

RADIO COMUNITARIA: UNA ALTERNATIVA AL DESARROLLO CULTURAL

Lic. Andrés Lozano Zamora

Homogeneizar para hegemonizar es la máxima de las grandes empresas transnacionales de la comunicación del mundo de hoy. Con el apoyo de las modernas tecnologías que su poder económico les permite emplear, imponen gustos, estilos y modelos de consumo, a través de una fuerte presión publicitaria, que intenta arrasar con la diversidad cultural de nuestros pueblos.

Se trata de manipular mentes y almas para convencer de que la globalización neoliberal es el seguro pasaporte a un nuevo paraíso terrenal. Frente a ese proceso uniformador que pretende destruir identidades nacionales, Cuba insiste en proteger la suya, a pesar de la hostilidad imperialista no sólo en el terreno económico, sino en el político ideológico. Ante este reto, y como expresión de la cultura que es, la Radio Comunitaria¹ está llamada entonces a desempeñar un importante papel.

Hacer de Cuba el país más culto del mundo a través de la masificación de la cultura, es una de las aspiraciones que actualmente asume la radio comunitaria, pues "tiene un formato que le permite reflejar con estilo propio, los intereses... culturales e históricos en los cuales se enmarca".²

¹ En el contexto cubano, radio comunitaria se identifica con emisoras municipales o locales.

² La radio avanza. Entrevista a Josefa Bracero, vicepresidenta del ICRT, Lourdes Pasalobos. Caimán Barbudo No 228, Noviembre 1986, páginas 20-21

Esa proximidad de las emisoras municipales a la realidad que viven las comunidades, beneficia la objetividad y efectividad de su trabajo, al cubrir necesidades locales que las estaciones nacionales no pueden asumir, como por ejemplo, el acontecer cultural comunitario, el movimiento de aficionados y el patrimonio o talentos profesionales. Esto posibilita una mayor influencia en función de mejorar la realidad, ya que el mensaje va directamente dirigido a un receptor bien cercano, a un público que se siente arraigado de manera creciente a preferir las emisoras locales o municipales.

Sin embargo, no siempre las radios comunitarias son reflejo de la vida política, económica, social y cultural de las zonas donde están enclavadas. En ocasiones, existe un divorcio o se enfocan incorrectamente las necesidades y expresiones culturales propias. Es insuficiente el tratamiento que se le da al hombre, protagonista de la noticia y la programación.

Ante la problemática, ¿cómo hacer para que la radio comunitaria se convierta en protagonista del desarrollo cultural de las comunidades donde está enclavada? Es vital demostrar a través de elementos prácticos, un enfoque correcto de las necesidades y expresiones culturales propias de la localidad, para que estas puedan estar presentes en la programación de una radio comunitaria. Aquí radica el centro de la masificación de la cultura.

Desde la década del 90 del siglo XX, Cuba participa en la renovación conceptual en el ámbito de la cultura nacional. La masificación de la cultura es la estrategia desarrollada en respuesta al proceso de globalización cultural, que se ha desplazado de manera aplastante por el dominio de las transnacionales. Esta estrategia se propone promover los valores auténticos, contrarrestando aquellos actos nocivos que trae consigo la globalización neoliberal.

Se trata de convertir al pueblo cubano en un pueblo culto y libre en medio de un mundo de frivolidad, manipulación, consumismo y mediocridad, donde las

jerarquías culturales han sido adulteradas y los hallazgos de la vanguardia tienen muy poco y son muchas veces, confinados a circuitos en extremo minoritarios o puestos al servicio de la publicidad y sometidos a concesiones insólitas.

El modelo cubano busca dotar a la población de un hondo sentido crítico y un patrimonio espiritual complejo y rico, que la haga crecer en medio de ese mundo globalizado, que pretende "abolir la inteligencia y el pensamiento propios".³

La masificación de la cultura que Cuba propone es, precisamente, la única respuesta eficaz frente a la invasión de los modelos de la cultura de masas imperialista. "Es una alternativa emancipadora y democrática frente al modelo manipulador y autoritario de la cultura de masas (...)"⁴, cuyo propósito es mixtificar y degradar el producto cultural sobre la base de una manipulación espiritual del hombre, la cual se reduce a una experiencia meramente sustentada en el entretenimiento o en falsas expectativas estereotipadas.

Es aquí donde la difusión de la cultura a través de la radio comunitaria, adquiere otra dimensión, porque no puede pensarse en masificación de la cultura "(...) sin que la promoción del arte y de la literatura ocupe el centro mismo, la razón de este proyecto (...)"⁵, ubicando también el acontecer local en la realización del mismo.

Todo programa de acción encaminado a este propósito, debe contemplar como prioridad esencial, un acercamiento de la información, de la acción formativa, de tal modo que ese oyente sepa qué sucede, quién lo hace, dónde se produce, quiénes son los protagonistas del hecho y qué importancia puede tener para él o ella esta presencia.

³ La globalización y sus nexos con la cultura cubana. Gustavo Rivera Keeling, especialista de la Dirección Nacional de Música de la Radio Cubana. La Revista No. 29, enero-marzo 2003, página 21

⁴ Vanguardia y pasividad. Abel Prieto, Ministro de Cultura. Consejo Nacional de la UNEAC, 9-10 de junio del 2000. Ediciones Unión.

⁵ La difusión masiva de la cultura. Graziella Pogolotti. Consejo Nacional de la UNEAC, 9-10 de junio del 2000. Ediciones Unión.

Por ese motivo, la radio comunitaria adquiere un papel decisivo, pues esta es una vía a través de la cual se transmite información y este proceso, más allá de su naturaleza, produce un reconocimiento social, pues como se sabe "(...) lo que sucede al margen de los medios no tiene resonancia".⁶ Esta cuestión debe ser entendida por quienes tienen la misión de programar el accionar de la cultura en cada institución y por quienes asumen los espacios informativos o especializados en temas culturales en las emisoras. Lo principal es que ambas posiciones complementen sus objetivos, al fin y al cabo, el espectador que va a una casa de cultura, cine, galería o biblioteca es también un oyente, y viceversa.

Resulta vital entonces que las instituciones culturales comunitarias ganen espacio en la radio municipal. De esta manera, pueden convertirse en modelos promocionales. En su contrapartida, la radio comunitaria debe erigirse en productora de cultura, una realidad que establece patrones y por lo tanto, actúa no sólo en el plano de la conciencia racional, sino que influye también en el ámbito de la sensibilidad, la formación del gusto y su establecimiento.

Es por eso que el ejercicio del criterio se debe asumir como vía de retroalimentación para establecer jerarquías, llamar la atención sobre determinados fenómenos, dar al oyente que es espectador y lector la posibilidad de relacionarse con aquello que aún no conoce. Estas acciones pueden despertar y motivar curiosidad, así como animar la vida cultural con el debate productivo, matizado por el intercambio de ideas.

El uso de los medios de difusión masiva en manos del Estado cubano, contribuye de manera eficaz a la instrumentación de este proyecto de masificación de la cultura, pues ella es el centro mismo de la resistencia de la nación, lo que garantiza la supervivencia de la identidad cultural del país y de su proyección en las comunidades, donde realmente se materializa el trabajo institucional.

⁶ Ídem

Se trata de dotar a la población de un certero sentido crítico y un patrimonio espiritual complejo y rico, que la haga crecer en medio del mundo globalizado, donde se pretende borrar la diversidad cultural de los pueblos. En otras palabras, hay que ver la cultura como un instrumento de liberación nacional, "(...) un antídoto frente a la hipnosis y el engaño (...)".⁷

En esos términos, sería imprescindible la existencia de medios de comunicación puestos en función de la comunidad, asumida esta como el conjunto de individuos ubicados en contextos geográficos, socio-psicológicos y de dirección comunes, y con necesidades e intereses afines, sobre la base de la "conciencia de pertenencia y cooperación".⁸

A lo expuesto anteriormente debe sumársele el hecho de que cultura y sociedad son dos agentes de cambio, que requieren la generalización de las relaciones comunitarias en todo el ámbito de la interacción humana. Esto conduce a la unidad que existe entre relaciones sociales y comunicación, por lo que se hace necesario revitalizar el concepto de comunicación en función de la colectividad, si se quiere masificar la cultura, como elemento esencial de la identidad, donde la radio local desempeña un papel significativo.

Esa cercanía hace de la radio comunitaria un eficaz medio de difusión del mensaje cultural, pues mientras más cercano es, potencialmente más efectivo lo que se aspira a dejar en la mente del oyente con carácter perdurable, de acuerdo con la Teoría de la Proximidad Informativa.

Según plantea esta teoría, "(...) los mensajes de mayor intensidad son los que se producen en la relación humana directa, incluida la comunicación interpersonal (...) La proximidad del mensaje es sentida con intensidad decreciente por el

⁷ Vanguardia y pasividad. Abel Prieto, Ministro de Cultura. Consejo Nacional de la UNEAC, 9-10 de junio del 2000. Ediciones Unión.

⁸ La comunicación y su estudio. Personalidad y Educación. Héctor Arias Herrera. Editorial Pueblo y Educación, La Habana, 1995, páginas 8-9

receptor cuando le llega por este orden a través de los siguientes canales: emisoras de radio locales con pequeños sucesos, notas y avisos locales, alusiones a personas y lugares conocidos; periódico local; radio regional, periódico y televisión regional; radio de difusión nacional; periódico nacional y televisión de ámbito nacional".⁹

Los mensajes que se transmiten producen reacciones y cambios de actitud en la población, algunos observables, otros no, pero que están presentes en la creación de necesidades, motivaciones y un juicio de opinión pública, que siempre será utilizado por las emisoras en la elaboración de los mensajes con carácter inmediato.

La participación ciudadana en los procesos culturales se agiliza, en tanto la información de retorno en el proceso emisor-oyente, posibilita el intercambio directo con el emisor. Así, los ciudadanos no son simplemente consumidores, oyentes pasivos, sino partícipes en la elaboración de un producto comunicativo cercano a sus intereses colectivos. Como ya se ha dicho, ese oyente es también un público potencial de las instituciones culturales.

⁹ La radio, teoría y práctica. José Javier Muñoz y César Gil. Editorial Pablo de la Torriente Brau. La Habana, 1990, página 11, 15-16.