

Encuentro internacional de radio, ciudadanía y TIC: La radio en su función pública: Una radio que no se ponga al servicio de la gente no tiene sentido*

International meeting of radio, citizenship and ICT: The radio in its civil service: a radio not being at the service of people does not make sense.

Juan Carlos Pérez**

Resumen

Durante el 29 y 30 de octubre de 2014 expertos de Colombia, Ecuador, Perú, España, Venezuela y Colombia participaron en el Encuentro Internacional *Radio, ciudadanía y TIC. Diálogos y saberes sonoros*, organizado por la Universidad Sergio Arboleda y por el grupo *ComunicArte*, cuyo propósito central fue debatir acerca de las diferentes maneras de asumir las ciudadanía en la radio. En el certamen surgieron reflexiones alrededor de temas diversos y complementarios, como el dramatizado radiofónico como promotor del ejercicio de la ciudadanía; “La radio como herramienta pedagógica en tiempos de las TIC; Radios libres: Democratizar la comunicación a través de las TIC y El deber ser de la radio en su función pública”.

Compartimos con ustedes en esta edición de *Civilizar: Ciencias de la Comunicación*, las ponencias presentadas por José Ignacio López Vigil, de *Radialistas apasionadas y apasionados*; Santiago García Gago, de *Radios Libres* y Vanessa Becerra del Grupo *ComunicArte*, así como las entrevistas realizadas a la comunicóloga peruana Rosa María Alfaro y al presidente de la Asociación Latinoamericana de Radio Educativa, ALER, Gerardo Lombardi.

Palabras clave

Radio, ciudadanía, TIC, educomunicación, cultura, responsabilidad social, palabra pública.

Abstract

During October 29th and 30th, 2014 experts from Colombia, Ecuador, Peru, Spain, Venezuela and Colombia participated in the international meeting *Radio, citizenship and ICT. Dialogues and sound knowledge* organized by Sergio Arboleda University and Group *ComunicArte*, whose central purpose was to discuss the different ways to portrait citizenship in the radio. In the contest some reflections emerged about different and complementary subjects, “The dramatized radio as a promoter of the exercise of citizenship”.” Radio as a pedagogical tool in times of ICT”, “Free radios: democratizing communication through ICT, and What ought to be radio in its public function”.

We share with you in this issue of *Civilizar Ciencias de la Comunicación* papers presented by José Ignacio López Vigil, from *Radialistas Apasionadas y Apasionados*, Gago García Santiago, from *Radios Libres*, and Vanessa Becerra, from Group *ComunicArte*, as well as interviews to the Peruvian communication expert Rosa María Alfaro and the President of the Asociación Latinoamericana de Radio Educativa, ALER, Gerardo Lombardi.

Keywords

Radio, citizenship, ICT, media education, culture, social responsibility, public word.

* Seminario desarrollado por la Universidad Sergio Arboleda, Escuela de Ciencias de la Comunicación, profesor Juan Carlos Pérez.

** Investigador Escuela de Ciencias de la Comunicación. Universidad Sergio Arboleda, Bogotá, Colombia.

Para citar este documento use: (2015) Encuentro internacional radio, ciudadanía y TIC: La radio en su función pública. *Civilizar Ciencias de la Comunicación*, 2(2), 2015.

Empezamos con algunas de las reflexiones que se hicieron durante el foro *La radio en su función pública*, que contó con la intervención de Julián Bohórquez, coordinador de programación y de proyectos de Señal Radio Colombia y de los investigadores y docentes universitarios William Zambrano y Juan Carlos Pérez Bernal, a partir de la siguiente pregunta básica:

¿Qué es y cómo se debe ejercer la función pública en la radio? El punto de partida para responder este cuestionamiento está en los principios del estatuto de radiodifusión sonora vigente en Colombia, en el que se establece que toda la radio, independientemente de su naturaleza, se considera un servicio público, cuya titularidad le corresponde al Estado; y que:

Sin perjuicio del ejercicio de la libertad de expresión, información y demás garantías constitucionales, (las emisoras) deben contribuir, entre otros aspectos, a i) Difundir la cultura, afirmar los valores esenciales de la nacionalidad colombiana y fortalecer la democracia; iii) Garantizar el pluralismo en la difusión de información y opiniones, así como asegurar los derechos y garantías fundamentales de la persona; iv) Hacer efectiva la responsabilidad social de los medios de comunicación en cuanto a la veracidad e imparcialidad en la información y la preeminencia del interés general sobre el particular (Resolución 00415 de 2010, art. 4).

En este marco podemos confirmar que una radio que no se ponga al servicio de la gente no tiene ningún sentido; nos preocupa mucho el tema porque se tiende a confundir lo que significa la función pública de un medio tan importante como éste. Se cree, por ejemplo, que la radio pública es la del gobierno de turno y que, por lo tanto, está al servicio de defender unas políticas que pueden, o no, ser las nuestras. Estaríamos, en ese caso, en el marco de los postulados de la democracia representativa en la que, como ciudadanos, cumpliríamos sólo con votar; en detrimento de la tan nombrada democracia participativa que nos invita a proponer y a incidir tanto en la definición como en la ejecución de las políticas públicas.

De allí se desprenden estas otras preguntas que intentaremos responder en este foro: ¿Qué significa la Radio Nacional para nosotros? ¿Sí nos está representando? ¿Y, cuál sería la diferencia entre una radio al servicio de un gobierno y una de interés público que, como tal, cumple una función pública?

Para Julián Bohórquez es una radio que piensa en todos, no sólo piensa en Bogotá, Cali, Barranquilla, piensa en la Guajira, en Leticia, en el Chocó; en todos los colombianos, en los campesinos, en la gente afro. Para eso se generan contenidos, con el fin de involucrar a Colombia y tener la posibilidad de conocerla sin haberla recorrido físicamente.

Hace poco estaba en un viaje y escuché una emisora en el que el *disc jockey* decía: “En esta emisora hablamos de todo, hasta de cultura”. ¡Pero por Dios qué es esto! cómo que hablamos de todo, hasta de cultura, cuando Colombia es cultura, Colombia es gastronomía, Colombia es folclor, es historia, leyendas. Y eso es lo que quiere la emisora pública, llevarles cultura a los colombianos.

El escritor padre jesuita Gabriel Jaime Pérez, en su libro *Comunicación: Misión y desafío*, define la cultura como: “Un conjunto complejo que se basa en los conocimientos, las creencias, el arte, el derecho, la moral, las costumbres y demás hábitos y aptitudes que el ser humano adquiere en cuanto es miembro de una sociedad”. Cultura también es la manera de vivir todos en un mismo espacio, reconociendo que somos diferentes. Lo cultural es aquello que está dentro de cada ser y de cada mente, es lo que hace que seamos personas individuales y al mismo tiempo parte de una colectividad. Por tal motivo, se puede construir nación, región, ciudad, país y mundo. (Ricci, 2015)

Y habría que agregar que como lo dice el libro *Que suene la radio*, del Ministerio de Cultura:

La cultura de un grupo o pueblo se halla conformada por sus prácticas, maneras de actuar, pensar y sentir. Pero los fenómenos culturales y la cultura en sí son sobre todo procesos. Esto quiere decir que, si bien forma parte de la cultura los rasgos, las tradiciones, las costumbres, las prácticas, nos interesa entender la cultura como procesos que llevaron a generar esas prácticas y costumbres. Los procesos sociales y de simbolización hacen que las actividades, las ideas, tradiciones, etc. sigan teniendo sentido, o lo vayan perdiendo; se sigan reproduciendo o practicando, se transformen o vayan adquiriendo nuevos significados.

Juan Carlos Pérez: Aterricemos el concepto sobre cómo debemos entender la radio en su función pública, es decir, cómo se materializa cuando llama un campesino a una emisora como la Radio Nacional.

William Zambrano: Felicito a Julián porque no se preocupa por el *rating*, tal vez muchos los sintonizan fuera de Bogotá y quiero hablarle a ustedes desde la comunicación, porque hay que tomar varios hilos. Usted debe tener 40 años trabajando en la radio. Julián comenzó en Caracol Radio y luego el director de Caracol le dijo que le iba a dar la oportunidad de dirigir en Miami, se va a Estados Unidos y regresa y se presenta a una convocatoria en Señal Radio Colombia.

Pensarán en el auditorio que usted está al servicio del gobierno. Pero, por su experiencia, ¿Cuál es la diferencia entre la radio comercial de Colombia con esas vivencias en la radio comercial?

Julián Bohórquez: Sí, hay algo que me duele de la experiencia que tengo con la radio comercial y en radio pública. La gente cree que la radio pública es la que tiene responsabilidad social y que la radio comercial es la radio bonita, la del *rating* y la primera queda en un segundo plano. Debe haber una sola radio con una sola función social, la de informar, la de educar, la de servir y guiar. Hemos llegado a que la radio

comercial baje sus contenidos y me preocupa pensar que los jóvenes escuchen “x” emisora, en la cual no se cumple la responsabilidad social, y que se siente locutor el que cree que ser locutor es hablar por hablar. Me preocupa que no lleven cosas que enriquezcan. Hay que llevar contenidos que enriquezcan.

Me preocupa que en las mañanas llame un padre a su hijo que va en la ruta y escuche que el conductor pone una emisora en la que se habla sobre cómo mentirle a los padres o cómo ser la novia de un narcotraficante, porque lo he escuchado. Esos son los grandes temas del día de esas emisoras juveniles. Yo pregunto, ¿qué aporta esa radio? ¿No será que estamos dañando nuestra audiencia, a nuestra gente? Lo que más me asombra es que nosotros como padres de familia, como oyentes, no hacemos nada, no exigimos que haya responsabilidad social de parte del locutor; usted debe respetar los contenidos que tienen ética y que forman a la gente, pero nosotros nos damos cuenta que eso no pasa, ¿Por qué nosotros como oyentes no cumplimos con nuestra responsabilidad social que debe ser no escuchar? En el momento que no escuchemos llevaremos a la radio a un cambio, porque esa emisora que esté poniendo esos contenidos que no aportan, que no forman, se van a quebrar porque no va a haber *rating*, a la hora de la medición no hay oyentes, si no hay oyentes no hay pautas y si no hay pautas no hay negocio. La radio tiene que cambiar pensando en educar, en formar, en trabajar por la gente de Colombia y en la participación democrática.

Nada más bonito que llamen los oyentes y que digan: mire los llamo porque acá en Arauca hay 20 emisoras de otros países y sólo una de Colombia, Señal Radio Colombia, gracias. Qué bonito escuchar acentos y que intentemos conocer a partir de acentos, de música y de historias.

J.C.P: El tema musical, sabemos que muchas veces lo que no se paga no se pasa y eso ya está presupuestado por los artistas. Pero

Señal Radio Colombia es diferente. ¿Cómo concibe esa tarea de la programación musical en la radio pública? En Señal Radio Colombia hay una programación que le apuesta a conocer a este país desde lo que somos, a través de la universalidad. Y de la diversidad.

J.B: Señal Radio Colombia cree en el talento, por eso ha generado espacios dedicados a escuchar a las nuevas bandas, a la música del Pacífico; de ahí salió ChoquibTown, ellos tocaron la puerta y los recibimos. Señal Radio Colombia abre un espacio, tenemos un semillero musical. Tenemos un verdadero control de lo que se hace, porque impulsamos nuevas agrupaciones. Nosotros tenemos artistas maravillosos que no solo piensan en el dinero, ellos piensan en llevar cultura, sus raíces y su herencia a través de la música a todo el territorio nacional. El control del que hablo consiste en divulgar esos sonidos colombianos.

W.Z: Hay muchas diferencias. Estoy de acuerdo, pues ya no sólo se trata de pagar directamente para que alguien intervenga en una emisora pública, sino que por debajo de la mesa se pase cualquier regalo. Veo que la función de la radio pública debe tener 5 características importantes:

1. Una memoria viva del país. Creo que aquello que están haciendo ustedes es recuperar una historia, una memoria en nuestro país.
2. La participación de los que no tienen voz en otras emisoras, concretamente, las comerciales. Claro que hay participación en las emisoras comunitarias, pero yo creo que la participación de esa voz que no es escuchada en esa radio comercial es fundamental.
3. Los contenidos de la radio comercial, no la estoy criticando, no es radio juvenil es totalmente diferente.
4. El respeto hacia el oyente, eso sí lo tienen las públicas. Cito un ejemplo, cuando el oyente no está de acuerdo

con la política de la emisora o con su editorial, el director corta inmediatamente.

5. Lo informativo, lo educativo, el entretenimiento y lo musical. Quiero hacer esas diferencias y preguntar si Señal Radio Colombia las está cumpliendo en nuestro país y si eso lo desconocemos nosotros por incultura. Cultura son todas las costumbres que tiene el ser humano en un determinado contexto.

J.C.P: Lo que hacemos los seres humanos es lo que nos diferencia de los animales, somos diferentes, pensamos diferente y muchas veces también actuamos de manera diferente.

J.B: Si ustedes escuchan Señal Radio Colombia se van a dar cuenta de que a lo largo de la programación van a escuchar fragmentos de *El coronel no tiene quien le escriba*, en la voz de García Márquez... La cultura es todo lo que nos rodea o que hace el hombre. Nos sentimos orgullosos de la cumbia pero sintonicemos una emisora para ver si ponen cumbia.

¿A qué le tenemos miedo? Acá, al escuchar música colombiana le hacemos el feo. Tenemos discursos de congresistas, historia sonora de nuestro país y todo lo que dijimos al aire, todas nuestras grabaciones las guardamos y las recopilamos en la página www.senalmemoria.gov.co, la cual nos permite identificar para dónde vamos, quiénes somos y de dónde venimos.

Con emisoras comunitarias, tenemos como misión unir el país. No entiendo cómo le hacemos el feo, cuando ellas son las que más nos acercan al país, a las regiones. En Señal Radio Colombia tenemos un espacio en el que invitamos a las emisoras e intentamos semanas tras semana decirles que aquí estamos, que los escuchamos, les pedimos que nos muestren cómo es Colombia.

Tenemos a Radiónica creada y pensada para los jóvenes, alternativas no comerciales,

que usted puede escuchar. Radiónica cree en los jóvenes, cree que puede tener el mejor camino para una gran audiencia en el país y por eso se hacen contenidos de calidad.

Hablamos de información, pero, además de informar, te hago un análisis de lo que está sucediendo. Mostramos las necesidades de las poblaciones que no son visibilizadas porque no venden, y si no venden no existen.

J.C.P: ¿De qué manera podemos incidir los colombianos en la programación de Señal Radio Colombia? ¿Podemos hacer una junta de programación? ¿Nosotros y los dueños de esa radio pública?

J.B: Eso se da, tenemos una franja que se da de la 12 a las 3 am, que se llama “Amaneciendo”, le abrimos el micrófono a la gente y les decimos que si le gusta la poesía, le ponemos poemas. Los que más escuchan son los transportadores, los que viajan por las carreteras. Sí hay una franja en que unimos a los colombianos.

Hace poco se hizo un evento para *colombiólogos*, aquellos que aman y creen en Colombia. Tenemos ideas e intentamos complacer al público. Trabajamos esos contenidos, que no se vean es diferente, que no se visibilicen es diferente.

Usted no es un consumidor para nosotros, porque usted vale y yo le contesto en las redes sociales. Sí respetamos al oyente y sí buscamos satisfacerlo.

Colombiología es el alma del colombiano, es lo que llevamos en la sangre, son nuestras raíces.

W.Z: Para mí las funciones públicas de estas emisoras son:

1. Que cuando hablamos de cultura debemos pensar en cómo cambiar el concepto de cultura en los jóvenes,

porque lo jóvenes no escuchan este tipo de emisoras.

2. Una función de estas emisoras es la alta participación.
3. Las diferentes voces que se escuchan a nivel nacional. La voz no es el famoso locutor y corresponsales con voz de comunicador. A ustedes les interesa más contar las historias.
4. No se preocupan por la pauta publicitaria. Su preocupación es el oyente y cómo informar bien a través del análisis y del dominio de géneros periodísticos. Ya no es una radio en la que se busca en 10 minutos ponchar al entrevistado y hacerlo quedar mal, es como instruir y culturizar.

Mi segunda pregunta: Como en este auditorio son comunicadores que no desconocen el pasado, que quieren construir el presente, unos comunicadores que piensan en el medio, pero no han pensado en las posibilidades de estar en uno como Radio Señal Colombia. ¿Cómo pueden tener esa participación estos muchachos y estos profesores y no vayan a ser transmisores de información y no de cultura?

J.B: Me preocupa tanto que haya tanta improvisación, que me gustaría pensar en una radio con mayor producción y dejar de lado tanta pereza intelectual. Mi invitación es a que creemos cosas nuevas y dejemos a las mismas agendas manoseadas y a los mismos de siempre. Señal Radio Colombia está abierta a esos cambios.

En Señal Radio Colombia lo primero que hacemos es aceptar practicantes de todas las regiones, en un proceso de selección transparente.

Rosa María Alfaro: La radio y la TV pública son una búsqueda de identidad y le dan voz a ciudadanos, dedicados a cultura, a temas políticos, regionales y nacionales. El Estado en Perú se ha preocupado por eso y la gente

ahora se preocupa y ama a su país. En el campo cultural ha sido una revolución para generar ciudadanía.

J.B: La invito a que vea Señal Colombia. Hablando de cultura. Las series de narcotraficantes también son cultura, pero, ¿qué aportan?

Invitado: Un gran teórico, distinguía entre la función de la radio y el fin de la radio.

María Cristina Mata también tenía un impulso fuerte sobre los fines de la radio. Qui-

siera saber cuáles son las funciones y los fines de la radio.

J.B: La función principal es informar, educar, formar y generar participación democrática, llevar información desde todos los puntos de vista y que las personas tengan la capacidad de analizar y entender lo que está pasando. Y el fin es lograr el objetivo principal, que es ese, que tú creas en Colombia y tengas en cuenta que hay una emisora que no te da pena escuchar porque ponen cultura y música clásica; es unir a la gente con el Estado, generar un servicio al oyente.