

LA RADIO ALTERNATIVA

HUMBERTO A. MODRAGON RICO *



La radio, como medio masivo de comunicación tiene ventajas sobre los otros medios, pero definitivamente lo más importante es su acceso a todo tipo de población, por lo tanto debe escoger y realizar sus mensajes de la manera más responsable, real y objetiva; en ningún momento debe coartar la libertad de pensamiento o la alegría de soñar.

La radio alternativa, es precisamente eso, una alternativa, una variante para las

clases más marginales de la sociedad, que sufren de analfabetismo, desnutrición, insalubridad, aislamiento cultural o social, a través de auto-gestión lograr un cambio positivo enrutado a solucionar sus problemas.

La radio tiene unas funciones específicas apremiantes que cumplir en el contexto del desarrollo alternativo, basado en el desarrollo de la industria en función del mejoramiento de las condiciones, y del

* Profesor T.C. Departamento de Tecnología Educativa
Universidad del Quindío.



nivel de vida en el campo popular y no a la inversa.

Existen nuevos retos para la radio, dentro de las experiencias Latinoamericanas con referencia a la comunicación alternativa, popular y participativa, pues crece el interés por facilitar la autoexpresión de las clases subalternas y marginales.

La disyuntiva que se presenta es la forma de colocar los medios de comunicación al

alcanze y acceso de las clases populares para facilitar su autogestión, ya que los medios masivos de comunicación (entre ellos la radio), tienen el deber de informar, recrear y educar. La medida en que se cumpla cada una de estas funciones, depende de las emisoras y de las perspectivas de análisis de quienes evalúan el proceso radial.

Sin embargo existe la tendencia a aumentar el número de emisoras

populares no comerciales, cuya finalidad no es difundir noticias, música y propaganda, sino más bien de servir o actuar como instrumento de participación de las comunidades, con propósitos definidos de análisis de sus propios problemas. Esto implica la descentralización de la comunicación, puesto que tradicionalmente la sociedad ha girado alrededor del Estado con todos sus aparatos ideológicos de producción e influencias de empresas nacionales y multinacionales, comercio, religión, etc. Hoy, el problema comunicacional se ubica en el ámbito de la cultura en los conflictos que subyacen en ella, pero si miramos el fondo el problema no se circunscribe a los medios sino en las medicaciones, definidas por Martín Barbero como: «las articulaciones entre prácticas de comunicación y movimientos sociales, a las diferentes temporalidades y la pluralidad de matices culturales», la tendencia a colocar el eje de la sociedad en la acción del Estado está cambiando y su epicentro va encaminándose más hacia la acción de la sociedad civil, la cual conformamos los que no hacemos parte del aparato del Estado y que de una u otra forma estamos organizados en sindicatos, asociaciones, juntas comunitarias, cooperativas, etc., estamos

llamados a plantearnos interrogantes acerca de qué podemos hacer como ciudadanos organizados; planteamientos que la cultura popular debe dirigir a fin de defender sus derechos y a resolver sus propios problemas, con una actitud de resistencia a los mensajes o con un propósito de codificarlos racionalmente, puesto que la principal característica de la cultura es la complejidad, su elemento intrínseco la pluralidad, y no sólo pluralidad de culturas, sino también pluralidad de opciones, de significados, de medios, de mensajes, y hasta de métodos para comprender esa pluralidad, que a su vez implica conflicto.

Sobre estos principios gira la comunicación alternativa, donde la tendencia de relación Estado - ciudadanos, cumplirá la comunicación popular, un papel multifacético y poderoso, el de asumir funciones nuevas, más completas y variadas frente a las de la comunicación tradicional, por tanto deberá servir de diagnóstico, de interrelación entre las fuerzas en conflicto y los componentes de la sociedad, la comunicación popular no es la que se hace para el pueblo, es la comunicación del pueblo. Puesto que la cultura popular es un espacio de reproducción desigual y



conflictiva de la realidad social. En ese sentido al llegar la reproducción de discursos del poder hegemónico, como también recepciona los procesos de resistencia y diferenciación social, es de su cotidianidad histórica de supervivencia social. Se procesa así una creatividad cultural impregnada de asimilación y lectura del poder como de construcción de su alteridad contestataria. Pero cuando los procesos de liberación comprometen a los sujetos populares de

manera protagónica, desde su identidad y sus ámbitos propios, la reproducción da paso preferencial a la producción cultural alternativa, desde la cual los proyectos sociales y la Educación popular adquieren personería y sentido, se convierten en unos espacios de producción de las motivaciones y los motores ideológicos del cambio. En este sentido la Radio Alternativa, local y masiva se convierte en un espacio de autoeducación popular e integral, que recepciona, admite y

reproduce los procesos de protagonismo social y político, articulando los movimientos sociales locales. Es apoyo y fuerza moral para cambiar.

Se espera con la radio alternativa, que la propia comunidad participe en los procesos históricos de transformación social, encontrándonos con que comunicación popular, comunicación alternativa y comunicación participativa son en el fondo aliadas y complemento del fortalecimiento de la sociedad civil, sobretodo de los sectores menos privilegiados, o sea de la revitalización de la cultura popular, el pueblo pasa a ser actor y dueño de su propio destino. La radio alternativa pretende la oposición al patrón tradicional de las formas de comunicación en la sociedad, buscando proponer y ejecutar nuevas formas de comunicación más participativas, más concientizadoras, más facilitadoras de la autoexpresión de la gente; por ello el campo de acción de la radio alternativa se vuelve muy amplio, se expande dinámicamente para estimular la participación de la sociedad en la solución de sus problemas; la acción de su metodología y programación implica la descentralización de la comunicación.

De esta manera, la radio alternativa puede

contribuir a fomentar la motivación y acompañar eficazmente al individuo y a la comunidad en su desarrollo integral.

Uno de los propósitos de la radio alternativa, es ayudar a la democratización



popular, a la revaloración de los sujetos sociales, quienes deberán abordar su propia comunicación.

La radio es la alternativa que permite el ingreso real y simbólico de la cultura

popular a los medios.

En síntesis, se puede comprender a la radio alternativa como un paradójico conjunto de procesos sociales, que rebasan la relación emisor-receptor, aunque la

incluyen. El funcionamiento de las culturas populares y de las hegemónicas tiene lugar al interior de los medios masivos, pero también fuera de ellos donde se manifiesta su influencia. Los movimientos sociales y culturales luchan por incorporarse a los



medios a su alcance buscando espacios de representación y su recuperación social y simbólica, que les fueron negadas por los espacios políticos tradicionales. La radio alternativa, en este sentido, es el medio que mejor expresa el camino que la definición de lo popular ha recorrido a través de lo masivo.

Más aún, los propios sujetos populares han iniciado un proceso de penetración y construcción de su presencia en la radio. Los propietarios se han sentido obligados a abrir sus espacios a otros mediadores más cercanos al mundo popular, a cantantes, grupos musicales, folkloristas y animadores, como también a sistemas concretos de mediación radial como saludos, publicidad, idiomas o

jergas populares, avisos, piezas musicales por pedido o solicitud telefónica, programas manejados por otras instituciones y personajes, entre otros más, a fin de llegar a sus públicos concretos.

Qué es lo alternativo?

Todo lo alternativo: Es decir, no hay alguna cosa que no sea alternativa. Lo alternativo es la otra opción, la otra forma de pensar, de decir, de hacer, de ser. Ante cualquier hecho, ante cualquier circunstancia, siempre tendremos varias opciones, varias determinaciones, varias formas de asumir ese hecho. La variedad exige determinación, y esa



determinación es la escogencia: escogemos uno u otro lado, una u otra palabra, una u otra cosa. El que escoge la otra la que no escogimos, está también eligiendo su propia alternativa.

Alberto Cortés, nuestro profesor en la Maestría nos manifestaba que: «Nosotros somos los demás de los demás», lo que significa que los otros son la alternativa para lo que nosotros no somos, mientras que nosotros somos la alternativa para ellos.

«La comunicación que nosotros pretendemos alternativa es simplemente eso: Una esperanza, un intento, una búsqueda, precisamente por eso no es tan simple».

Si el modelo de comunicación tradicional que usamos no funciona, es necesario cambiar esa comunicación por otra comunicación.

Lo alternativo es lo que nos

muestra otras versiones diferentes, no las hegemónicas, nos muestra otros valores, otras formas de ser, que nos permitan reconocernos como diferentes, que nos permita generar nuevas formas de pensar, nuevos hechos y cambiar viejas formas de nacer. La clave de todo lo alternativo, es el uso que hacemos de la comunicación.

BIBLIOGRAFIA

Revista SIGNO Y PENSAMIENTO, Números 6, 9, 11, 12, 13, 21, Pontificia Universidad Javeriana.

BRUNER, José Joaquín, Modernidad y Transformaciones Culturales, en Día. Logos de la comunicación, Felafacs Nro 26, Lima Oct. 89.

MARTIN, Barbero Jesús, Comunicación, campo cultural y proyecto mediador, en Día. Logos de la Comunicación, Felafacs Nro. 26, Lima, marzo 1990.

MARTIN, Barbero Jesús, De los Medios a las Mediaciones.

GONZALEZ, Jorge A, Los Frentes Culturales.

SHILLER, Herbert I, Cultura S.A. Universidad de Guadalajara, Mexico, 1993.

MELGUISO, Jorge Humberto, Charla a los estudiantes de Tecnología Educativa de Uniquindío sobre Comunicación Educativa, Oct. 1994.

McLEISH, Robert, Técnicas de Creación y Realización en Radio, Manuales Profesionales. Uned, España.

KAPLUN, Mario, Producción de Programas de Radio, Colección Intiyan.

BASSETS, Lluís, De las Ondas Rojas a las Radios Libres, Ed. Gustavo Gili S.A. Barcelona.

COMUNICACION Y CULTURAS POPULARES EN LATINOAMERICA, Seminario del Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, Felafacs.

GARCIA Canclini, Nestor, Las Culturas Populares en el Capitalismo, Casa de las Américas.