

## **CAPITULO II:                   MOVIMIENTO DE RADIOS POPULARES**

### **Travesías de una crisis**

#### **1) Un movimiento diverso**

En América Latina hay centenares de radios populares, comunitarias, educativas, alternativas y ciudadanas. Estos proyectos también son clasificados como medios de difusión educativos y culturales, en tanto que operan sin fines de lucro (Peppino, 1997) o simplemente son denominados como “la otra radio” (Romo, 1990). En éste trabajo se utilizará el término general “Radios populares” acuñado por *ALER* para referirse a sus afiliadas (Geerts y Van Oeyen, 2001)<sup>1</sup>. Las Rps surgen de dos vertientes: La primera nace con la incursión de “la Iglesia católica” en la radio, con la idea de aprovechar la potencialidad del medio para llegar a zonas rurales y enfrentar la pobreza mediante la alfabetización y educación de adultos (Peppino, 1999:38-39). El antecedente directo está en la fundación de Radio Sutatenza en Colombia en 1947 (Dagron, 2001; Peppino, 1999). Luego, en las décadas siguientes, radios similares se expandieron por todo el continente americano. La segunda vertiente, es la que inauguran las radios sindicales autónomas bolivianas de los 50 y 60 fundadas por los sindicatos mineros para defender sus intereses. La primera radio: ‘La voz del minero’, cuya fundación se estima que ocurrió en 1946, existió hasta 1949 cuando fue bombardeada por el ejército, pero esto no terminó con la experiencia; para 1963 Van Oeyen, 2001).

La Radio popular, cualquiera que sea su variante, mantiene en común su intencionalidad de carácter político; es decir es un movimiento comunicacional en función de una organización social cuyo fin busca un cambio o una transformación social determinada (Coronado, 2000). Esta perspectiva implica, grosso modo, lo siguiente: Primero, el reconocimiento de la existencia de un orden social que necesita ser transformado; segundo, ese reconocimiento supone la existencia de unos criterios desde los cuáles se afirma la necesidad del cambio; tercero, esos mismos presupuestos fundamentan el planteamiento de una alternativa y la elección de determinados medios para cumplir el objetivo “esa intencionalidad de carácter político”, ese deseo de contribuir al cambio de la vida de sujetos concretos; y cuarto, la pertinencia de la contribución, que en el caso de la radio es un

---

<sup>1</sup> Luego de revisar el debate sobre los distintos nombres dados a las radio alternativas, se llega a la siguiente conclusión: “Como tregua en este debate necesario, en el presente informe se manejará el concepto radio popular/comunitaria o uno de los dos por separado, queriendo referirse en este contexto al mismo tipo de experiencias, con objetivos, orientaciones y estrategias similares ...”

producto comunicativo, dependerá de la apropiación para la acción, por parte de sus públicos destinatarios, en función de necesidades concretas.

Esta última dimensión es extremadamente problemática porque tal apropiación no se puede esperar que sea automática. En los contextos de recepción el individuo interactúa con una multiplicidad de instituciones, con otros sujetos y con una multiplicidad de medios, por ejemplo, el sujeto-audiencia interactúa no sólo con la radio alternativa, si no con una variedad muy grande de radios comerciales, con la televisión que es muy diversa, lo mismo que con los periódicos; y más recientemente con Internet, donde convergen rasgos de todos los medios anteriores (Castells, 1999). En suma el producto comunicativo de una radio alternativa no pasa de ser un insumo en un contexto estructuralmente distinto del contexto de producción (Thompson, 1998). Por todo lo anterior, las Rps buscaron establecer relaciones directas con sus destinatarios y con ello crearon una verdadera relación comunicativa (Mata, 1995) que construyeron un tipo de esfera pública (Keane, 1999).

Dentro de una comprensión de la historicidad de la realidad sociocultural, se entiende entonces, que las radios populares hayan hecho un esfuerzo constante de revisión y de transformación. Como lo dice la misma ALER (1996): "Si algo ha caracterizado la práctica de las radios populares integrantes de ALER es su constante revisión y transformación: la cambiante realidad en que existen y se desarrollan, las modificaciones que se han ido operando en el campo de las teorías sociales y comunicativas, las transformaciones tecnológicas y políticas, han marcado su existencia" (ALER, 1996:35); sin embargo, estos procesos continuos de adaptación, al parecer, se han interrumpido de forma brusca. Las Rps se encuentran delante de sociedades atravesadas por transformaciones ideológicas, políticas y culturales y tienen dificultad para descifrar el sentido de esas transformaciones lo mismo que dificultad para sostener anteriores principios; "lo que se traduce en confusión y preguntas que no parecen tener solución" (Gutiérrez y Mata, 2001:2). En consecuencia la oferta radiofónica de las Rps se ha hecho irrelevante para el desafío más urgente de los movimientos sociales contemporáneos: la participación ciudadana.

El objetivo de éste capítulo es presentar la crisis de las Rps tal como ha sido tematizada en el contexto latinoamericano en la investigación: *La radio popular frente al nuevo siglo: estudio de vigencia e incidencia* (Geerts y Van Oeyen, 2001); también en el contexto de la República

Dominicana, donde las afiliadas de ALER se agrupan en *La Asociación Dominicana de Emisoras Católicas (UDECA)*. Entre 1995 y el 2002, UDECA buscó reposicionarse (fortaleciendo su vigencia e incidencia); quiso pasar de ser un simple conglomerados de radios educativas y culturales con algunos intereses comunes, a ser una red nacional con una oferta radiofónica conjunta centrada en lo noticioso.

## **2) La situación de las afiliadas de ALER en América Latina**

Preocupada con el futuro de sus afiliadas delante de los cambios en la realidad social, económica y cultural, ALER decide lanzar una monumental investigación que se realizó en 12 países y abarcó 74 radioemisoras, 21 asociaciones o redes de radios y 19 centros de producción en toda Latinoamérica. El objetivo general se definió como "sistematizar y analizar la realidad actual del movimiento de Radio Popular en América Latina" (Geerts y Van Oeyen,2001:20). Los objetivos específicos atienden la necesidad de revisar tanto el actual papel de las Rps, como sus expectativas en los actuales escenarios sociopolíticos y culturales; esto desde una doble mirada: aquella de la radio misma (desde una crítica a su realidad institucional) y desde los actores sociales. En resumen, la investigación buscó sentar las bases para construir propuestas y estrategias institucionales para robustecer la *vigencia e incidencia* de la radio popular en el continente (Geerts y Van Oeyen, 2001).

La decisión fue, entonces, articular la investigación desde dos campos problema: *La esfera socio-política y la institucional*. Desde el primer eje se buscó establecer contactos y articulaciones de las Rps con actores sociales o *sostenibilidad social*, tanto desde la práctica radiofónica como en el nivel de la reflexión. Lo mismo que la capacidad de análisis y visión estratégica para la elaboración de proyectos políticos y sociales. Del mismo modo, se buscó conocer si las Rps comprendían los distintos niveles de la exclusión y su capacidad de traducirlo en distintos niveles de diálogos. También el contacto de las Rps con la vida cotidiana de las audiencias, la capacidad de traducir los objetivos en la programación y de ubicar su rol en la nueva realidad mediática. Por otra parte, en la esfera institucional, fueron objeto de atención la *sostenibilidad económica*, la competitividad en un escenario mediático, la *sostenibilidad institucional* y la apropiación eficiente de las nuevas tecnologías.

## **2.1) Los resultados: la radio popular frente a la pérdida de vigencia e incidencia**

El capítulo nueve titulado *Vigencia e incidencia: algunas pistas* (ALER, 2001:235) trae un resumen en dieciséis puntos de los resultados de la investigación. Indican sus autores que “no son conclusiones acabadas; son indicadores que invitan a ser profundizados y analizados. La comparación con la práctica de cada uno complementará el cuadro conjunto”(2001: 237). A continuación se presentan y comentan estas conclusiones con el objetivo de resaltar el perfil de una crisis que compromete el futuro de espacios mediáticos para la comunicación alternativa.

### **a) Problemas de identidad**

Lo primero que se apunta es una diversidad de términos y conceptos usados indistintamente. Ellos son: radio popular, radio comunitaria, radio ciudadana, redes, asociaciones, proyecto nacional, fortalecimiento institucional nacional; sostenibilidad económica, autofinanciamiento, ingresos propios; Estado y gobierno; subsidio y convenio (ALER, 2001).

Lo que llama la atención de ésta “confusión o indefinición” es la vinculación de los primeros conceptos con la identidad de cada proyecto. Una Radio Popular tradicional, ha hecho un trayecto distinto de las “radios comunitarias” que son más recientes. Acentuar “lo comunitario” en lugar de “lo popular” como lo definitorio de un proyecto, entraña matices en la perspectivas y en los métodos de trabajo. Las radios comunitarias, definidas así por sus objetivos sociales de servicio a la comunidad, buscan primordialmente la democratización de las comunicaciones, además de que la sociedad civil tenga los espacios necesarios a la promoción de sus intereses (Peppino, 1999). Justo en este mismo sentido hay una diferencia con las Rps tradicionales, que si bien hoy también coinciden en algunos objetivos, vienen de tradiciones educativas y de lucha política que las ubican más dentro de movimientos sociales revolucionarios donde la democracia comunicativa formaba parte de la agenda, pero no con la centralidad que tiene para las afiliadas de “La Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC-ALC) en América Latina” (Geerts y Van Oeyen, 2001:36-37).

Por otro lado, el ser una red o una asociación, se vuelve relevante para determinar los niveles de vinculación y el tipo de acción conjunta que pueden llevar a cabo un grupo de radios. Aquí lo que está en juego es la posibilidad real de un proyecto común entre proyectos similares en una región o

nación. República Dominicana es un caso que puede ilustrar: hasta 1994 UDECA no fue más que una asociación de medios para agenciar recursos por vía de la publicidad y para compartir servicios técnicos. Mientras lo anterior fue así, cada proyecto radiofónico mantuvo independencia en la programación. A partir de 1994 se inició un esfuerzo de articulación que abarcó la producción radiofónica conjunta, decisión que alteró las programaciones ordinarias de las afiliadas e implicó la formulación de estrategias de comunicación pública y de vinculación con la sociedad civil; de modo que en el caso dominicano los conceptos de *asociación* y *red* dieron origen a niveles distintos de cooperación, a prácticas distintas. Más adelante se retomará esta cuestión con mayores detalles.

## **b) Confusión ideológica y cambios sociopolíticos**

Se agrupan aquí los puntos dos y tres de las conclusiones. Las Rps experimentan los contextos en que se desarrollan como adversos a sus proyectos (Mata, 2001). Veamos como se caracterizan estos contextos en la investigación: “existe una confusión ideológica general, que causa desánimo e individualismo, no solamente entre los sectores populares sino en el movimiento popular y dentro de las mismas radios. Las organizaciones populares han entrado en una crisis de proyección y están más desarticuladas que hace cinco–diez años... han surgido nuevos actores en la realidad que redefinieron la exclusión en términos que sobrepasan la dimensión económica.” (Geerts y Van Oeyen, 2001:237).

Las Rps se enfrentan a unos actores sociales que ponen sobre la mesa reivindicaciones que conectan con las identidades culturales, más que exclusivamente con desigualdades económicas. Además, se confrontan con un Estado “menos opresor” y más débil. Delante de este panorama, en general, “las radios tienen dificultades para adecuarse a esas nuevas realidades” (Geerts y Van Oeyen, 2001:238). Este desencuentro entre la sociedad y las Rps quiere decir, que la primera atraviesa por cambios generalizados, mientras que la segunda, ha permanecido dentro de los mismos parámetros socioculturales que la vieron nacer. De ahí que las Rps “ya no logran ser el aglutinador social que se proponen ser” (2001:238), en consecuencia, se han encerrado en sí mismas. El cambio de rumbo de las radios populares se ha convertido en la condición fundamental para la sobre vivencia, sin éste no tienen futuro.

### **c) Ausencia de conocimiento sistemático de la realidad**

Los investigadores constatan que “pocas radios realizan acciones para lograr un conocimiento sistemático de la realidad. La mayoría confía en análisis del pasado o en sus propias experiencias como fuente de este conocimiento.” (Geerts y Van Oeyen, 2001:239). Señalan que las radios afirman estar orientando su acción comunicativa a partir de nuevos ejes temáticos, de trabajar por el cambio social y el desarrollo, en el marco de una sociedad de clases, hoy “los ejes que predominan son mujer, medio ambiente, democracia y ciudadanía. Con excepción de algunas radios que trabajan más lo político desde lo cultural, el énfasis de los proyectos está en lo informativo.” (2001, 239). Estos cambios en los ejes, en muchos casos, responden a las orientaciones de los organismos internacionales que financian el desarrollo en América Latina, con lo cual no se puede afirmar que la incorporación de nuevos ejes haya partido de un análisis de fondo del entorno sociocultural, más aún, indican los investigadores, se observa la ausencia de ejes como la pobreza, el desarrollo, la problemática relativa a los jóvenes (como mayorías latinoamericanas) y la justicia; ejes que apuntan a las consecuencias que sufre la gente por efecto del modelo económico imperante. Por ello, volvemos al punto de partida de éste apartado: la urgencia de la investigación.

### **d) Articulación de lo local y lo global: aciertos y fracasos**

En el caso de las radios llamadas comunitarias, la investigación detecta que tienen su fortaleza en lo local, en tanto que facilitan la intercomunicación, la información, servicios informativos y de solidaridad, pero que “corren el peligro de volverse marginales” (Geerts y Van Oeyen, 2001:240), sobre todo porque en sus ámbitos locales penetran con fuerza radios comerciales tecnológicamente superiores y que también abren espacios de participación a las audiencias. Por ello las Rps y comunitarias, se enfrentan a una feroz competencia por cautivar a la población.

La ausencia de claridad en los proyectos, más la presión económica “hace que muchas radios asuman el desafío como una competencia que se limita a lograr mayores niveles de audiencias (rating). En algunos casos peligró el proyecto propio.” (Geerts y Van Oeyen, 2001:240).

En los últimos años, las Rps de una misma región o país han hecho intentos de fortalecer redes para impulsar proyectos de comunicación conjuntos. El acento se puso en la producción informativa conjunta (Geerts y Van Oeyen, 2001) y los resultados han sido un cierto remozamiento. Sin embargo, el impacto a nivel nacional ha sido muy débil. Entre las razones adversas, se indican la fuerte competencia de las redes comerciales establecidas, los problemas económicos y problemas internos de coordinación entre las afiliadas. “En relación con las coordinadoras sigue predominando la expectativa de servicios, no de corresponsabilidad” (2001:241).

#### **e) Crisis económica y formación del personal**

A todos los problemas mencionados se le añade la crisis económica. El “70% de las Rps están en situación precaria, o logra apenas una estabilidad económica mínima; el apoyo de agencias de cooperación es fundamental para la permanencia de muchos proyectos” (Geerts y Van Oeyen, 2001:240). Los financiamientos externos se han reducido, en algunos casos por desviación hacia regiones más pobres del mundo y en otros por cambios en la configuración de los organismos internacionales. Ahora las Rps tienen que agenciar recursos locales. Positivamente esto producirá una mayor madurez, pero muchas Rps están amenazadas de desaparecer.

Las consecuencias más inmediatas son dos: mayor inversión de tiempo en conseguir recursos que en cuidar la calidad del proyecto y segundo, la pérdida de personal capacitado. A partir de aquí se puede comprender por qué, en algunos casos, se asumen ejes temáticos impuestos por las instituciones que financian proyectos de desarrollo. Tan sólo el 40 % del personal de las radios tienen gente con formación en comunicación.

#### **f) Planificación-evaluación y gestión interna**

“Son pocas las instituciones que cuentan con mecanismos sistemáticos de planificación y evaluación. Menor cantidad aún cuenta con un plan estratégico a mediano plazo. Perú es la excepción. La mayoría de las instituciones están conscientes de la necesidad de planificar y evaluar, pero les faltan los mecanismos, la capacidad y la costumbre. En muchas radios predomina el activismo”(Geerts y Van Oeyen, 2001:242). A esto se le añade la inexistencia, en muchos casos,

de mecanismos democráticos de gestión interna; y predomina el oscurecimiento de la misión y la incomunicación interna. Por último, pocas emisoras cuentan con planes de capacitación.

#### **g) Nuevas tecnologías**

“Otro fenómeno importante ha sido la introducción de nuevas tecnologías de información, señaladas como un buen aporte para los proyectos. Las instituciones tardaron para optar por tecnologías como correos electrónicos y el Internet. Actualmente el 75 % cuenta con este medio de comunicación” (Geerts y Van Oeyen, 2001:243). Los niveles de comunicación con las afiliadas de ALER o de las redes particulares aumentaron, además de que se cuenta con más recursos para la producción. En algunos casos el acceder a los periódicos nacionales por Internet está supliendo la búsqueda directa de la noticias en las localidades donde se ubican las radios y otros se ha visto la introducción de computadoras como señal de adecuación a los nuevos tiempos.

#### **h) Falta de modelos**

Los distintos aspectos presentados hasta aquí, lo podemos calificar como una crisis profunda de las Rps. Lo que en definitiva queda asentado es que: “muchas radios y redes están buscando reorientar sus estrategias y quisieran tener referentes, no para copiar sino para dejarse inspirar” (Geerts y Van Oeyen, 2001:244).

Los resultados de la investigación permiten organizar las emisoras en tres grupos (Geerts y Oeyen, 2001: 113-114): el primero es minoritario, son aquellas radios que no han hecho una nueva lectura de los cambios profundos en la realidad. No se han renovado y siguen con el mismo proyecto de hace diez y veinte años; existe un segundo grupo, el mayoritario, que son las radios que han renovado su lectura de la realidad, pero que hasta el momento no han sido capaces de elaborar un nuevo proyecto que corresponda a esta intuición. Estas emisoras reconocen la crisis, sin embargo, le faltan instrumentos o modelos que inspiren para hacer esos cambios. El último grupo de radios, también minoritario, son aquellas que han renovado sus lecturas de la realidad y han logrado reconstruir sus proyectos en coherencia con la realidad.



Mucho de lo dicho hasta aquí se concreta de un modo particular en las Rps dominicanas. En el apartado siguiente, el objetivo es tematizar la crisis a raíz del fracasado proyecto de red que implementó UDECA entre 1995 y el 2002.

### **3) Radios populares en República Dominicana: UDECA**

En la mayoría de los casos, las redes nacionales han logrado fortalecer los proyectos de las radios, generando incidencia en los ámbitos locales y regionales de las emisoras que participan en estas redes. Pero están todavía lejos de lograr una incidencia en niveles nacionales. Existen varias condiciones objetivas adversas para la implementación de estos proyectos, como la falta de recursos, y la fuerte competencia de redes y cadenas comerciales

Geerts y Van Oeyen

UDECA<sup>2</sup>, fue fundada en Septiembre de 1981. En sus inicios, el proyecto principal fue la creación de un taller para dar asistencia y mantenimiento técnico de los equipos de las afiliadas (Gutiérrez, 2001:11). A partir de 1984, en sociedad con ALER, UDECA inicia un programa anual de capacitación, intercomunicación de experiencias y de personal, prácticas de producción de noticias y un programa común, retransmitido por todas las afiliadas como especial de fin de año. En 1986 fue contratada una persona para la venta de publicidad para todas las afiliadas.

Hasta 1994 la función de la asociación se circunscribió a los tres aspectos descritos. En este mismo año se comienza a percibir la necesidad de convertirse en una red nacional, tal como lo recoge un documento de 1998: “a partir de un estudio de consumo de medios en República Dominicana[...] se vio la necesidad de que nuestros proyectos de radios y ampliaran su área de influencia. Se inició así un proceso de mayor coordinación entre las emisoras afiliadas en el campo de la producción radiofónica” (UDECA, 1998:1). Otro documento, de Marzo de 1994, presentado en asamblea de ALER, justificaba el giro hacia la red con los objetivos siguientes:

- Para tener más influencia.
- Para tener mayor presencia pública.
- Para dar más coherencia a una propuesta radiofónica.

---

2 Informe Nacional para la República Dominicana. En la página 11 del informe se explica la estructura de UDECA. El órgano rector de UDECA es una asamblea formada por todos los directores de las siete afiliadas. Esta asamblea a su vez elige una directiva que es la encargada de definir las políticas de la asamblea. El área operativa tiene un director ejecutivo y un grupo de encargados de proyectos o áreas de trabajo del Centro de producción UDECA, CPU y de las radios.

- Para elevar la calidad de nuestra oferta radiofónica.
- Para facilitar la integración nacional.
- Para representar a las audiencias.
- Para reducir costos.
- Para generar ingresos.

Estos objetivos aluden y reconocen la debilidad de cada radio en particular. O dicho de otra manera, desarticuladas no tenían capacidad para la acción pública contundente. La decisión entonces fue armar una red basada en la producción radiofónica conjunta. Fueron creados tres programas para concretizar la red: *En familia*, el *Noticiero en Contacto* y *Foro Abierto*. Los dos primeros de transmisión diaria y el tercero semanal. En el noticiero fue donde se hizo la apuesta mayor. Fue creado un equipo de periodistas con sede en la capital dominicana y varias estaciones de la red suspendieron sus programas noticiosos locales para darle paso al proyecto nacional.

Desde 1995 hasta la fecha, UDECA se ha empeñado en reposicionarse socialmente e incidir en la vida nacional como una propuesta sólida de comunicación. De hecho, incrementó su participación como actor social en los espacios donde se aglutinan organizaciones de la sociedad civil (UDECA, 1998). También se hicieron serios esfuerzos por conseguir la sostenibilidad económica e institucional. Para la primera se contó con el apoyo de un especialista en marketing. Su trabajo consistió en preparar un proyecto general y entrenar el personal de las afiliadas para una inserción consciente en el mercado, sin abandonar los proyectos sociales de las emisoras. Para la segunda, algunas afiliadas contrataron expertos en reestructuración o reingeniería, no obstante, por diversas circunstancias, ambas líneas de acción se estancaron y no se consiguió el objetivo de crear una red sólida; por ello, la presencia e influencia pública que esperaba alcanzar UDECA no trascendió al plano nacional como esperaba. Pese a que mejoró sus productos radiofónicos y ganó reconocimiento en la sociedad civil, no alcanzó a cumplir sus objetivos de renovar las Rps dominicanas.

Varios aspectos se cuentan como los catalizadores del fracaso. Primero en el nivel técnico las afiliadas del interior del país no tenían buena recepción de la señal que se hacía vía telefónica. Segundo, la implementación de la red se hizo a costa de eliminar programas que gozaban de un

buen rating en sus localidades, tal fue el caso de los noticieros de RSM y Radio Enriquillo<sup>3</sup>. Con la agravante de que esta decisión nunca fue asimilada por el personal de las radios y mucho menos por sus audiencias. Un Tercer aspecto tiene que ver con el centralismo en la conducción general y en la toma de decisiones (Gutiérrez, 2001:12). La red se implementó apresuradamente, lo local y lo nacional no se articularon correctamente; el proyecto nacional se experimentaba como imposición en los proyectos particulares. Lo cierto es que finalizando el 2001, un balance sobre la marcha de la red en lo relativo a la relación de cada radio local con el proyecto nacional, arrojó los siguientes resultados: “Son escasas las personas que califican esta relación como entusiasta o de mucha identificación. Para la gran mayoría la relación es de tipo pragmático: a ver lo que se puede aprovechar(...) Varias radios definen la relación más bien como una molestia debido a malentendidos, ingerencias y falta de cumplimiento. Hay recelos. En estas radios se nota que hay heridas por ciertos roces en el pasado.” (UDECA, 2001:4).

El cuarto punto, es lo relativo a la comunicación. El documento de fundamentación resalta la importancia de la comunicación y su relación con la democracia (UDECA, 1994), coloca la situación actual de los medios de difusión, de su relación con la política, la ciudadanía y el debilitamiento de las instituciones tradicionales, etc.; pero se queda corto al no captar “la centralidad de la comunicación para el modo de organización de la sociedad contemporánea”(Vassallo de Lopes, 1999: 4). Comprensión que se vuelve estratégica porque permite acceder a los cambios en los modelos sociales de comunicación que son en definitiva los que tejen la reflexividad a la que el sujeto se ve constreñido (Alfaro, 2002) y son los que abren las posibilidades para la construcción de nuevos modelos de convivencia. Existe, pues, una cierta miopía sobre la cultura tal y como se refleja en esta afirmación: “la globalización de la comunicación sofoca el alma cultural de los sociedades latinoamericanas” (UDECA, 1994:2). Más adelante, cuando se citan “los problemas de la radio popular” se coloca la debilidad de los proyectos: “son una minoría los proyectos que compiten o tienen impacto notable en la sociedad. La mayoría de las radios populares están estancadas y con poca incidencia” (UDECA, 1994:3). Llama poderosamente la atención que ni en este punto, que es el segundo de los seis que cita el documento, ni en los restantes se menciona la comunicación como factor problemático o de oportunidad.

---

<sup>3</sup> RSM está situada en el norte de la República Dominicana y Radio Enriquillo, en el Sur.

Al hablar de los desafíos inmediatos y a futuro, se tematiza la necesidad de repensar y formular las estrategias de comunicación de UDECA. A modo de recordatorio, es señalada la orientación educativa de la comunicación de las radios de UDECA, así como sus opciones fundamentales: es una comunicación para el desarrollo y es una comunicación que apela al diálogo y a la participación de los sujetos (UDECA, 1994). Es así, que la comunicación opera en un sentido práctico-instrumental (Alfaro, 2002), como una especie de caja negra a la que se van adhiriendo atributos.

La propuesta de red se carga de un sentido automático. Ella por sí misma producirá una mayor influencia: “la red de UDECA como actor social acumula poder y da poder a los ciudadanos(...) Una red de radios tendrá una mayor presencia pública, influyendo directamente en la opinión pública, en las grandes ciudades, en los centros de decisión. Y en general en todas las esferas sociales” (UDECA, 1994:7)<sup>4</sup>. Con respecto a las audiencias se dice: “un trabajo integrado a través de una red es una oportunidad para las emisoras representar y ampliar la voz de sus audiencias, pudiendo dar saltos desde lo local hacia lo nacional” (1994:8).

En Septiembre del 2002, UDECA anunció el fin de la producción radiofónica conjunta, fundamento de la Red; este final abrupto dio por terminados esfuerzos de más de siete años por construir una verdadera red nacional, como parte de una estrategia conjunta para mejorar la vigencia y la incidencia de las afiliadas. Al parecer UDECA está devuelta a 1994 y quedó trunco el esfuerzo para adecuar las Rps dominicanas a las exigencias de un país con una sociedad civil cuyo papel en la democratización es cada vez más importante (Agosto, 2002)<sup>5</sup>.

#### **4) La radio sostenible: una radio vigente y con incidencia**

La investigación de ALER vinculó la triada: sostenibilidad económica, social e institucional a la vigencia e incidencia de los proyectos de las Rps. “La sostenibilidad institucional se refiere a la ‘institucionalidad’ que debe existir (roles, funciones, autoridades, estructura organizativa, etc.). La sostenibilidad social es el ‘soporte’ de cada radio, centro, coordinadora: sus relaciones con los

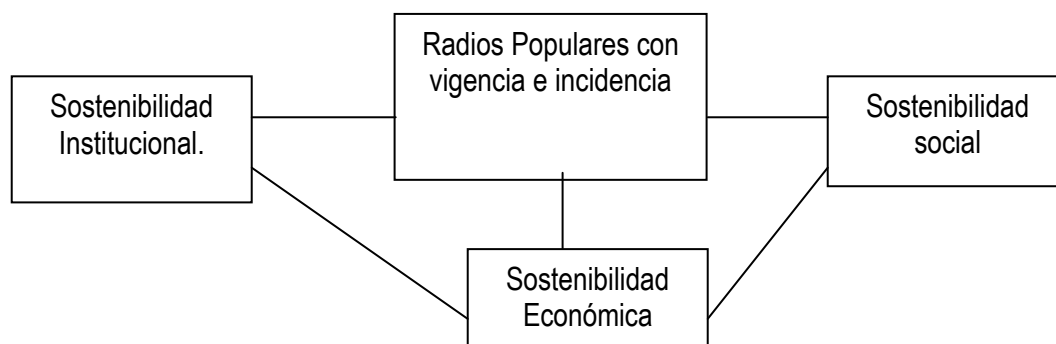
---

4 UDECA, 1994: 7

5 Agosto afirma que: Como se ha podido observar, en la década de 1990 se incluyeron a los actores sociales tradicionales (empresarios, sindicatos, y grupos religiosos) nuevos actores sociales como fueron las organizaciones de base y las ONG; las relaciones se fueron institucionalizando y perdiendo el carácter personalista. Esta pérdida del carácter personalista en los vínculos fue reforzada por la creación de redes de organizaciones sociales. El paso de una sociedad civil propositiva a una negociadora fue el camino transitado por las OCS hacia finales de 1990. Las OCS han ganado un nuevo protagonismo en el espacio político que muchas veces entra en enfrentamiento con los partidos políticos.

públicos y los actores sociales de la sociedad civil, desde donde debe tener reconocimientos. Por su lado, la sostenibilidad económica es la capacidad para proveerse de los recursos necesarios que aseguren su funcionamiento y el cumplimiento de sus objetivos” (Geerts y Van Oeyen, 2001: 117).

Para conocer sobre la sostenibilidad institucional, el estudio de ALER investigó sobre la propiedad, la planificación, la evaluación, la investigación, estructura organizativa, personal, capacitación y nuevas tecnologías ( Geerts y Van Oeyen, 2001: 117). En el caso de la sostenibilidad social, la investigación se preguntó por los públicos a los que se dirige la radio, cómo se les conoce y como se relaciona con él (2001: 65); para determinar la sostenibilidad económica se buscó conocer las distintas formas de financiamiento. Con ello se quiso saber si las Rps, económicamente, eran sostenibles a largo plazo (2001:159).



La investigación parte del reconocimiento de cambios profundos en las sociedades contemporáneas; uno de ellos es la existencia de nuevos actores sociales con los que las Rps tendrían que vincularse. Reconoce, además, que es un tiempo para la negociación (alianzas estratégicas); así como que los medios de difusión son un espacio privilegiado de mediación para el cambio social.

Con respecto a las radios investigadas, se establece una tipología. Hay radios que ya han producido cambios, pero son muy pocas; también están las radios que reconocen la crisis, pero no han podido transformar esta percepción en nuevas prácticas, éstas son la mayoría. Otra revelación más de la investigación, es que existe otro grupo minoritario que por razones diversas, se ha quedado en el pasado.

La situación de las mayorías de las radios investigadas oscila entre el desfase total y el reconocimiento de que hay que cambiar, con lo cual ambos grupos están emparentados porque permanecen atados a las mismas prácticas. Estas emisoras están paralizadas por la dificultad para descifrar el sentido de las transformaciones socioculturales, políticas y económicas de las sociedades latinoamericanas contemporáneas: al mismo tiempo están presas de la dificultad para sostener anteriores principios, lo cual se traduce en confusión, en preguntas que parecen no encontrar todavía respuestas satisfactorias (Mata y Gutiérrez, 2001). Algunas de las Rps que ya han iniciado el camino y que han conseguido poner en práctica algunas iniciativas, han arriesgado el proyecto propio: “desde la falta de claridad y estrategias propias, muchas radios asumen ese desafío [el de renovación] como una competencia que se limita a lograr mayores niveles de audiencia. En algunos casos peligra el proyecto propio de la radio.” (Geerts y Van Oeyen, 2001: 240).

En conclusión, la mayoría de las radios investigadas están lejos de ser sostenibles o peor aún, como lo indica la investigación, no se sabe o no se encuentran los caminos para alcanzar “ese estado” que devolvería o fundamentaría la posibilidad de la vigencia e incidencia. Lo que quiere decir en el lenguaje de la investigación que las Rps deberían tener un lugar relevante en la sociedad y sus prácticas ser pertinentes al cambio social.

##### **5) Sostenibilidad, vigencia e incidencia: cuestiones problemáticas**

La sostenibilidad es la cuestión central de la problematización de la relación de las Rps con las sociedades actuales, por lo tanto, al modelo de Rp al que se debería tender, según la investigación, es hacia lo que podemos categorizar como “Radio Sostenible”, esa que consigue mantener su existencia porque se ancla en el tripié del recuadro anterior, como la condición para tener vigencia e incidencia en la sociedad. Vigencia significa, como se define en la investigación, el verificar si la

práctica de una radio popular contribuye a un proyecto de cambio social(Geerts y Van Oeyen, 2001); sobre la incidencia, se dice que conecta con el peso de la presencia y de la influencia en la sociedad de las Rps, que no es otra cosa que establecer si ésta es capaz de provocar cambios en alguna dirección, a favor o en contra de algo(2001:41-43).

La letanía de que hay que asumir la planificación, el conocimiento de la realidad de las audiencias, las alianzas estratégicas con actores sociales; de que las Rps sean actores sociales, etc., como *promesa* de revitalización de la vigencia e incidencia de las Rps, corre el peligro de convertirse en un paquete ideologizado. Así la mirada sigue atada a la política como ejercicio centralizado del poder; en cambio, el desplazamiento hacia el campo de la comunicación permite ver con mayor claridad, que en muchos países latinoamericanos, las emisoras alternativas han perdido su hegemonía como lugar legítimo de las prácticas alternativas de comunicación.

Buscar la radio sostenible no se puede entender como modernización sin más, puesto que no iría más allá de la búsqueda del espacio perdido, cuando en realidad la urgencia es que contribuyan, mediante sus prácticas comunicativas, a la construcción de sistemas sociales distintos. En este sentido, es necesario desatar procesos de renovación de los proyectos radiofónicos en crisis(Geerts y Van Oeyen, 2001:276) desde una perspectiva teórica- metodológica que conduzca a las Rps a dejarse cuestionar o descentrar por la emergencia de nuevas “racionalidades y nuevos modos de sentir” de tantos y tan diversos actores sociales. En esta lógica, es fácil ver que es posible establecer alianzas estratégicas con nuevos actores sociales para propósitos comunes, sin que esto implique transformaciones sustanciales de la percepción que las Rps tienen de sí mismas.

El diseño o rediseño, de un sistema comunicativo (una nueva radio) que contribuya con la reflexividad de las audiencias, con la gestación de ciudadanía, no se puede concebir sin considerar la noción misma de sociedad sobre la que se sustenta. Comprender la sociedad desde las narrativas marxistas o liberales, otorga a estos proyectos una centralidad en la vida social (tal vez mejor: en una comprensión a priori de la sociedad, siendo que lo social atraviesa por profundas recomposiciones). Por el contrario comprender la sociedad como tejido comunicativo pone la mirada en los procesos que hacen las sociedades democráticas o anti-democráticas. Entonces más que concientizar, el objeto de la comunicación de las Rps debería apuntar a potenciar procesos

democratizadores. Es esto lo que puede significar insertar estas emisoras en una sociedad red donde la comunicación, el conocimiento y la información se han vuelto centrales para la gestación de nuevos modelos sociales democráticos (Gogin, 1997), donde la pluralidad cultural va ganando ciudadanía (se hace la base de la democracia) y le exige a la política organizar espacios donde esta diversidad se reproduzca como la base de un nuevo sistema-mundo. Es por ello que preferimos, colocar la comunicación en el centro la problematización de la relación: *Rps y sociedades contemporáneas*, lo que equivale a pensar la sociedad desde la comunicación y la interacción entre sistemas (constitutivos de lo social) como relaciones comunicativas (Grossberg, 1988; Luhmann, 1983).

El fracaso de UDECA, miembro de ALER, dejó claro que la búsqueda de la sostenibilidad no se puede asimilar como una receta; hace falta cuestionar unos modelos de *comunicación participativa* emparentados con “modos ilustrados de analizar y valorar la vida social” ( Martín-Barbero, 2002:208).

El diseño de la red de UDECA se estructuró a partir de un centro coordinador en la capital del país y todas las radios en órbita a su alrededor. Las informaciones fluían de la periferia hacia el centro y el centro devolvía productos acabados que las afiliadas difundían. El proyecto se mantuvo vivo mientras fue financiado por fondos internacionales.

El proyecto de UDECA, sin lugar a duda, fue un buen intento por conseguir sostenibilidad social, económica e institucional pero no consiguió crear un modelo de red descentrado, similar a los modelos que van gestando los movimientos sociales. La investigación promovida por ALER detecta que algunas redes informativas fueron fruto de decisiones políticas tomadas por la coordinadora nacional y que muchas radios entraron a la red en condiciones de desigualdad (ALER, 2001: 200) En definitiva, además de problemas técnicos, de la competencia de las redes comerciales, UDECA no consiguió desterrar el verticalismo de sus modos de producir *comunicación*. La preeminencia de la mirada política que afirma que el ser político es un estado de conciencia al que hay que acceder. Por ello, en lo fundamental, UDECA permaneció radicalmente distante de una sociedad donde la participación ciudadana busca ampliar los espacios democráticos de comunicación. Es así que, en el caso dominicano, las afiliadas de ALER aún tienen muy poca incidencia en la sociedad y sus



propuestas radiofónicas pierden cada vez más vigencia, porque han sido incapaces de construir relaciones comunicativas que se hagan cargo de las conflictividades de los nuevos contextos sociales.

Se hace necesaria la exploración de la crisis de las Rps, desde la permanencia en ellas de unas prácticas comunicativas que no se están comunicando con transformaciones socioculturales, políticas y económicas que azotan las sociedades latinoamericanas contemporáneas. Por lo tanto, no están favoreciendo la gestión ciudadana y mucho menos propiciando la generación de opinión pública. Se está delante de transformaciones que reclaman nuevas narrativas de la cultura y de la vida (Escobar, 1999). Vivimos en un mundo que cambia más rápido que las posibilidades de comprenderlo. Un mundo en estas condiciones oscurece la acción humana. Sin embargo, los actores sociales buscan la manera de volver “gobernable” el caos que se percibe como derivado de las reconfiguraciones aceleradas (Reguillo, 1997; Escobar, 1999). Ante la amenaza del totalitarismo del mercado, se lucha para que esta gobernabilidad sea democrática e igualitaria.

En conclusión, construir una radio que goce de legitimidad implica deslegitimar la pretensión de mantener un lugar relevante en la sociedad, desde prácticas de comunicación masivas que no dialogan con la diversidad y que no se dejan descolocar.

En el siguiente capítulo se plantea un camino metodológico que permitirá estudiar el caso concreto de Radio Santa María. El objetivo del estudio es conocer a fondo el contexto de producción, sus productos y sus audiencias.