los poderes económicos

da, esta situación hace pensar en nuestros medios como «la voz de su amo». Esos «amos», dado el nivel de inversiones y de gestión que exigen el manejo actual del sector, sólo pueden ser de dos tipos: los que obtienen su poderío directamente del respaldo político o institucional, y los que tienen un poder económico propio suficiente.

4) La ética periodística, es decir, de las empresas de la comunicación y de las personas que trabajan en estos ámbitos, no tiene la claridad que necesitaríamos. Gracias a la iniciativa del grupo de *Izquierda Unida*, entró en el Congreso de los Diputados una propuesta de ley para un *Estatuto del Periodismo*. La medida resulta muy discutible y todas las empresas periodísticas, sea cual sea su orientación ideológica, han manifestado sus objeciones, no pequeñas, a un texto que, en su primera fase de redacción, quería atribuir al poder político fuertes controles sobre la actuación del colectivo de periodistas. Sin embargo, este debate no es ajeno a una sociedad que, en general, se siente indefensa ante el poder de los medios y de los comunicadores/as. La libertad de expresión, sin duda un valor para la sociedad en su conjunto, es vivida como una excusa para la mentira y la agresión o para el encubrimiento, sin más, de intereses económicos o políticos poco confesables. Los mensajes simples y contundentes, los mensajes poco matizados, sustituyen con facilidad a la expresión más articulada de una realidad compleja. En los medios de comunicación, la virulencia de la batalla política parece empeñada en dejar poco hueco a quienes pretenden hacer una labor informativa «apartidista». La no distinción entre opinión y datos lleva, al menos en algunos casos, a la impresión de que los datos no importan o que son siempre utilizables como instrumento de creación de una determinada opinión pública. Por otro lado, la cada vez más frecuente mezcla entre información y publicidad traslada la credibilidad de los comunicadores y comunicadoras a la credibilidad de las empresas que anuncian. Quien paga, manda.

5) El mundo de valores de los medios de comunicación es muy coherente con el mundo de valores de la sociedad en la que actúan. Se trata de un efecto lógico de la introducción de los medios en la sociedad

La no distinción entre opinión y datos lleva, al menos en algunos casos, a la impresión de que los datos no importan

del mercado. Los medios viven de la publicidad. La publicidad se acerca a los medios en función de los índices de audiencia. La audiencia se consigue, fundamentalmente, manteniéndose dentro del marco de lo aceptable para la sociedad en la que los medios nacen y viven. De ese modo, las divergencias que encontramos en los medios son las mismas divergencias que está dispuesta a tolerar la sociedad española, o canaria en nuestro caso, sin cambiar de dial. Es cierto que esas divergencias tolerables, manejadas con habilidad, arrastran a la audiencia en una dirección u otra, radicalizando sus posturas. Por otro lado, los valores que inspiran a las empresas periodísticas no son siempre coherentes consigo mismas. Unas veces, los márgenes de libertad que existen dentro de las propias empresas generan visiones enfrentadas o, al menos, divergentes dentro de la propia programación. Otras veces, mientras la labor de los sujetos comunicadores pueda encaminarse hacia unos valores, la publicidad, exigencia de la economía del medio, se mueve con referentes éticos muy diferentes. En la televisión, no es extraño que un programa pretenda resaltar la relación igualitaria entre los géneros mientras un anuncio de automóvil cuela la idea subliminal de que, junto con el auto, se entrega una «top model» al decidido comprador. En la radio, los valores de un consumo responsable se combinan con el mensaje mercantilista de un consumo frecuente y sin medida.

Mientras la labor de los sujetos comunicadores pueda encaminarse hacia unos valores, la publicidad se mueve con referentes éticos diferentes

Canarias: islas

Radio ECCA nació en *Canarias* en 1965. La situación social y cultural del Archipiélago hizo conveniente y posible su expansión y la prolongación en el tiempo de su programación. Hoy, aunque la *Fundacion ECCA* actúa en muchas áreas de la *España* peninsular o en las propias *Islas Baleares*, su emisora está radicada en *Canarias* y, al margen de quienes puedan seguirla a través de Internet, tiene entre sus oyentes habituales a los habitantes de la Comunidad Canaria.

Desde la época en que se emitieron los primeros programas han pasado cuarenta años. En esas cuatro décadas, el panorama de las Islas ha cambiado. Estamos convencidos de que los medios, todos ellos, actúan siempre en un contexto, condicio-

nados por él y con pretensión de actuar sobre él. Por eso, en este apartado pretenderemos señalar algunas condiciones del contexto canario que, a nuestro juicio, condicionan sobremanera la pretensión de *Radio ECCA* de ser una emisora capaz de alentar los procesos de creación de ciudadanía con valores sociales en esta comunidad.

1. En *Canarias* somos islas. Se trata, sin duda, de un elemento constitutivo de nuestra realidad y que nos caracteriza en dos direcciones: hacia dentro y en nuestra relación con el mundo. Hacia dentro, el carácter insular genera espacios fragmentados. La economía, la cultura, la organización política, la vivencia religiosa tienen la marca de la insularidad. El conflicto casi permanente entre las dos islas capitalinas y de estas con las que tradicionalmente se denominaron «menores» es sólo una manifestación, probablemente la más agresiva, del carácter insular de quienes habitamos en las islas. Hacia fuera, en nuestra relación con el mundo, las gentes de *Canarias* «nos vivimos» con una fuerte peculiaridad. La distancia frente al territorio continental del que formamos parte política; la tradicional relación cultural con *Latinoamérica* (sobre todo el *Caribe*, pero no únicamente); y la vecindad con *África*, un continente del que nos hemos sentido cultural, política, religiosa y económicamente tan distantes, nos ha dado una conciencia de identidad regional que, en ocasiones, pudiera parecer contradictoria con el fragmentarismo del territorio que ocupamos. Los medios de comunicación tienen, sin duda, un condicionante en ambos sentidos.

> Hacia dentro, el carácter insular genera espacios fragmentados (...). Hacia fuera, en nuestras relaciones con el mundo, las gentes de Canarias nos vivimos con una fuerte peculiaridad

2. En *Canarias* no estamos aislados. Ni nuestra historia, hecha del mestizaje y de las rutas de paso que provenían o fenecían en *Europa*, ni nuestra situación actual lo permiten. Hay tres elementos que queremos resaltar en este sentido:

a) La realidad político-institucional de *Canarias* pretende evitar las tendencias al aislacionismo. La *Comunidad Autónoma*, aunque da un fuerte papel de gestión a los *Cabildos*, dota de un amplio poder legislativo al *Parlamento* de *Canarias*, que establece normas válidas para todas las personas residentes en las Islas, sea cual

sea, aquella en la que habiten. Del mismo modo, la pertenencia al *Reino de España* y, a través del mismo, al marco multinacional de la *Unión Europea*, remandan continuamente a la comunidad canaria hacia un ámbito de identificación social mucho más amplio, el de *Europa* y el del mundo occidental.

b) La realidad económica de las Islas es, cada vez más, la de una red de intereses compartidos. Es cierto que algunas Islas mantienen una predominancia agrícola y, en otras, los servicios, principalmente la hostelería, ocupan el primer lugar. Sin embargo, se observa un aumento progresivo del número de pequeñas empresas que dejan el ámbito de su isla para actuar en el conjunto de ellas, como un mercado único. Para ello, el esfuerzo en la mejora de la red de transportes parece una tarea decisiva. Pero, además, la situación geopolítica de las Islas las vuelca a un tipo de relación con el exterior de fuerte contenido económico. Las empresas canarias de hostelería actúan ya en el *Caribe*, la *España* peninsular o la costa occidental del *Magreb*. Cada vez más, las compañías *Canarias* tienen intereses en *Cabo Verde*, *Senegal* o *Mauritania.* Las relaciones con *Europa* son intensas: la llegada de sus turistas, las exportaciones de productos agrícolas y la consideración de las Islas como objetivo uno de la política de cohesión de la *Unión Europea*.

c) La cultura canaria es una cultura vinculada sin duda, por sus valores y por sus mitos, con el mundo latino, con el hispano, con el europeo, con el de Occidente. Cada una de las islas tiene su peculiaridad cultural, y el habla expresa buena parte de esas peculiaridades en el uso de algunos vocablos y giros, en los acentos y ritmos, o en la pronunciación de determinados fonemas en función de su situación en la palabra. Estas peculiaridades, y otras, no dejan de ser riqueza para un entramado cultural común, que suma la herencia de los pobladores prehispánicos a la que los diferentes grupos posteriores han ido introduciendo.

3. Estas dos características anteriores matizan todos los demás elementos del contexto en el que vivi-

Cada una de las islas tiene su peculiaridad cultural, y el habla expresa buena parte de esas peculiaridades en el uso de algunos vocablos y giros, en los acentos y ritmos, o en la pronunciación de determinados fonemas en función de su situación en la palabra

mos. Estos otros elementos son los propios del mundo occidental actual. De ellos hay cuatro que queremos resaltar especialmente: la sociedad de la globalización, la sociedad multicultural, la sociedad políticamente abierta y la desigualdad socioeconómica entre norte y sur.

a. Cuando *ECCA* nació, hace cuarenta años, vivíamos en una sociedad que apenas conseguía salir de la autarquía de la posguerra española. La relación que las personas de las islas teníamos con el mundo exterior era casi exclusivamente la de la emigración o la de la llegada de funcionarios provenientes de la *España* peninsular. Hoy, las economías están mezcladas y la mirada a nuestros problemas tiene que ser muy amplia. Las costumbres y los valores de las jóvenes generaciones isleñas no son tan distantes de las de los chicos y chicas de *Londres, Johannesburgo, Nueva York o Barcelona*. El desarrollo del comercio pone en nuestros mercados productos de todo el mundo. Los seguidores de *U-2*, *The Beatles* o *La Oreja de Van Gogh* no están en desventaja con los de *Taburiente, Los Sabandeños o Mestisay.* Con un equipo que ya existe en el treinta por ciento de los hogares de las Islas, podemos seguir la *BBC*, una emisora de *Beijing* o *Catalunya Radio*. El *Riveiro* o el *Alvariño* compiten en el mercado con los vinos franceses o los herreños. A todo esto, que tiene un poder enorme de «uniformización» de hábitos de consumo, valores de vida y costumbres éticas, llamamos globalización.

b. La proximidad con *África* y la querencia con *América* hizo siempre de las *Islas Canarias*, sobre todo de las islas con mayor actividad portuaria, un lugar para el contacto de las culturas. La comunidad hindú, repartida por las islas, es un claro reflejo de ello. Sin embargo, es a partir de la inversión económica de los setenta y de la entrada en la *Unión Europea*, cuando *Canarias* se convierte en destino de personas que provienen de otros contextos culturales de forma más masiva. Nuestras empresas en la costa occidental de *África* tienen, del otro lado de la moneda, la llegada a nuestras tierras de muchos hombres y mujeres que buscan escapar de su situación económica deprimente. Estas personas vienen con grupos suficientemente capaces de mantener la pro-

Las costumbres y los valores de las jóvenes generaciones isleñas no son tan distantes de las de los chicos y chicas de Londres, Johannesburgo, Nueva York o Barcelona

No parece un objetivo razonable la mera disolución cultural de quienes llegan a nuestra sociedad

pia peculiaridad cultural. La gente que llega es, culturalmente, extraña para quienes ya habitamos aquí. Los tiempos en que vivimos nos abocan a una necesaria convivencia. En el modelo a seguir, tenemos muchos ejemplos que nos preceden. No parece un objetivo razonable la mera disolución cultural de quienes llegan a nuestra sociedad, con aportaciones en todo caso simbólicas referentes a su folclore o exotismo. Tampoco parece razonable pretender la creación de realidades sociales separadas radicalmente a modo de guetos, como se ha producido en algunas sociedades occidentales. La multiculturalidad es, en buena medida, una consecuencia y un gen defensivo frente a la globalización uniformadora.

Tampoco parece razonable pretender la creación de realidades sociales separadas radicalmente a modo de guetos

c. Siguiendo la terminología de *K. R. Popper*, debemos decir que *Canarias* es hoy una sociedad abierta. El concepto es fundamentalmente político. Por sociedad abierta se entiende aquella que permite las denominadas libertades democráticas: reunión, asociación, expresión, culto, etc. Se trata de una sociedad abierta porque no propone un único horizonte político para la vida de las personas y porque permite la introducción, a través de sus ordenamientos regulados, de ideas y propuestas que puedan hacerla evolucionar. Por supuesto, el sistema tiene sus disfunciones. Es posible que, tal y como señala el profesor *Marina* en *«La inteligencia fracasada»*, determinados modos de organizar la sociedad puedan sugerir a algunas personas que todo vale, que todo da lo mismo, y que no hay valores ni principios por los que regirse. Igualmente, es posible que la fragilidad de los controles o la debilidad de la ética social pueda llevar a algunas instituciones a que se dé una tolerancia impotente ante la corrupción, tanto del funcionariado como de quienes nos representan políticamente. Del mismo modo, el sistema representativo, que es el que usamos para abrir nuestra sociedad, puede generar una profesionalización de la gestión social y política. De ese modo se crea una casta especial para quienes se dedican a la misma y, a la vez, la ciudadanía

común se inhibe de su compromiso con la «res publica».

d.La llegada masiva de personas provenientes de entornos cercanos ha hecho que *Canarias* tome conciencia de su lugar en la frontera de la pobreza. *Canarias* está dentro de la U.E. y su economía protegida de mercado la sitúa en los niveles de ingresos de los denominados países desarrollados. Sin embargo, el ámbito geográfico del norte del *África* Occidental es un ámbito de pobreza. Quienes llegan a las Islas vienen huyendo de la miseria económica cuando no de la opresión política. Del mismo modo, muchas personas provenientes de Latinoamérica encuentran un nuevo hogar en las Islas. Aunque su llegada se da en circunstancias menos dramáticas, al menos en apariencia, es la misma pobreza y la inestabilidad social y política la que les hizo salir de su tierra a la búsqueda de nuevos horizontes. Se trata de síntomas de una realidad más profunda: vivimos en un mundo radicalmente desigual, donde los recursos económicos y los niveles de vida se concentran en unos pocos países y dejan de la mano a continentes enteros.

> Del modo en que los medios se usan depende, en alguna medida, qué cosas son aceptables para una sociedad y cuáles no

Lo real y lo virtual

Los medios tienen una fuerte función social. Del modo en que ellos se usan depende, en alguna medida, qué cosas son aceptables para una sociedad y cuáles no. Muchas veces, en mitad de los conflictos políticos o en las campañas para ganar unas elecciones, observamos que las opiniones de los contendientes tienden a moverse en el ámbito de lo socialmente aceptable, mientras que los elementos que usan para diferenciarse tienen más que ver con la credibilidad personal o de la organización política.

Desde que *Peter Berger* y *Thomas Luckmann* cerraran el círculo de la sociología del conocimiento en su libro «La construcción social de la realidad», sabemos que los principios éticos que guían a las personas tienen un referente social fundamental. Los valores que orientan las vidas de los seres humanos son valores aceptables para la sociedad en la que viven, son valores plausibles, o son, por el contrario, valores ajenos a la misma y, en ese sentido, heréticos. Sólo algunas herejías

Sólo algunas herejías triunfan: lo hacen porque los medios con las que son comunicadas son suficientemente loables, aceptables o creíbles para el conjunto de la sociedad

triunfan: lo hacen porque los medios con las que son comunicadas son suficientemente loables, aceptables o creíbles para el conjunto de la sociedad. De ese modo, las herejías dejan de serlo y, una vez aceptadas, se convierten en valores que orientan la vida de las personas en una comunidad determinada.

El poder de crear valores aceptables está, por tanto, en alguna medida, en los medios que se usan para comunicarlos. A lo largo de la historia, este poderío llevó a ampliar, en un triple paso, los derechos a la información y la comunicación. Nacieron a la contra; es decir, nacieron para frenar el poder político que los usaba en beneficio propio. En un primer momento, durante el siglo XIX, apareció la libertad de prensa (en otras palabras: la libertad de quienes tenían medios para montar las empresas editoras, ¡por tanto, el derecho de un pequeño grupo de seres privilegiados!); con el siglo XX, se trató de plasmar, en una serie de estatutos del periodismo, la libertad de profesionales de la prensa, de escritores/as y periodistas (igualmente, un grupo privilegiado dentro del conjunto de la sociedad); sólo posteriormente, con la declaración de los derechos humanos, se señaló que el sujeto del derecho a la información y la comunicación era toda persona, por el mero hecho de serlo.

En la actualidad, el panorama que reflejábamos en la primera parte de nuestro artículo, nos invita a algunas reflexiones:

1) Los medios son la realidad. Los pensadores estructuralistas formularon que las personas son el lugar en el que habla su cultura. El pensamiento postmoderno, dando una vuelta de tuerca, entendió que el hiperrealismo de los medios de comunicación, con la programación en vivo y en directo, con la llegada del color y el sonido de alta fidelidad, empezó a hacer indistinguible lo mediático de aquello que realmente sucedía. Lo real y lo mediático son, para espectadores o espectadoras o para quienes escuchan una emisión radiofónica, una misma cosa.

2) Los medios deciden, en buena medida, la jerarquía de realidad de las cosas. Una emisora de televisión decide qué cosa es lo importante en

un día: lo sitúa en el mejor horario y le dedica un tiempo determinado.

3) Los medios deciden, al menos en parte, la categoría de realidad en la que un acontecimiento debe estar. El carácter de «noticia» se adjudica a determinados acontecimientos y no a otros; otros sucesos adquieren el carácter de «espectáculo» o de «ocio». Un director de informativo decide que el estreno de una película debe ser relatado durante el telediario de máxima audiencia, tras las noticias deportivas. Además de garantizar un cierto relajamiento para algunos espectadores y espectadoras que han escuchado entre indiferentes y atónitos el listado habitual de conflictos y malas noticias, el producto cinematográfico elegido adquiere una relevancia que pasaría desapercibida si únicamente ocupara un lugar en el programa especializado en cinematografía.

4) Sin embargo, los medios no deciden la categoría en que un hecho de realidad debe clasificarse. Una tragedia es una tragedia y un acto deportivo es únicamente eso. Es posible que el partido de fútbol en el que *España* perdió la posibilidad de acceder directamente a la fase final del mundial fuera seguido por más gente que la que dedicó la misma intensidad de seguimiento a los efectos de los huracanes en el Caribe. No obstante, la categoría de la realidad en un hecho y otro, por más que aparecieran en los noticiarios del día, no son la misma. Y la gente es capaz de distinguirla.

5) Los medios tampoco tienen la capacidad absoluta de establecer la jerarquía de la realidad. Seguramente, el número de minutos dedicado a la lesión de una estrella futbolística pueda ser mayor que el número de minutos dedicado a la huelga de los pescadores con motivo de los precios del gasóleo. La valoración que nos merece un acontecimiento y otro no va en función exclusivamente del lugar que ocuparon en los medios.

6) Finalmente, sin embargo, los medios no son la realidad. La mayor parte de las cosas importantes que nos suceden a cada uno y cada una en la vida no aparece en los medios

Finalmente, sin embargo, los medios no son la realidad. La mayor parte de las cosas importantes que nos suceden a cada uno y cada una en la vida no aparece en los medios de comunicación. Estas cosas son, si cabe la expresión, mucho más reales

de comunicación. Esas cosas son, si cabe la expresión, mucho más reales.

La radio y su función social: condiciones de posibilidad

Atribuimos a la radio una función social: la creación de ciudadanía. A lo largo de este artículo hemos señalado algunos elementos que reflejan el mundo en el que esa radio tiene que desempeñarse. Desde la experiencia de *ECCA*, podemos señalar algunas condiciones de posibilidad para esa misión.
Se trata, fundamentalmente, de estas cuatro:

a) Una misión clara y definida.

b) Un medio libre y creíble.

c) Un grupo de profesionales capacitados/as y que creen en lo que tienen entre manos.

d) Una programación respetuosa con la audiencia y orientada a lo cultural y al servicio.

ECCA tiene una misión clara y definida. La encontramos plasmada en los estatutos de la Fundación que le da respaldo jurídico y resulta evidente para su público: llevar la mejor formación posible al mayor número de personas. Aunque *ECCA* dedica una serie de espacios docentes a cumplir esta misión, no es, sin embargo, exclusiva de los mismos. Todas las actividades y todos los programas de *ECCA* se orientan hacia la misión.

En lo que se refiere a la segunda condición de posibilidad, la libertad y la credibilidad de *ECCA* se definen a partir de diversos parámetros. En síntesis, son estos tres:

La historia de ECCA exige su libertad y justifica su credibilidad

a) La historia de *ECCA* exige su libertad y justifica su credibilidad.

b) El entramado institucional que la sostiene es un sistema de equilibrios fuerte.

c) Su modelo de financiación le permite situarse como una radio cultural y de servicios.

Como decimos, es la propia historia de esta Casa, marcada siempre por el concepto y la dedicación a la sociedad en la que está, la que posibilita su credibilidad y su libertad. Esa marca actúa en todos los niveles. Actúa en la audiencia de *ECCA* que le concede la credibilidad que tienen las instituciones fiables que se prolongan en el tiempo. Actúa en los y las profesionales de *Radio*

ECCA, que se saben exigidos por un servicio de calidad y de ética. Actúa también en el entramado institucional que da entidad jurídica a *Radio ECCA*, que no tiene otro fin que mantener su orientación al servicio de la comunidad.

Efectivamente, el Patronato de la *Fundación ECCA* fue pensado para incorporar a todos los sujetos de la acción formadora de la Institución. La presencia de la *Administración Pública* permite que *ECCA* sea visualizada como un servicio público, por más que la iniciativa privada la hiciera nacer y hoy le dé también sostenimiento. La presencia de la cofundadora *Compañía de Jesús* y otras entidades eclesiales permite señalar siempre los grandes fines éticos que se inspiran en el humanismo cristiano. La presencia de otras entidades de la sociedad civil ayuda a mantener su libertad frente a los organismos más poderosos. La presencia del propio colectivo de profesionales y de los destinatarios y destinatarias de la Institución dota a la gestión de la *Casa* de un grado de realismo necesario para el servicio que se pretende llevar a cabo. Es ese *Patronato* el responsable primero de la financiación de la Institución. Se trata de ingresos provenientes de origen fundamentalmente público, aunque también de las tasas pagadas por las propias personas destinatarias o del mecenazgo. Todo ello permite a *ECCA* prescindir de los avisos comerciales en su programación y, de esa manera, evita competir en el mercado de la publicidad con otras empresas del sector.

La tercera condición de posibilidad nos refiere directamente al equipo de personas que se responsabilizan de la marcha de la Institución. Frente a otros tipos de relación formativa en la que se da el contacto directo, los medios masivos distancian a la persona del destinatario de su mensaje. Sabemos que, en toda relación de comunicación, la presencia y la imagen física, la reconocida, condiciona tanto la emisión como la recepción de los mensajes. La relación que se establece a través de los medios masivos elimina esa presencia inmediata y la reviste de cierto anonimato. Las personas que trabajan en el medio conocen sólo un destinatario colectivo, una población meta a la que se dirigen de forma genérica. Del mismo modo, la personalización que el o la oyente hace de quien le habla a través de las ondas es, la mayor parte de las veces, la de un icono colectivo. En

La personalización que el o la oyente hace de quien le habla a través de las ondas es, la mayor parte de las veces, la de un icono colectivo

ese sentido, el carácter ejemplar que tiende a darse en toda relación educativa adquiere un perfil diferente en la relación mediática. Por un lado, se refuerza con el efecto multiplicador de quien llega a la vez a una multitud de personas en sus circunstancias particulares. Igualmente, se refuerza por la imagen de marca que tiene el medio concreto del que hablamos (en nuestro caso, por la imagen institucional de *Radio ECCA*). Por otro lado, se debilita por el anonimato. Todo esto nos permite formular que, para que la programación de *Radio ECCA* sea efectiva en su pretensión de posibilitar ciudadanía, los hombres y mujeres que trabajan en ella colaboran en la misma línea, por más que mantengan las peculiaridades propias de cada uno o cada una, generando una imagen común: la de una radio cultural y de servicios.

Todo esto nos permite formular que, para que la programación de Radio ECCA sea efectiva en su pretensión de posibilitar ciudadanía, los hombres y mujeres que trabajan en ella colaboran en la misma línea, por más que mantengan las peculiaridades propias de cada uno o cada una

Finalmente, situábamos una cuarta condición de posibilidad: una programación respetuosa con el oyente y orientada a lo cultural y los servicios. De hecho, la programación no docente en *Radio ECCA* busca estas finalidades[2]:

- Animar a las personas adultas a que pongan los medios para su promoción cultural.
- Alentar la participación en las actividades culturales que tienen lugar en las diferentes islas.
- Fomentar el conocimiento, el aprecio y el compromiso con las peculiaridades culturales y religiosas de nuestra sociedad, su organización política, social y económica, y el medio físico en el que nos movemos.
- Promover el conocimiento de todas las islas, con sus peculiaridades, en el conjunto de la Comunidad canaria, y de esta última en cada una de las islas.
- Apoyar y estimular todas las iniciativas de diálogo intercultural e interreli-

gioso que se dan en nuestro entorno.

Una radio cultural y de servicio

Cuando debemos presentar y reflexionar la experiencia de *Radio ECCA* como entidad comunicadora, sobre todo cuando nos centramos en su programación no docente, una triple humildad debe presidir nuestra labor. En primer lugar, la de quien sabe que está al servicio de otros y otras y, en ese sentido, reconoce que esa sociedad tiene la fuerza y el poderío para resistirse a los empeños de manipulación o de monopolización de la realidad. En segundo lugar, con la humildad de quien sabe que un mal uso del poderoso instrumento que tiene en las manos podría destruir mucha humanidad. En tercer, pero no último, lugar, la humildad de quien sabe que no está en posesión de la verdad; puesto que, más bien, la verdad es algo que nos posee a nosotros y de lo que podemos ser instrumentos más o menos torpes, más o menos diligentes para su transmisión.

Creemos que esta reflexión es válida para todos los medios. También para todas las emisoras radiofónicas. Ciertamente, es necesaria en una institución, *Radio ECCA*, que no tiene otro fin que este: «llevar la mejor educación posible al mayor número de personas; sobre todo a aquellas que más necesidades culturales presentan».

Notas

[1] En la elaboración de este artículo participaron: Rosario Armas Fernández, Juan Carlos Hernández Atta , Braulio Trujillo Rodríguez (miembros del equipo de Programación de *Radio ECCA*), Ángel Fierro Domínguez (jefe de Programación de *Radio ECCA*), Manuel Martín Santana (ex profesor de *Radio ECCA*, actualmente profesor de Filosofía de Enseñanza Secundaria Obligatoria y Bachillerato), María del Carmen Palmés Pérez (directora de *Radio ECCA*) y Lucas López Pérez (director general de la *Fundación ECCA*).

[2] EGM mayo 2005, en AIMC. Resumen del EGM: www.aimc.es

[3] En el año 2001, en el marco del XV Seminario Regional de *Radio ECCA*, se abordó la cuestión de su *libro de estilo*. El acento se puso en que ECCA es un «instrumento para la participación». Fundamentalmente, se trató de responder a estas preguntas: 1) ¿Cómo motivar para el estudio? 2) ¿Cómo ser escaparate del acontecer propio? 3) ¿Cómo hacer región canaria? 4) ¿Cómo dar voz a los que no la tienen? Los fines que presentamos en nuestro trabajo entran, sin duda, en estas preguntas. Sin embargo, con una ampliación de la mirada a todo aquello que el fenómeno de la globalización genera: el diálogo intercultural e interreligioso.

NEW CHALLENGES FOR THE FORMATIVE RADIOS IN LATIN AMERICAN COUNTRIES

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.

NOUVEAUX DÉFIX 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 Dávila[1]

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.

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

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 hechos 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.

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

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

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 recluidos 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-

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 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 simbólica 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 ámbitos: 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

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

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 Estado - 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 angustiosa 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 educativos. La producción en general se vino abajo. Se perdió creatividad, imaginación.

Algunas radios se metían en la lucha por el rating

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-

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.

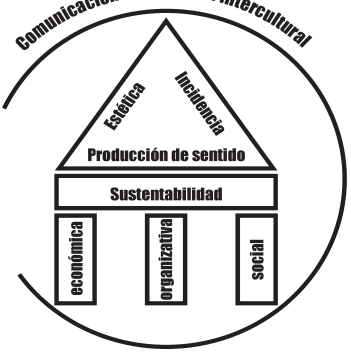
El proyecto político comunicativo

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 sentidio, 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 quehacer radiofónico de las instituciones afiliadas en ALER es la cultura,



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 punto 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 buscan 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 comunicación 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
RyE Boletín de personas adultas

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.

THE FORMATIVE RADIO AND THE CHURCH'S EXPERIENCE IN SOUTH AFRICA

More than a decade ago apartheid and confinement ceased to exist in South Africa. The author invites us to analyse the present scene of the radio broadcasting in this society. He compares the previous situation with the current one; he analyses the social control systems of the Public Administration on the broadcasting; and, finally, he reviews the situation of those mass media related to the Church and the position of the Church on the broadcasting media.

LA RADIO FORMATRICE ET LES EXPÉRIENCES DE L'EGLISE EN AFRIQUE DU SUD

L'Afrique du Sud sort de l'isolement et de «l'Apartheid» il y a un peu plus de dix ans. L'auteur nous invite à contempler le panorama actuel de la radiodiffusion dans cette société. Il compare la situation antérieure et l'actuelle, analyse les systèmes de contrôle social sur les émissions organisés par l'Administration Publique et, enfin, il étudie la situation des médias en relation avec les Eglises ou la façon de laquelle ces dernières se situent face aux médias.

LA RADIO FORMADORA Y LA EXPERIENCIA DE LAS IGLESIAS EN SUDÁFRICA

Rusell Pollitt[1]

Sudáfrica sale del encierro y del «apartheid» hace poco más de una década. El autor nos invita a mirar el panorama actual de la radiodifusión en esta sociedad. Compara la situación anterior con la actual, analiza los sistemas de control social sobre las emisiones organizados por la Administración Pública, y, finalmente, entra a repasar la situación de los medios de comunicación vinculados a las Iglesias o el modo en que estas se sitúan ante los medios de comunicación.

Sudáfrica se convirtió en un país democrático en 1994, hace 11 años. Antes de esto, la mayoría de los medios estaban controlados por el Estado y sometidos a una fuerte censura. La *South African Broadcasting Corporation* (*SABC*) tenía la situación bajo su control, al ser, entonces y ahora, el único grupo mediático en el país con las suficientes estaciones de radio emitiendo en diversas lenguas. Se trata de una entidad financiada con dinero del Estado y, por tanto, antes de 1994, utilizada por el Gobierno como instrumento de manipulación social y política en diversos temas de importancia. Hasta cierto punto, algo similar sigue sucediendo con el actual gobierno de *ANC* (*African National Congress*). Esto explica que, a lo largo de estos años de democracia, tengan lugar algunas fuertes controversias en torno al control de los medios y de las sutiles manipulaciones de la *SABC* que favorecen al Gobierno.

Las tecnologías de la comunicación han producido una revolución de los medios que los ha convertido en los catecismos y púlpitos de nuestros tiempos. Los medios no son neutrales. Tienen su propia epistemología y afectan las conciencias de un modo sutil, inconsciente e incomprensible para la mayoría de las personas. Esto sucedió de un modo claro y evidente en los años del

«apartheid» en *Sudáfrica*. Los medios formaban parte del régimen y lo ayudaban a profundizar en sus intereses. Los medios tienen una poderosa capacidad de persuasión e influencia; también en la *Sudáfrica* de nuestros días.

Ya había, antes de las elecciones democráticas de 1994, un número de pequeñas estaciones locales en diferentes lenguas. Sin embargo, será posteriormente a esa fecha cuando tenga lugar un fuerte crecimiento de las emisoras locales. En la actualidad, casi todas las provincias cuentan con cierto número de emisoras en sus propias lenguas comunitarias y con sus propias redacciones periodísticas. Todo ello conlleva la necesidad de una autoridad más estructurada y ordenada capaz de normalizar las emisiones públicas. Así, en el año 2000, junto con una serie de medidas de control, se unificaron algunos organismos existentes y se formó la *Autoridad de Comunicación Independiente de Sudáfrica* (*ICASA*, en sus siglas en inglés). Se trata de un organismo que supervisa y estudia todos los medios de comunicación del país, incluyendo las radioemisoras nacionales y locales. Del mismo modo, este organismo está encargado de dar las licencias que permiten operar a las diferentes entidades del sector. También se facilitan algunas licencias temporales que permiten a algunos grupos minoritarios emitir en determinada área geográfica durante algún tiempo. Finalizado el plazo de esta licencia, la misma entidad o comunidad puede aspirar de nuevo al permiso para emitir, si lo desea.

En la actualidad, casi todas las provincias cuentan con cierto número de emisoras en sus propias lenguas comunitarias y con sus propias redacciones periodísticas

Autoridad de Comunicación Independiente

La *Autoridad de Comunicación Independiente en Sudáfrica* es el organismo regulador del sector de las telecomunicaciones y las emisiones radiofónicas. Fue creada en julio del año 2000. Asumió las funciones de dos organismos reguladores preexistentes: la *Autoridad para la Regulación de las Telecomunicaciones en Sudáfrica* (*SATRA*, en sus siglas inglesas) y la *Autoridad para la Radiodifusión Independiente* (*IBA*, en sus siglas inglesas). Ambas entidades se acabaron fusio-

nando en *ICASA*, a fin de facilitar una regulación efectiva y sin fisuras de las telecomunicaciones en este proceso para adaptarse a las nuevas tecnologías.

La *ICASA* recibe su mandato a partir de cuatro estatutos: El Acta del año 2000, por la que se crea la Institución; el *Acta de Radiodifusión Independiente*, de 1993; el *Acta para la Radiodifusión*, del año 1999; y, finalmente, el *Acta de las Telecomunicaciones*, número 103, de 1996.

Este organismo, para interés público, regula las telecomunicaciones y las actividades de las entidades emisoras. Sus competencias claves son las siguientes:

- Establece las regulaciones y políticas que gobiernan todo el sector.
- Dispensa las licencias para los proveedores de servicios de telecomunicaciones y radiodifusión.
- Vigila el cumplimiento de las normas, regulaciones y políticas que tienen que ver con el sector.
- Actúa como árbitro en las disputas y conflictos entre las empresas o entre éstas y el público en general.
- Planifica, controla y dirige el espectro de frecuencias.
- Protege a los consumidores frente a prácticas empresariales ilegítimas, servicios de baja calidad o productos hirientes o insultantes.

La influencia de la radio en *Sudáfrica*

La radio es, y seguramente seguirá siendo, el medio más poderoso para llegar a la mayoría de la gente en *Sudáfrica* en el futuro previsible. Una amplia proporción de la población se encuentra en zonas rurales y en áreas con desventajas económicas. Esto quiere decir que, frecuentemente, para mucha gente, la radio se mantiene como fuente importante para la educación, la formación de opinión pública y el establecimiento de tendencias valorativas. Es la principal fuente de información para mucha gente en todo lo que se refiere a economía y política. Todo esto casa muy bien con el hecho de que un amplio porcentaje de la población de *Sudáfrica* permanece analfabeta o con un nivel

La radio es, y seguramente seguirá siendo, el medio más poderoso para llegar a la mayoría de la gente en Sudáfrica

La capacidad que muchas radios locales tienen para emitir en diferentes lenguas permite que muchas más personas tengan acceso a la radio en su propia lengua materna

educativo muy bajo y, por tanto, es incapaz de obtener información a partir de la prensa. Otro factor económico que influye en esta situación está en el hecho de que existe un índice de desempleo muy elevado; por lo que la mayoría de la gente de *Sudáfrica* posee un aparato de radio, pero no recibe diariamente el periódico pues resulta demasiado caro. En algunos lugares del país, no existe todavía alimentación eléctrica; de ese modo, la gente no tiene tanto acceso a la televisión y, en consecuencia, su principal fuente para recopilar información y formación vuelve a ser la radio. Esto empieza a cambiar en la medida en que cada vez más personas tienen acceso a la televisión. La capacidad que muchas radios locales tienen para emitir en diferentes lenguas (hay once lenguas reconocidas oficialmente en el país) permite que muchas más personas tengan acceso a la radio en su propia lengua materna y que, por lo tanto, quieran escuchar esas emisiones.

Esto supone mayor responsabilidad sobre los hombros de quienes manejan y hacen funcionar estas emisoras. Tienen un enorme poder de persuasión. Existe una emisora local en la provincia en la que vivo, *Kwa Zulu - Natal*, que es, fundamentalmente, una emisora musical. Con frecuencia me hace caer en la cuenta de cómo actúan sobre el establecimiento de tendencias entre la población joven de la provincia. La emisora parece, desafortunadamente, alinearse más y más con la música hip-hop / rap norteamericana (¡y con la moda que la acompaña!) y cada vez más jóvenes de la provincia se dejan influir por la misma. Durante una reciente velada en que la gente cantaba, pude comprobar personalmente cómo esta influencia es real: muchos de los jóvenes intentaban cantar las piezas emitidas por esta estación radiofónica. Más impresionante todavía es observar cómo no sólo cantan, sino que, además, siguen los modos de vestir y el estilo de los cantantes norteamericanos cuyos «hits» suenan en la emisora.

Parece que muchos partidos políticos, especialmente antes de las elecciones, usan también este medio para promover sus propias siglas – con su conjunto de promesas- a medida que se acerca la carrera elec-

toral. Esto sucede tanto en el ámbito nacional como local. De ese modo, las últimas y recientes elecciones locales tuvieron su publicidad en las emisoras de este ámbito. Igualmente, las emisoras locales sirven para transmitir algún encuentro político con las elecciones a la vista. Además, los partidos políticos, sobre todo aquellos que tienen dinero suficiente, pueden usar y usan los medios para convocar a la gente a los diferentes encuentros populares políticos.

Actualmente, los sindicatos han puesto en marcha una acción en todo el país contra el desempleo, la pobreza y los recortes laborales en varios sectores de la economía. La radio pública ha sido utilizada de forma muy amplia para radiar la huelga que tiene lugar cada lunes en diferentes puntos del país.

El impacto de la radio en *Sudáfrica*

Se hace difícil averiguar el impacto real de la radio en *Sudáfrica*. Podemos decir con verdad que ya existen emisoras de radio en la mayoría de las lenguas habladas en el país por la mayor parte de los grupos culturales. A menudo, estas emisoras se localizan en comunidades específicas de una concreta área geográfica a cuyas necesidades pretenden responder. La mayoría son de propiedad privada, con un titular corporativo o con una organización no gubernamental (muchas veces una comunidad religiosa) detrás y sosteniéndose con la publicidad que generan. La radiodifusión es una actividad muy cara en *Sudáfrica*. La mayor parte de los gastos se van en proveer los equipos, en los salarios de las personas y, también, en el pago de los impuestos y tasas fijadas por las autoridades comunicativas como *ICASA*.

A lo largo de los últimos años, se manifiestan algunas tendencias que pueden indicarnos el poder de la radio en *Sudáfrica*. Cada vez más emisoras pasan del modelo «revista» al de «talk radio»[1]. La emisora en inglés de carácter nacional parece especialmente decidida a adoptar este formato radiofónico, de modo que la mayoría de sus espacios se han convertido ya en «talk shows». Incluso existen algunas emisoras, mayoritariamente locales, que fueron preconcebidas como emisoras privadas con formato «talk radio». Se trata, en la actualidad, del estilo de radio con más éxito en *Sudáfrica*, adoptado por un amplio

Cada vez más emisoras pasan del modelo «revista» al de «talk radio»

número de emisoras. Los temas que se abordan en el espectro radiofónico se convierten en objeto de charla en las ondas: cuestiones políticas, económicas, religiosas, sobre salud, coleccionismo, cuidado de animales. Probablemente, encontraremos factores históricos y sociales para explicar el desarrollo de la «talk radio».

En *Sudáfrica*, antes de 1994, la situación de aislamiento suponía que la sociedad estaba incapacitada para expresar su opinión en foros públicos. La llegada de la democracia en 1994 significó una doble apertura: por un lado, hacia el resto del mundo; pero, también y sobre todo, del propio país hacia él mismo. Por lo tanto, temas que en el pasado se consideraban tabú pasaban a la plaza pública y quedaban expuestas al debate. La gente quiere expresar y discutir las diferentes materias, y la «talk radio» se ha convertido en el modo más popular de hacerlo. De cualquier manera, la «talk radio» se convierte así en un signo de la voluntad de la sociedad sudafricana, de sus ciudadanos y ciudadanas, de participar en la democracia del país tomando parte en el debate sobre los temas que se discuten en el foro público de la radio.

La mayoría de los contenidos de la radio sudafricana son de producción propia. Lo contrario de lo que sucede con la televisión, que consiste fundamentalmente en shows norteamericanos emitidos por las estaciones nacionales. De hecho, en lo que a la radio se refiere, hay muy pocos contenidos de producción internacional. Esto se debe a cierto número de razones. En primer lugar, en *Sudáfrica*, frente a lo que sucede con los países de su entorno, la gente no suele estar atenta a las radios internacionales. Sorprende ver cómo en *Nigeria* o Zambia la gente dedica su tiempo a escuchar canales como la *BBC*. Existe, en esos países, una cultura de audiencia que lleva a la población a la escucha de las emisoras internacionales. Esto no sucede en *Sudáfrica*, muy posiblemente debido a una historia de aislamiento del país y de su gente. La recepción de emisoras internacionales era pobre como era pobre el número de señales debido a las sanciones impuestas al país, de modo que la gente nunca adquirió el hábito de escuchar emisoras de

La mayoría de los contenidos de la radio sudafricana son de producción propia. Lo contrario de lo que sucede con la TV

otros entornos. Más y más estaciones locales conectan ahora cierto número de veces al día para emitir programas de emisoras internacionales como la *BBC*, la *CNN* o la «Voice of America». Otro factor, principalmente entre la gente negra, ha sido la barrera lingüística. Para muchos, el inglés- que es la lengua más común de las emisoras internacionales- es, habitualmente, una segunda, tercera o, incluso, cuarta lengua. Ciertamente, no es la lengua que escogerían para escuchar la radio.

La radio se usa igualmente para advertir a la gente, diariamente, sobre el flujo del tráfico en torno a los centros más importantes. Algunas emisoras de radio –de titularidad privada-, tienen su propio helicóptero que vuela mañana y tarde para determinar el tráfico desde el aire y dar informaciones en directo que faciliten el traslado hacia o desde el trabajo. Ha quedado demostrado que se trata de una actividad muy popular. Aunque se trata de un servicio demasiado caro que ha frenado a algunas empresas; otras, en cambio, han extendido el servicio incorporando paramédicos al equipo del helicóptero, de modo que están disponibles para la ayuda en caso de accidente.

Muchas radios locales promocionan proyectos de desarrollo comunitarios. Por ejemplo, en *Kwa Zulu - Natal*, la radio local tiene el proyecto «Calor en invierno». La radio anima a los oyentes a donar ropas y sábanas cálidas a fin de que muchas personas sin hogar, económicamente deprimidas, reciban alguna ayuda que les permita superar los duros meses del invierno. La misma emisora lleva también adelante un programa en el que tratan de exponer la situación desesperada en que algunas personas se encuentran, con la esperanza de que algunos oyentes puedan responder con generosidad a sus necesidades. El buen resultado de este proyecto genera historias que el programa emite con frecuencia. Se trata, no sólo de conseguir que la gente sea más consciente de las circunstancias y situaciones en las que se encuentran otros seres humanos, debido a enfermedades sociales y a la pobreza; sino de movilizar a la población para que ayude y contribuya al desarrollo de la comunidad local. La radio pretende, por tanto, estar al servicio de la comunidad.

La Iglesia y la radio

Aproximadamente, hay tres millones setecientos cincuenta y dos mil seiscientos veintisiete (3.752.627) personas católicas en *Sudáfrica*, un país de unos cuarenta y cinco millones seiscientos ochenta y nueve mil cuatrocientos cuarenta y dos (45.689.442) habitantes. Se trata, por tanto, de una población católica pequeña, en comparación con el número total de personas.

La Iglesia, en *Sudáfrica*, no tiene un impacto demasiado fuerte en los medios nacionales. De vez en cuando, en apariciones esporádicas, se entrevista a algunos personajes de la Iglesia o hacen algunos programas concretos de radio que no se emiten de forma permanente.

En los últimos años, se han recortado las emisiones religiosas en la mayor parte del país. En buena medida, los antecedentes históricos marcan esta situación. El régimen del «apartheid» tenía una fuerte base calvinista y, de esa manera, el resto de las emisoras cristianas tuvieron muy poco espacio, como alguna otra religión. Así, el acceso a las licencias para emitir se convirtió en todo un tema. Sin embargo, a partir de 1994, hay licencias para radios de diferentes religiones y las demás estaciones, como la *Radio Nacional*, emiten pequeños programas de naturaleza religiosa, aunque siempre de forma muy limitada. Podría decirse que, aunque se ha abierto el espacio a una mayor pluralidad religiosa; sin embargo, se ha disminuido el espacio total dedicado a contenidos religiosos. De ese modo, en algunas personas empieza a existir la impresión de que entidades como *ICASA* tratan de dejar la cuestión religiosa al otro lado de la línea, dificultando su salida al «aire» y manejándose con el entramado de lo políticamente correcto. De algún modo, se trata de la misma tendencia que va haciendo de *Sudáfrica* una democracia al estilo occidental con un fuerte componente de secularidad. Este fenómeno llega también a los medios, y la programación religiosa queda reducida a lo que se podría denominar un mínimo.

Existe, además, una relación más bien poco afortunada entre la Iglesia, especialmente los miembros de su jerarquía, y los medios laicos de Sudáfrica

Existe, además, una relación más bien poco afortunada entre la Iglesia, especialmente los miembros de su jerarquía, y los medios laicos de *Sudáfrica*. Se debe a muchos factores. Muchos de los miembros de la jerarquía se sitúan todavía en esa mentalidad que les hace pensar que lo que ellos dicen debe aceptarse y hacerse, lo que está totalmente fuera de lugar en una sociedad secular. El debate en torno al preservativo para la prevención del SIDA es un buen ejemplo de esta situación. Los miembros de la jerarquía insisten en que el preservativo no debe usarse, incluso aunque estemos hablando de cuestiones vitales. Esto atrae la atención de los medios y muchas radios de-

sarrollan auténticos «talk shows» de larga duración sobre el tema. Los medios toman a la Iglesia como diana y la fiabilidad de esta se pierde en los debates que se generan a continuación. Así, por mantener una postura definitiva en el tema de los preservativos, tema tremendamente complicado aquí, la Iglesia deja de ser creíble entre los medios, hasta el punto de que estos tratan de mantener a la alta jerarquía fuera de los mismos porque «no escuchan y siempre dicen lo mismo».

De hecho, la escasa publicidad que la Iglesia tiene en los medios no es precisamente una ayuda y la Iglesia parece quedarse sin sustancia y sin espacio.

La tecnología nos permite gestionar más información como una mera expresión de opiniones. Cuando algo se pone en escena, se equilibra con la propuesta de un punto de vista diferente. Si la Iglesia dice que el aborto está mal, los medios presentarán inmediatamente la visión y las razones opuestas que permiten decir que está bien. La discusión religiosa pasa, por tanto, al dominio público y, a menudo, los líderes religiosos quedan a merced del poder, la fuerza y la competencia de los profesionales de los medios. En buena medida, pudiera parecer que los líderes religiosos no reconocieran ni quisieran reconocer que ya no pueden «dictar» meramente su propuesta, sino que deben dialogarlas y discutirlas de un modo mucho más abierto sin pretender condenar o meramente defender.

Pudiera parecer que los líderes religiosos no reconocieran ni quisieran reconocer que ya no pueden «dictar» meramente su propuesta

Hace un par de meses, la *Comisión Justicia y Paz* de la *Conferencia Episcopal Sudafricana* publicó un documento sobre el racismo en la propia Iglesia y sobre el creciente distanciamiento entre las comunidades con medios económicos y las más pobres, que suelen estar divididas también por líneas raciales. El informe pasó a los medios de masas y encontró un lugar en la portada de un periódico nacional que se publica los domingosl. A la mañana siguiente, lunes, la *Radio Nacional* tuvo un «talk show» sobre la materia, con la presencia de algunos representantes de las iglesias cristianas en el estudio o al teléfono. Fue muy embarazoso el momento en que un alto miembro de la jerarquía, figura prominente de la Conferencia Episcopal, negó todo conocimiento sobre racismo en la Iglesia. Muchas

personas se sintieron agraviadas y empezaron a llamar para señalar en directo diferentes incidentes que habían vivido y que tenían componentes racistas. Aún así, el representante de la jerarquía volvió a negar todo conocimiento de ese tipo de situaciones. Se trata, pues, de otro ejemplo sobre cómo la Iglesia pierde credibilidad en los medios seculares, especialmente en la radio, en *Sudáfrica*.

Cabe decir que hay un cierto miedo a los medios por parte de la Iglesia y, sobre todo, por parte de la jerarquía eclesiástica. Este miedo incapacita para unas buenas relaciones. De modo que, cuando cualquier miembro de la jerarquía aparece en la televisión o *Radio Nacional*, adopta un tono defensivo que, una vez más, evita unas relaciones más fluidas y confiadas, provoca un apartamiento progresivo del mundo de los medios por parte de la Iglesia y una autoexclusión de la misma por miedo al escándalo público. Se hace, por tanto, necesario que la Iglesia reconozca que cada vez más gente recibe su información religiosa a través de los medios seculares y no a través de los instrumentos internos de información. *Paul Soukup* dice: «A pesar de la explosión de conocimientos sobre lo religioso, los creyentes habituales saben cada día menos de su propia tradición. En buena medida, la pegatina con etiqueta, los eslóganes publicitarios, el café y las camisetas con ilustraciones han sustituido a los refranes populares y a los proverbios religiosos como normas para vivir».[2] Si la Iglesia quiere ser efectiva en su misión con los medios, debe buscar estos factores y actuar sobre ellos.

Las iglesias de la reforma y la radio

Son numerosas las iglesias reformadas que tienen emisoras de radio comunitarias y actúan con mucha mejor soltura que la *Iglesia Católica*. En buena medida, se debe, como indica *Robert White* S.J.[3], a que ellos muestran una mayor pasión en el uso de los medios. ¡Esa pasión que había sido alentada por el *Concilio Vaticano II* en su documento *Inter mirifica!* Nos hace caer en la cuenta de que, ya desde 1920, las iglesias reformadas entraron a usar los medios y que no han parado de crecer en este uso. Las iglesias reformadas se mostraron más abiertas y positivas ante la cultura popular de

Son numerosas las iglesias reformadas que tienen emisoras de radio comunitarias y actúan con mucha mejor soltura que la Iglesia Católica

modo entusiasta y rápido. Diseñaron las técnicas de los políticos populistas, los periódicos o los publicistas en su búsqueda de la audiencia. De alguna manera, esto se debe explicar desde el acercamiento más fluido a la teología y al entendimiento no institucionalizado de la organización eclesiástica.

Del mismo modo, es decisiva la capacidad de las iglesias reformadas para conseguir los fondos suficientes para dotar económicamente estos medios. Mientras la *Iglesia Católica* alentaba a su gente a invertir en las escuelas parroquiales, las iglesias reformadas miraban hacia los medios de comunicación. Así sucedió en *Sudáfrica*. La mayoría de las iglesias reformadas que tienen una radio comunitaria son capaces de recibir sumas importantes de donativos con las que afrontar sus gastos. La gente católica, como dijimos más arriba, parece tener menos generosidad y otras prioridades: escuelas, construcción de parroquias y seminarios.

La radio católica en *Sudáfrica*

En julio de 1999, los dominicos establecieron una emisora local católica denominada «Radio Veritas». Inicialmente, podía emitir en una pequeña área geográfica: Gauteng. Actualmente, la emisora está a disposición de la audiencia de Gauteng y también en la televisión satelital.

Mientras la Iglesia Católica alentaba a su gente a invertir en las escuelas parroquiales, las iglesias reformadas miraban hacia los medios de comunicación

Según su propia documentación, la emisora se describe a sí misma de acuerdo con los parámetros que señalamos a continuación.

«Radio Veritas» pretende mostrar la aproximación de la *Iglesia Católica* a un conjunto de temas concretos. Aunque no es un punto de vista muy diferente al de otras Iglesias, se pretende subrayar una visión global sobre la particular y un método diferenciado de proponer el Evangelio. Más allá de esto, la emisora pretende informar y educar a la audiencia sobre otros puntos de vista y otras convicciones religiosas, de modo que se puedan iniciar diálogos satisfactorios sobre los temas que afectan al área en la que se emite. Se abordan los contenidos que afectan a la vida de la gente en sus parroquias, ciudades, culturas y necesidades. En ese sentido, la emisora está atenta a la cooperación con las iglesias locales, los obispos y las congregaciones religiosas, que juegan un papel importante para lo-

El caso es que la inmensa mayoría de la Iglesia Católica sudafricana seguiría los funerales papales a través de las radios o televisiones nacionales de titularidad laica

calizar las necesidades reales de la población.

La emisora sufre una permanente batalla financiera. Los dominicos han aportado generosamente recursos materiales y humanos, pero la radio necesita continuar la búsqueda de fondos y obtener donaciones para seguir navegando. La emisora tiene multitud de programas religiosos y de estudio bíblico: la misa diaria, el ángelus, y otras aportaciones similares están presentes en su programación. Sin embargo, no tiene una especial incidencia la formación en cuestiones políticas, económicas o sociales. Por otro lado, la poca potencia de la emisión y la dispersión de la gente católica en *Sudáfrica* hacen que, en definitiva, llegue a muy pocas personas de su población meta. De vez en cuando, la emisora consigue un permiso provisional para emitir con mayor potencia, como durante los acontecimientos en torno a la muerte y el funeral de *Juan Pablo II*. Sin embargo, la mayor parte del tiempo, la emisora queda aislada dentro de su área geográfica de Gauteng, salvo para quienes tienen acceso a la plataforma digital televisiva vía satélite. Del mismo modo, su tamaño les impide tener recursos suficientes para una programación amplia. El caso es que la inmensa mayoría de la *Iglesia Católica* sudafricana seguiría los funerales papales a través de las radios o televisiones nacionales de titularidad laica.

La emisora católica levanta otras cuestiones de contenido más puramente intraeclesial. Nos referimos a aquellas que hacen referencia al sentido teológico de las emisiones de las celebraciones, como la eucaristía, a través de las ondas. Se trata de un modo de hacer accesible a un mayor número de personas la celebración que, sin embargo, plantea cuestiones referentes a su sentido teológico. Autores como *Karl Rahner* abordaron este tema en lo referente a la televisión en su libro *La propuesta cristiana: ensayos en teología pastoral*[4].

En síntesis, parecería que «Radio Veritas» no trata de forma suficientemente amplia aquellos temas que afectan a la vida cotidiana del país y que su uso para la formación de los hombres y mujeres de la *Iglesia Católica* es pobre en temas políticos, sociales y económicos.

Conclusión

A lo largo de este artículo hemos pretendido reflejar la situación de la radio en *Sudáfrica*, su posicionamiento y la diversidad de su contexto. Además, hemos pretendido mostrar específicamente la relación entre la Iglesia y la radio en este país. La radio parece un instrumento con muchas más potencialidades. Del lado católico, no se da apenas un uso interesante de la radio y, además, presenta demasiadas dificultades y muy pocas ocasiones de encuentro. La actitud de sospecha preside las relaciones entre los medios y la Iglesia, principalmente de sus líderes. Finalmente, tratamos de esbozar el trabajo de las emisoras religiosas y católicas en *Sudáfrica*. En lo que se refiere específicamente al proceso católico, la potencialidad del medio está todavía poco implantada en la mentalidad de las personas y no termina de abordar con claridad los temas reales de la agenda diaria en política, sociedad o economía. Existe la necesidad y el espacio para el crecimiento en las relaciones entre la Iglesia y los medios, en especial la radio, en *Sudáfrica*. La radio es, de lejos, el medio masivo más potente y accesible en este país. A través de la radio llega la formación en valores políticos, económicos y sociales para mucha gente. Sin embargo, la Iglesia, con su pretensión de formar en valores, no acierta a introducirse en este campo, quizás por su situación económica y de personas, también por su actitud defensiva y miedosa, más que confiada.

A través de la radio llega la formación en valores políticos, económicos y sociales para mucha gente

Probablemente, *Robert White*[5] nos aporte el mejor resumen de la situación entre la Iglesia y los medios en *Sudáfrica*. White explora semiológicamente los efectos de los decretos y constituciones del *Concilio Vaticano II* en la Iglesia. Se animó a la Iglesia, mediante el decreto *Inter Mirifica* a usar los medios en la proclamación del Evangelio. El nuevo mundo mediático no es evitable, debe ser asumido y utilizado. Desafortunadamente, los obispos, pastores y las congregaciones religiosas tienen poca sensibilidad sobre el impacto real de los medios en la vida de la gente y también muestran poca imaginación en el uso de nuevas formas de desarrollo espiritual a través de los medios. De ese modo:

> *«Los medios de comunicación están poco integrados en los planes de las*

diócesis, las parroquias o las congregaciones religiosas. Dependen de la iniciativa personal de algunos individuos. La formación en temas comunicativos de los agentes pastorales en seminarios u otras instituciones de formación teológica o pastoral es pobre, inadecuada o inexistente. Incluso hay evidencias de que la calidad de las homilías y de otros instrumentos mediáticos ha decaído desde el Concilio». Latourelle, op. cit., 582.

White describe una «profunda ambivalencia en la cultura católica de los medios masivos de comunicación». La *Iglesia* reconoce la importante influencia y, sin embargo, se trivializa el asunto o se condena a los medios como algo corrupto. De hecho, a su juicio, ni el decreto *Inter Mirifica,* ni tampoco el posterior *Communio et Progressio* consiguieron arrancar de raíz esta posición ambivalente. Aunque hay más apoyo a iniciativas vinculadas a los medios y a la producción de contenidos, no se ha producido una presencia significativa del mensaje del Evangelio en los medios públicos.

Existe, por tanto, desde esta perspectiva, una ambivalencia en torno al poder y el carácter benéfico de la radio y el conjunto de los medios en *Sudáfrica*. Quizás se empieza a tomar conciencia de ello. Quizás, la expresión de *Bernard Lonergan* nos sitúe. En el modo de abordar las predisposiciones de la *Iglesia*, *Lonergan* dice que la Iglesia tiende a llegar «sin respiración y un poquito tarde». La pregunta que queda es esta: ¿qué cosa nos perdemos cuando llegamos tarde?

Notas

[1] «Talk radio» es un formato radiofónico que se centra en la discusión de algunos puntos temáticos. Incluye la participación radiofónica de los oyentes. Cada espacio de la «talk radio» se denominaría «talk show».

[2] Soukup, P. (ed.) 1996. ***Media, Culture and Catholicism.*** Kansas City: Sheed & Ward. Pg.77

[3] Ver Robert White, en Latourelle, R. (ed.) 1989. ***Vatican II Assessment and Perspectives*** (*Volume III)* Mahwah: Paulist Press.

[4] Ensayo titulado *'The Mass and Televsion',* en Rahner, K. 1963. *The Christian Commitment: Essays in Pastoral Theology*. New York: Sheed & Ward.

[5] Ver Robert White, en Latourelle, R. (ed.) 1989. ***Vatican II Assessment and Perspectives*** (*Volume III)*. Mahwah: Paulist Press.

www.radioecca.org
RyE Boletín de personas adultas

RADIO FORMATIVE A MISSION: THE QUEBEC EXAMPLE

Canada's social and cultural reality reflects the cultural and linguistic plurality of the two communities existing in the country: the English-speaking and the French-speaking communities. The author writes from Quebec and sets the scene of the broadcasting in his community. The promising view that he describes helps us to claim that a radio model which provides both cultural and services is possible within the general radio broadcasting (private and public ones).

L'OEUVRE FORMATRICE DE LA RADIO: LE CAS DE QUÉBEC

La réalité sociale et culturelle du Canada est marquée par la pluralité culturelle et linguistique des deux communautés qui représentent le pays : l'anglophone et la francophone. L'auteur écrit du Québec et étudie le panorama de la radiodiffusion dans sa communauté. La vision pleine d'espoir qui nous est présentée nous aide à proclamer qu'il est possible de créer un modèle radiophonique culturel et de services dans les émissions radiophoniques générales, pu-bliques comme privées.

LA LABOR FORMADORA DE LA RADIO: EL CASO DEL QUEBEC

Pierre Belanger[1]

La realidad social y cultural de Canadá viene marcada por la pluralidad cultural y lingüística de las dos comunidades que marcan el país: la anglófona y la francófona. El autor escribe desde el Quebec y repasa el panorama de la radiodifusión en su comunidad. La visión esperanzada que se nos plantea nos ayuda a proclamar que es posible un modelo radiofónico cultural y de servicios dentro de las emisiones radiofónicas generalistas, tanto públicas como privadas.

Con mucho gusto acepto colaborar en esta publicación de *Radio ECCA Fundación Canaria*. Se trata de una institución que, desde sus orígenes, se implicó en el apoyo a la radiodifusión de calidad. La labor de esta Fundación es conocida, sobre todo, por la imaginación creadora que manifestó con sus programaciones radiofónicas escolares de carácter académico, difundidas - en primer lugar y sobre todo - en regiones o contextos socioculturales donde una parte importante de la población no había podido acceder a la escuela.

Yo mismo pude experimentar la pertinencia de las intuiciones y realizaciones de *ECCA*, puesto que colaboro desde hace muchos años con *Radio Santa María*, en la *República Dominicana*. Es una de las primeras estaciones de radio que adoptó y adaptó los programas de la *Fundación ECCA* para las poblaciones de las zonas rurales y, posteriormente, de los barrios populares. De ese modo, se creó, en colaboración con el *Ministerio de Educación Nacional* de la *República Dominicana*, las «Escuelas Radiofónicas Santa María» para permitir a los alumnos y alumnas completar estudios primarios hasta final de octavo año.

Aunque el trabajo de esta institución de *República Dominicana* se haya revelado un éxito eminente, tanto desde el punto de vista de la

educación nacional como del de la experiencia radiofónica, se debe admitir que este tipo de programación sólo interesa a una pequeña parte - y una parte muy específica - de la audiencia total a la que una estación puede pretender dirigirse. La *Fundación ECCA* tiene, por tanto, razón al preguntarse sobre las posibilidades que ofrece la radio para la educación de un público más amplio. A la cuestión «¿Puede ser educativa la radio dirigida al gran público?», responderé que sí. Me baso en mi propia experiencia como oyente y, por supuesto también, en la experiencia de la radio francófona del *Canadá*. No pretendo presentar el resultado de una investigación científica original, pero sí reflexionar, con los elementos que me permite mi formación en Ciencias de la Comunicación, mi trabajo en la producción audiovisual y mi experiencia en la formación del personal de estaciones de radio. En síntesis, pretendo mostrar cómo las grandes audiencias generalistas radiofónicas, a inicios de este siglo XXI, pueden encontrar en la radio un instrumento para crecer como personas y como ciudadanos y ciudadanas.

Sin caer en la jactancia nacionalista, me atrevo a avanzar que los oyentes del Canadá francófono, y más concretamente del Quebec, tienen a su disposición un buen servicio de oferta radiofónica

Mi valoración y mi evaluación positivas de la dimensión «educativa» de la red francófona de *Radio-Canadá* se basan, también, en las comparaciones que hemos podido hacer a lo largo de estos últimos años con la situación de la difusión radiofónica en varios países. Los cuatro años que pasé como Secretario General de Unda, la Asociación Católica Internacional para la Radio y la Televisión (que ahora se denomina SIGNIS), me permitieron entrevistarme con artesanos de la radio y también escuchar sus programaciones en distintos contextos culturales. Sin caer en la jactancia nacionalista, me atrevo a avanzar que los oyentes del *Canadá* francófono, y más concretamente del *Quebec*, tienen a su disposición un buen servicio de oferta radiofónica. Esta valoración general de calidad es atribuible a varios factores. En primer lugar, existe un elevado número de profesionales de los medios de comunicación formados en las universidades y escuelas especializadas del *Quebec*. En

segundo lugar, se da un dinamismo cultural que fuerza al pequeño pueblo francófono de Norteamérica a ser creativo y vigilante. Además, en tercer lugar, el contexto social y económico tiene buena salud y una tradición democrática que incita a la participación en los debates públicos. Estos factores favorecen una diversidad y una alta calidad de las emisiones, tanto en la radio pública del Estado como en las muy numerosas estaciones privadas. A este respecto, el carácter de competencia desempeña seguramente también un papel positivo; aunque, en la arena comercial, la dictadura de las cuotas de escucha puede tener como efecto un descenso del nivel general para rastrillar una audiencia popular más amplia.

Permítanme una palabra aún en beneficio de los lectores que no hayan tenido la ocasión de seguir de cerca la situación específica y bastante única de la sociedad de *Quebec*. Este cuadro, demasiado rápidamente resumido a continuación, permitirá a pesar de todo tomar conciencia de algunas de las características del universo radiofónico de *Quebec*. *Quebec* es esta esquina de tierra donde vive una «sociedad distinta» en muchos aspectos. Su población, de aproximadamente siete millones de habitantes, es en más de un 85% francófona. Se trata de un islote francófono en medio del mar anglófono septentrional-americano. Durante mucho tiempo, la sociedad de *Quebec* fue bastante homogénea. De cultura religiosa católica, se desarrollaba en esferas económicas tradicionales cuyos responsables eran, principalmente, anglófonos. A partir de los años 60, una revolución - que se calificó de «tranquila» pero que podemos decir que ha significado uno de los más profundos cambios que una sociedad haya conocido en el siglo XX – trastocó significativamente todas las cosas. Un gran número de personas de *Quebec* abandonó la institución católica, aunque sigan considerando mayoritaria y positivamente los valores cristianos. Afrontaron muchos de sus asuntos desde el punto de vista político y económico. La inmigración desempeñó un papel cada vez más importante en medio de una sociedad con una de las tasas de fecundidad más bajas del mundo, que parecía reaccionar así a los tiempos en que, bajo la enseñanza de la Iglesia, se favorecía la creación de familias numerosas. De ese modo, una ciudad

La inmigración desempeñó un papel cada vez más importante en medio de una sociedad con una de las tasas de fecundidad más bajas del mundo

como *Montreal* se volvió totalmente cosmopolita. Por lo general, se trata de una mezcla de culturas que resulta suficientemente armoniosa.

La situación política está marcada por un movimiento nacionalista que propone la independencia de *Quebec*. En el Parlamento está representado por el denominado *Partido «Québécois»*. Dos veces se ha convocado un referéndum. La última vez, quedaron prácticamente empatados los partidarios de la independencia y aquellos que defienden la continuación del vínculo con el resto del *Canadá*. La cuestión del reconocimiento de la especificidad de *Quebec* sigue animando la escena política, pero también desborda esa esfera. Se trata de un debate llevado a cabo de forma muy civilizada, tanto en las familias como en los medios de comunicación.

De este retrato social y cultural se desprenderá que la radio en *Quebec*, aunque está bajo la supervisión de un organismo federal canadiense, merece una mirada distinta de la mirada que se podría hacer respecto a la radio en el *Canadá* anglófono. Este último, generalmente muy potente, está también caracterizado por una mayor influencia de la sociedad de *EE.UU*. No significa eso que la radio anglófona del *Canadá* sea muy similar a la de los *EE.UU*. La red pública radiofónica canadiense en inglés está muy presente en un país de distancias enormes y población dispersa entre el Atlántico y el Pacífico y se caracteriza por su esfuerzo en hacer de vínculo entre todas estas regiones y personas. Las redes privadas, sin embargo, sí responden más de cerca a los modelos provenientes de la frontera sur.

Tras estas consideraciones iniciales, quiero ahora abordar directamente la cuestión que da título a mi artículo: ¿Puede ser educativa la radio generalista destinada al gran público? Me detendré, sucesivamente, en la radio comercial, las radios comunitarias, las estaciones de origen religioso y, finalmente, me dedicaré de modo principal a la radio pública del Estado.

> El rendimiento mercantil se convierte en un objetivo prioritario de toda estación de radio comercial

Las posibilidades y los límites de la radio comercial

El rendimiento mercantil se convierte siempre en un objetivo prioritario de toda estación de radio comercial. Para alcanzar estos objetivos pecuniarios, la emisora de radio debe atraer el mayor número de oyentes de modo que tenga el mayor número de cuñas publicitarias al mayor

precio posible. En este contexto, ¿puede una emisora radiofónica tener objetivos «educativos»? Desde la perspectiva administrativa, una radio comercial presta un tipo de servicio a la comunidad que se regula a través de una licencia que concede el Gobierno. En conjunto, la mayor parte del tiempo de las emisoras comerciales se destina a prestar un servicio de entretenimiento, pero también informativo. En su pretensión de agradar y atraer oyentes, la música constituye el contenido mayoritario de la programación de muchas emisoras comerciales. Cada vez más, las estaciones emisoras se especializan en un tipo de música apreciado por un número relativamente grande de oyentes; mediante esta programación, dirigida a los gustos musicales de una determinada audiencia, la emisora pretende mantenerla a la escucha de lo que emite a lo largo del mayor número de horas durante el día.

En buena medida, esto ha provocado que en casi todas partes del mundo se observe una fuerte tendencia: la banda AM se olvida en favor de la banda FM. Ésta ofrece una calidad musical mucho mejor que la primera. Se anuncia incluso que, en los países más desarrollados desde el punto de vista tecnológico, la radio digital sustituirá pronto a las emisiones en FM, siempre a causa de su más alta calidad sonora además de por la ampliación del territorio que alcanza mediante el uso del satélite.

Hay un servicio educativo posible a través de la especialización de determinadas estaciones AM sobre áreas temáticas

En *Quebec*, las estaciones de radio AM no atraen ya mucho la atención de las grandes audiencias; queda reservada para un público más tradicional que llega a ser significativo en determinadas regiones. En *Montreal* existen dos estaciones de información continua que emiten en AM; una lo hace en francés y la otra en inglés. Recientemente, la que fue la primera estación que emitió en *Montreal*, una emisora generalista en AM y que perdía audiencia de forma continuada, fue comprada por un conglomerado de la comunicación que inmediatamente la transformó en una estación especializada en deporte y salud. De ese modo, nos muestra una primera salida: hay un servicio educativo posible a través de la especialización de determinadas estaciones AM sobre áreas temáticas que no encontramos en las estaciones musicales.

Sin embargo, la gran mayoría de las estaciones de radio comerciales del *Quebec* están, en primer lugar y sobre todo, para difundir música a través de las ondas. Intercalan a ve-

Algunas estaciones AM apostaron mucho por que las tertulias radiofónicas participativas atraerían a sus oyentes

ces cortos boletines de noticias, de una duración entre treinta y sesenta segundos, preparados por algunas agencias especializadas y no por los propios periodistas responsables de las emisoras. La información sobre el tiempo y la situación del tráfico de automóviles ocupa un espacio puntual e importante.

¿Cuál es el lugar de la educación en tal programación? Su función educativa aparece en el papel cultural que estas estaciones desempeñan. En primer lugar, su propuesta sirve para dar a conocer la obra de los artistas y ayuda a ampliar los gustos musicales de la audiencia. En segundo lugar, las emisoras FM apoyan y retransmiten otras actividades del mundo cultural: festivales de música, jazz, clásicos, cine, y, de ese modo, dan a conocer al conjunto de la población determinados acontecimientos de la escena cultural. En tercer lugar, observamos que las emisoras tienden a programar también entrevistas con los artistas y otros protagonistas culturales, aunque esto suceda más bien en los horarios de baja audiencia. De este modo se completa el panorama de los elementos educativos que encontramos en la programación mayoritaria de las emisoras comerciales del *Quebec*.

¿Encontramos posibilidades de participación e interactividad en la programación de estas emisoras? Efectivamente, algunas estaciones AM apostaron mucho por que las tertulias radiofónicas participativas atraerían a sus oyentes. Este tipo de programas permitía dar salida a las frustraciones de los oyentes más populares contra quienes tienen el poder.

Sin embargo, las estaciones FM tienden a mantenerse lejos de cualquier controversia. Como su objetivo consiste en acompañar musicalmente, sin molestar la actividad de sus oyentes - «La radio en el trabajo» es el lema con el que se define alguna de ellas-, no se hace necesario provocar la participación de la gen-

Más que una actividad explícitamente educativa, tendremos en esta actividad un apoyo a los valores positivos que hacen mejor la sociedad

te ni hacerle oír opiniones diversas sobre temas calientes que correrían el riesgo de agraviarlos y fomentarían el cambio inmediato de estación. Por eso, las estaciones pretenderán una interactividad y participación focalizada por la elección de temas musicales o de intérpretes. Igualmente, se invita a la gente a dedicar las canciones que les gustan a sus amistades. O, en horarios nocturnos, algunas de estas estaciones se hacen más «tiernas» y difunden mensajes pregrabados en el que algunos oyentes envían una palabra a las personas a las que quieren. Esa atención a los demás, la expresión de la ternura y la importancia de las relaciones positivas entre las personas podría verse como una participación de estas estaciones en la creación de una sociedad mejor. Más que una actividad explícitamente educativa, tendremos en esta actividad un apoyo a los valores positivos que hacen mejor la sociedad.

Las radios comunitarias

En algunos países, las estaciones de radio comunitarias desempeñan un papel de primera importancia en la sociedad y complementan activamente la oferta de las estaciones comerciales en el terreno de la información. En *Quebec*, al igual que pasa en muchos países industrializados, las estaciones de radio comunitarias son poco numerosas y con una influencia muy limitada en la sociedad. La razón principal de esta situación es, seguramente, el tipo de licencia que las autoridades les conceden: se limita su potencia y la definición de su misión se acota de modo que no entren en competencia directa con las grandes redes radiofónicas comerciales. Por tanto, la perspectiva económica limita el posible papel de las radios comunitarias.

Bajemos a lo concreto: ¿A qué entidades se conceden las licencias de radio comunitaria? La mayor parte de las veces, se trata de asociaciones de estudiantes de las universidades o a grupos étnicos específicos.

En el primer caso, la estación emite, entonces, desde el departamento de comunicaciones de la institución universitaria y sirve de terreno de experimentación a los estudiantes. No se trata, sin embargo, en modo alguno de una estación al servicio de los proyectos académicos de la institución.

En las estaciones universitarias se discute mucho, pero el debate se centra únicamente en las cuestiones culturales. La radio del campus ofrece una salida a los creadores musicales alternativos, cuya música no puede encontrar espacio en la programación propia de las estaciones comerciales.

En ese sentido, la radio universitaria, dirigida a un público fundamen-

Las estaciones étnicas dan espacio a personas que no tendrían nunca entrada en los medios comerciales

talmente joven, abre horizontes y desempeña un papel de educación para la novedad y para la apertura cultural.

Las estaciones comunitarias «étnicas» o al servicio de las distintas comunidades culturales minoritarias de una ciudad como *Montreal* tienen buena reputación. Dan espacio, para hacerse oír, a personas que - por sus características culturales - no tendrán nunca entrada en los grandes medios de comunicación orientados comercialmente. Ofrecen emisiones en distintas lenguas, según una programación establecida de antemano, emisiones que sirven de lazo efectivo entre los miembros de estas comunidades culturales. Desempeñan, pues, un papel social importante. El hecho de que se reserve más espacio para la palabra y el intercambio de mensajes que en las emisoras musicales comerciales

Las radios comunitarias pueden responder a la llamada de la gente en desamparo

permite reconocer una importante dimensión educativa. Sin embargo, esta capacidad educativa se dirige y se limita a las comunidades culturales específicas que constituyen su audiencia.

Un último aspecto que debemos mencionar en esta colaboración de las radios comunitarias con la formación y con la educación tiene que ver con su facilidad para dedicarse a las causas sanitarias o humanitarias en general. Con motivo de una catástrofe natural en un país de las *Antillas*, por ejemplo, una estación comunitaria puso en marcha un «maratón radiofónico» para animar a los auditores a hacer prestaciones económicas con las que ayudar a las personas damnificadas. En este caso, en una ciudad como *Montreal*, con la presencia de múltiples comunidades de diferente origen, la emisión se dirigirá, en primer lugar, a los originarios del país que sufrió la catástrofe. Sin embargo, se constata con frecuencia una reacción positiva en una audiencia mucho más amplia. Constatamos, por tanto, que las radios comunitarias pueden responder a la llamada de la gente en desamparo. He aquí otro valor social al que las estaciones de radio comunitarias pueden dar respuesta a menudo. Aparentemente, es más fácil modificar las programaciones de las estaciones comunitarias que de aquellas grandes estaciones con-

dicionadas por los intereses comerciales.

El caso de las estaciones de radio religiosas

Las estaciones de radio de carácter religioso o espiritual, en el *Canadá*, son poco numerosas y muy recientes. Hasta los inicios de los años noventa, la ley de radiodifusión canadiense no permitía que una licencia se pudiera conceder a un grupo religioso. Ello se explicaba por los excesos cometidos por algunos emisores de las iglesias evangélicas libres, en el oeste canadiense, en los años veinte y treinta, a principios del tiempo de la radio en *Canadá*.

Con los cambios de los tiempos, se levantó la prohibición y, ahora, las asociaciones religiosas tienen acceso a las licencias de radiodifusión. Sin embargo, las normas para la operatividad de estas emisoras obligan a que tengan en cuenta el contexto social ecuménico y multirreligioso en el que vive la población canadiense. Su inspiración puede ser la de una fe específica, pero la programación debe ir dirigida a un público amplio, no puede ser sectaria y no puede combatir a otros grupos religiosos.

En *Quebec*, sólo dos grupos pidieron y obtuvieron una licencia de radiodifusión para una emisora religiosa, una en *Montreal* y otra en la ciudad de *Quebec*. Estas emisoras usan, sin embargo, algunos reemisores para llegar a regiones más amplias. En ambos casos, fueron grupos católicos, muy mayoritarios en *Quebec*, los que pusieron en marcha esos proyectos. Las estaciones están, sin embargo, bajo la responsabilidad de consejos de administración totalmente independientes de las autoridades religiosas. Equipos, constituidos en buena parte por voluntarios, garantizan la preparación y la salida a antena de las emisiones.

> Las estaciones de radio de carácter religioso, en el Canadá, son poco numerosas y muy recientes

El carácter específico de estas estaciones, que sin entrar en competición directa con las grandes redes comerciales se incorporan a una audiencia más amplia que las radios de tipo comunitario, les permite desempeñar un papel educativo en diferentes aspectos. Sin pretender hacer una catequesis, difunden, no obstante, entrevistas con diferentes personalidades que son testigos de su propia fe. Algunas emisiones abordan la explicación de los textos bíblicos o las escrituras sagradas de otras tradiciones religiosas. Duran-

te algunos programas, se anima a la audiencia para que plantee las dificultades que la gente encuentra en su vida y se proponen pistas de solución o se orientan hacia algunos recursos institucionales que les permitan abordar esa problemática. También hay espacio para la oración, bajo distintas formas, y eso se aborda también como un objetivo educativo. La música de varias tradiciones religiosas forma parte del paisaje sonoro y contribuye también a esta educación para la oración. La información difundida es diferente a la que la audiencia encontrará en las demás estaciones. Se trata de una información que proviene de agencias de noticias especializadas en la información religiosa. Es, por tanto, un complemento para la «dieta informativa» habitual a disposición de la población. La parrilla de estas estaciones deja también lugar a un «editorial» que, pronunciándose o llamando la atención del público sobre tal o cual dimensión de un problema social, fomenta los deseos de abordarlo desde un nuevo ángulo. Se trata, sin duda, de una pretensión educativa.

En resumen, si bien es cierto que las radios de dimensión espiritual ocupan un espacio pequeño en el universo radiofónico de *Quebec*; sin embargo, pretenden desempeñar una misión formativa o educadora, no tanto para enseñar los contenidos específicos de una confesión religiosa, cuanto para favorecer la reflexión y la integración de todas las dimensiones de la persona.

Radio Canadá es ejemplo de una radio pública dirigida hacia una audiencia amplia, una radio que se distingue por la diversidad y la calidad general de su programación

La oferta de *Radio-Canadá*: la red pública

Por razones de carácter histórico y también político, el Gobierno canadiense dio su apoyo a las redes pancanadienses de radio y televisión, en francés y en inglés, en las dos lenguas oficiales del país. Si las redes de televisión pública no se distinguen de manera radical de las redes comerciales competidoras - la publicidad que supone una parte muy importante de sus ingresos orienta la emisión en función del juego de cuotas de audiencia y explican buena parte de las decisiones de programación -, sin embargo, la radio de CBC (en inglés) y *Radio-Canadá* (en francés) son ejemplos

de una radio pública dirigida hacia una audiencia amplia, una radio que se distingue por la diversidad y la calidad general de su programación.

Mencioné raíces históricas y políticas. Desde el punto de vista histórico, el tipo de programación y servicio de radiodifusión nacional que tenemos en el *Canadá* es heredero de la *BBC*. Esta referencia basta para indicar las normas que, en teoría al menos, se aplican a la manera de estar en antena *Radio-Canadá*. A imagen de su hermana británica, *Radio-Canadá* se orienta por la profesionalidad, la independencia periodística y el apoyo a los artistas y artesanos del país. Sin embargo, hay algunas diferencias: la población es menos numerosa que en Gran Bretaña; el territorio es mayor; la proximidad con la manera de hacer «americana» es mayor y se maltratan a veces los créditos presupuestarios que vienen directamente de los impuestos de los canadienses. Dicho esto, debemos, sin embargo, resaltar que la radio pública del *Canadá* es reconocida sin duda por su calidad.

Por otra parte, se hace necesaria todavía una palabra sobre el contexto político. El Gobierno canadiense debe mantener una fuerte red pública para prestar un servicio a la población canadiense en las dos lenguas oficiales. Eso es lo que explica que la red francófona esté disponible para poblaciones francófonas tan minoritarias como las de Alberta o Terranova. La presencia de la red inglesa en *Quebec* desempeña el mismo papel en un medio anglófono también muy minoritario. En este contexto, sólo una determinación política fuerte puede garantizar un servicio que, desde el estricto punto de vista comercial, no sería jamás rentable.

El Gobierno Federal financia, por tanto, estas amplias redes de radio pública con cargo a sus presupuestos. Sin embargo, el Gobierno no interviene directamente en la marcha de las operaciones ni en la programación. La elaboración de los contenidos de las emisiones se encarga a agencias no partidistas. Por supuesto, se espera que los profesionales de las redes públicas no se hagan portaestandartes de opcio-

La red francófona está disponible para poblaciones francófonas minoritarias como las de Alberta o Terranova

nes específicas como la soberanía del *Quebec*. Sin embargo, es incuestionable que, con el paso de los años, las redes francófonas canadienses permitieron la expresión libre de todas las opciones políticas, incluidas las partidarias de la independencia de *Quebec*. Excluyendo algunas excepciones, tenemos que reconocer que *Radio-Canadá* ha gozado de una bonita historia de libertad de expresión; lo que significa que no se trata de una Radio a saldo del Gobierno o, mucho menos, del partido en el poder. Esto es lo que libra a la radio canadiense de una lacra tan habitual en muchas otras sociedades en desarrollo. Además, los operarios y operarias de la radio pública del *Canadá* tienen ciertamente conciencia de participar en la buena imagen por la que el país es reconocido. *Radio-Canadá* internacional y *Radio-Canadá* en Internet participan en este esfuerzo de promoción nacional sin caer en excesos nacionalistas.

En nuestra presentación nos concentraremos en la red francófona de *Radio-Canadá*, con la que tenemos mayor familiaridad. Nuestro acercamiento será desde el tema específico que tratamos en este artículo: el carácter educativo de la radio; en este caso, de la programación de la radio pública.

De vez en cuando, gritos de indignación se alzan por parte de los detractores de *Radio-Canadá*. Según estas personas, la radio estatal ofrecería una programación elitista que no recogería las preocupaciones de las personas normales de la calle. Es posible que esta acusación pudiera tener fundamentos reales en la programación de la segunda red operada por la empresa estatal. Se trata de una red cultural que se llama, en la zona francófona, «Espacio Música». Esta frecuencia tiene por misión ofrecer a los artistas canadienses de horizontes diversos y producciones de más difícil acceso un medio por el que llegar a un público más amplio. Pero cuando hablamos de la primera cadena de *Radio-Canadá*, la acusación de elitismo no tiene fundamentos reales. De hecho, en varios «mercados» (término con el que me refiero a ciudades y regiones diversas en términos de escucha radiofónica), la radio pública obtiene excelentes cuotas de escucha. En *Montreal*, la emisión de la mañana de *Radio-Canadá* ocupa la primera posición, superando en audiencia a estaciones competidoras que ponen en las on-

De hecho, en varios «mercados», la radio púbica obtiene excelentes cuotas de escucha

Las emisiones de Radio Canadá permiten a todo ciudadano o ciudadana conocer el mundo en el cual vive

das a animadores populares e incluso a humoristas muy conocidos.

En general, se puede decir que la radio de estado canadiense es más accesible a un amplio público que la radio estatal de los *Estados Unidos*. En esta se «habla» mucho y se reservan sus debates a menudo a las gentes de mundo universitario, a veces a los cronistas políticos o artísticos especializados. Sin embargo, las emisiones de *Radio-Canadá* permiten a todo ciudadano y ciudadana, caracterizados por un determinado nivel de educación y de curiosidad, conocer el mundo en el cual vive, sentirse a gusto sintonizando su frecuencia.

Vistazo sobre la programación

Nos proponemos, ahora, dar una vuelta rápida a la programación de la red francófona de la primera cadena de *Radio-Canadá*, resaltando aquello que se pueda considerar de carácter educativo. Una anotación que podría ser previa es la siguiente: la mayor parte de las horas de escucha de radio en *Canadá* tienen lugar en el coche. Se trata de personas que trabajan en la carretera o de personas que viven en los barrios de la periferia de la ciudad y que viajan en automóvil entre su domicilio y su lugar de trabajo. Debemos añadir, además, a los usuarios del transporte público que escuchan la radio a través de un transistor personal[1].

a) Al principio del día (entre las cinco y las nueve de la mañana). *Radio-Canadá* presenta una emisión de servicios concebida para los que se levantan temprano y van a trabajar. Todas las estaciones entran en competencia por esta importante franja horaria. En *Montreal*, *Radio-Canadá* es número uno. En otras ciudades, está muy bien situada. El equipo de animación es dinámico; pero, además, su servicio informativo aborda las noticias de forma eficaz. No se centra únicamente en las noticias locales sino que, también, gracias a la contribución de los comentaristas, la información nacional o internacional llega a los oyentes a través de un intercambio informal entre los miembros del equipo. Un cronista está encargado de presentar los grandes títulos y artículos editoriales de los grandes diarios del mundo. Se programan algunas entrevistas cortas con protagonistas de primera plana de la actualidad, incluidos, por ejemplo, los ganadores de pruebas deportivas, o personalidades del mundo de la ciencia sobre las que los focos de la actua-

www.radioecca.org
RyE Boletín de personas adultas

lidad se han centrado. Todo este conjunto permite a los oyentes incorporar la información de una manera ligera, con un estilo que parece apropiado al inicio de cada día. Por tanto, el tiempo que buen número de oyentes dedica a desplazarse al inicio de la mañana se vuelve agradable y educativo.

b) El segundo tramo de la mañana (de nueve a once y media) se hace mediante la conducción de una personalidad experta en animación y que está respaldada por un equipo de reporteros regulares y que dirige también entrevistas en profundidad. Este segmento se dedica a gente que tiene una determinada libertad de audición. De nuevo, se trata de personas que van en sus automóviles. Pero también se trata de personas que permanecen en el hogar, principalmente amas de casa y jubilados. Los reporteros repasan los datos fundamentales de la escena política y económica y abordan temas que superan, por su complejidad, el marco de las emisiones de noticias. Hay un especialista en cuestiones de consumo que presenta noticias y datos de interés para la formación en el consumo responsable. Igualmente, se aborda toda la temática que refiere al medio ambiente, otro ámbito que requiere una formación permanente de la población en general. Se trata, en resumen, de una amplia gama que permite ampliar la información, los conocimientos y los horizontes.

Los reporteros repasan los datos fundamentales de la escena política y económica y abordan temas que superan, por su complejidad, el marco de las emisiones de noticias

c) La franja horaria del mediodía ocupa entre las once treinta y la una y media de la tarde. Se trata de otro momento estelar para la radio pública de *Canadá*. En primer lugar, se hace una presentación de la actualidad en las distintas regiones donde la red francófona de *Radio-Canadá* tiene sus corresponsales. Se trata de un repaso general que tiene un fuerte carácter «educativo», al permitir que los habitantes de los grandes centros urbanos tomen conciencia de la realidad y los problemas vividos en regiones mucho más distantes. Se trata de una tarea de sensibilización en la que esta institución está prácticamente sola. Inmediatamente después del boletín más amplio de noticias del mediodía, es la hora de la tribuna telefónica en la que la gente de la audiencia puede expresar sus opiniones sobre una cuestión precisa de actualidad que ha sido elegida por el equipo de producción. Esta tribuna tiene algunas diferencias si se la com-

para con las emisoras comerciales. Aquí siempre se da la palabra en primer lugar a algunos expertos que introducen los elementos principales de los temas del día. De ese modo, las intervenciones del público están mucho más arraigadas en la realidad y no son simples expresiones de sentimientos exaltados o exasperados. La tribuna telefónica de *Radio-Canadá* aparece así como una de las pocas emisiones de este tipo que pueden ser calificadas como educativas.

d) De trece treinta a quince horas, el corazón de la tarde, se centra en la emisión de canciones. Se trata de una emisión ligera, como quien construye una pausa en el centro del día. Los artistas que salen en antena, no tienen siempre el carácter de estrellas que generalmente aparecen en las emisoras comerciales. Se trata de cantantes que prestan una especial atención a los textos de sus canciones.

e) Al final de la tarde canadiense, a la hora de la «vuelta a la casa» (entre las quince y las dieciocho treinta horas), la radio se pone de nuevo al servicio de toda esta gente que hace largos trayectos en coche. El menú se alimenta más de información que durante la emisión de la mañana, puesto que se da la ocasión a todos los reporteros para que se hagan eco de lo que escucharon en las ruedas de prensa del día o de lo que encontraron en los expedientes que

La tarde noche de Radio Canadá ofrece, en primer lugar, una emisión específicamente dedicada a la gente joven. Algunas otras noches se dirige a los adolescentes

les fueron encomendados para su investigación. Se insertan cortos intervalos musicales, crónicas sobre el tiempo atmosférico, la circulación y la escena artística. La calidad de los periodistas garantiza la calidad educativa del conjunto. Durante la última hora, las cuestiones internacionales se abordan en un apartado que se titula «Sin fronteras». Se proponen algunas entrevistas con expertos de distintos países. Sin duda, estas emisiones son una ocasión para el conocimiento de la realidad y el aprendizaje.

f) La tarde noche canadiense de *Radio-Canadá* ofrece, en primer lugar, una emisión específicamente dedicada a la gente joven. Algunas noches se dirige a los niños, y otras noches se dirige a los adolescentes. Se trata de una tribuna telefónica con un tema anunciado de antemano. Recurre a personajes invitados que saben dirigirse a los jóvenes. La empresa estatal es la única que ofrece este tipo de emisión. Es un éxito incuestionable. Se trata de

una ocasión para la toma de conciencia por parte de la gente joven sobre toda clase de temas, como las relaciones entre la gente de distintos orígenes, las bases de la buena nutrición, los esfuerzos requeridos para llegar a objetivos elevados, etc. Se trata de una tribuna telefónica ciertamente educativa, aunque el formato no tiene nada de académico. El resto de la tarde noche, un período de baja audiencia para todas las radios puesto que la televisión reina sobre esta parte del día, *Radio-Canadá* propone música de nuevo.

g) En fin de semana, *Radio-Canadá* programa algunas emisiones más especializadas. Hay espacios para el mundo de la agricultura, de la salud, de la ecología; también para la actualidad económica. Estas emisiones dan la palabra a gente que tiene algo que compartir. Por supuesto, van dirigidas a públicos más limitados, personas que quieran informarse y aprender, antes que a públicos que solo busquen el entretenimiento ligero para olvidar las preocupaciones del trabajo y de la vida.

En resumen, los **auditores** y oyentes de la primera cadena *Radio-Canadá* tienen a su disposición una programación que, sin tener como etiqueta el término «educativa», es rica en información. Más aún, la mayoría de las emisiones son fuente de formación para el espíritu y dan ocasiones y oportunidades para ampliar las opiniones y los horizontes.

Uno de los departamentos que participa de esta misión educativa, un aspecto sobre el que todavía no he llamado la atención, es el servicio de noticias. A pesar de la limitación de sus recursos, si se los compara con los de otras grandes redes nacionales como la *BBC* o *Radio Francia*, *Radio-Canadá* mantiene una red de corresponsales en las distintas partes de *Canadá* y también en el extranjero. En este último caso, un buen número de colaboradores y colaboradoras son periodistas autónomos, pero que forman parte del universo de *Radio-Canadá*. *Radio-Canadá* es, prácticamente, la única emisora que ofrece un boletín de noticias en cada hora de las veinticuatro del día. El boletín de noticias no es en sí mismo una actividad educativa, pero la toma de conciencia que permiten las buenas fuentes de información colabora, sin duda, en la formación de una audiencia, en la creación de un pueblo educado.

Sí, la radio puede ser educativa...

Este repaso general de la escena radiofónica de *Quebec*[2] permite concluir que la audiencia de este rincón del mundo goza de una oferta diversificada y suficientemente rica para contribuir a su crecimiento en

distintos aspectos. Si ya la calidad de la radio pública permite encontrar un «valor añadido educativo» a casi todos sus espacios, las estaciones de radio privadas, las comunitarias, las religiosas e incluso las comerciales, contribuyen a su manera a una atmósfera que permite la humanización de la sociedad. Por supuesto, también se pueden encontrar en *Quebec* ejemplos de «radio basura», y contamos con el ejemplo de la propia ciudad de *Quebec* donde un conductor radiofónico sin vergüenza se vio obligado finalmente a dejar la antena bajo la presión de muchos grupos y personas. Sin embargo, estos ejemplos negativos son una excepción; porque, generalmente, la radio contribuye a favorecer una correcta toma de conciencia del público sobre diferentes temas de interés común. Incluso, manteniendo su primer objetivo comercial de ser una radio entretenida.

La sensibilización y la concienciación, que tienen lugar - a menudo de manera informal - en el universo radiofónico en el que viven las gentes del *Canadá* abordan temas concretos como la cuestión de la ecología, de la conservación de los recursos y de la lucha contra la contaminación. Del mismo modo, también aborda de forma muy real el tema de la apertura a la diferencia, a las minorías sexuales (la marginación de los homosexuales disminuyó radicalmente en los últimos años), y a las minorías étnicas de diversas culturas y orígenes. La diversidad, la tolerancia, la aceptación, el interés por los otros cultivos son frutas que maduraron al sol de un universo radiofónico que les dio un lugar destacado.

Notas

[1] Pierre Belanger S.J. es estudioso de la comunicación en *Canadá*. Participó en la tarea educativa de *Radio Santa María*, en *República Dominicana*.

[2] «Walkman» en el original francés.

[3] Es difícil hablar de forma general del panorama franco-canadiense. Lo que se ha dicho más arriba a propósito de *Radio-Canadá* es aplicable, generalmente, a las otras comunidades francófonas del país: muchas emisiones de las que hemos hablado se difunden por toda la red; otras son de ámbito regional pero comparten los mismos objetivos que aquellas de la antena principal en *Montreal*. Por otro lado, fuera de *Quebec*, el espacio radiofónico comercial está casi monopolizado por la radio en lengua inglesa, con frecuencia demasiado influenciada por la cultura musical estadounidense.