

América Latina: POR UNA REFORMA AGRARIA DEL AIRE

José Ignacio López Vigil, Coordinador de AMARC para América Latina.

© Revista ENVIOS. Abril 1996

Texto y comentarios de la Declaración de los Radioapasionados y Televisionarios: una herramienta de reflexión y acción en la lucha por la democratización de las comunicaciones.

Del 20 al 24 de noviembre de 1995, se celebró en Quito, Ecuador, el gran festival de la Radio y la Televisión comunitaria y Popular de América Latina y el Caribe, organizado por el Grupo de los Ocho, una coalición de redes regionales de comunicación que agrupa a la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica, ALER; la Asociación Mundial de Radios Comunitarias, AMARC; el Centro Internacional de Estudios Superiores en Comunicación para América Latina, CIESPAL; la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social, FELAFACS; la Federación Internacional de Periodistas, FIP; la Asociación Latinoamericana de Medios Grupales, PROA; Radio Nederland Training Center, RNTC; y la Asociación Católica para la Radio, TV y medios afines, UNDA/AL. El Festival fue auspiciado por la ACIDI-Canada, UNESCO, UNICEF, ADVENIAT, ASDI-Suecia, Fundación Friedrich Ebert, MISEREOR, ASOTAB, CRDI, Gobierno de Quebec, Voluntarios de Naciones Unidas y otras instituciones interesadas en la democratización de las comunicaciones.

El Grupo de los Ocho representa a centenares de emisoras de radio y televisión, así como centros de producción y capacitación de todos los países de la región latinoamericana y caribeña.

Constituye, sin duda, el esfuerzo unitario mas importante logrado hasta la fecha en lo que se ha denominado comunicación ciudadana, comunitaria, popular, participativa, educativa, de servicio público.

Al término del Gran Festival, los Ocho y los más de 400 delegados presentes proclamaron la Declaración de los Radioapasionados y Televisionarios. Esta Declaración no es una más, y es previsible que no quedará, como tantas otras, durmiendo en una gaveta. Reviste una gran importancia por el respaldo que tiene detrás -centenares de experiencias, de nombres concretos, de proyectos- y por su mismo contenido. El texto de esta Declaración inquieta a los grandes, especialmente en estos tiempos en que se trata de reducir el concepto de democracia. En estos tiempos en que la lógica del capital trata de avasallar la lógica de la comunidad, en nombre de forjar democracias de mercado, que ni son democracias ni toleran un mercado equitativo. Si durante años, si durante siglos, hemos reclamado la tierra y los medios de producción, en la agenda actual debemos incluir el reclamo por la distribución de las ondas, por la equidad hertziana, por la democracia del espacio radioeléctrico. Es tiempo de luchar por una reforma agraria del aire.

El primer punto de la Declaración va en el mismo sentido del artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos y el artículo 13 de la Convención Americana de Derechos Humanos (Pacto de San José de Costa Rica), donde se proclama el derecho de toda persona a informar y ser informado, así como la libertad de expresarse y opinar por cualquier medio de su elección, sea oral, escrito, impreso, artístico o electrónico.

El derecho a la comunicación o la libertad de expresión - que viene siendo lo mismo - encabeza también la Declaración de Santiago de mayo/94: "La libertad de expresión es la piedra angular de nuestras democracias. La democracia es indispensable para la paz y el desarrollo dentro y entre nuestros países. La libertad de prensa es una parte clave e indivisible de la libertad de expresión".

En muchos documentos similares se relaciona libertad de expresión con democracia. Pero en muy pocos se vinculan ambos valores con la justicia social. Aquí está la novedad, el punto crítico de este primer artículo de la Declaración: la libertad se apoya sobre la justicia. ¿De qué libertad puede hablar un desempleado, un hambriento, un enfermo sin dinero, un anciano sin seguro? Sin justicia social no hay libertad verdadera. Sin democracia económica no habrá democracia política. Ni paz.

No se reclama sólo por "los sectores populares". Se habla de "sociedad civil" en general, porque se trata de un derecho para todos los sectores sociales. Las comunidades campesinas y las universidades, los sindicatos y las Iglesias, los grupos de mujeres, de jóvenes y las ONGs, todos los ciudadanos tienen derecho, cumpliendo con los debidos requisitos técnicos, a ser propietarios de medios de comunicación social.

Aquí está el meollo del asunto: el acceso de la sociedad civil -los ciudadanos que no participan del poder constituido - a la propiedad de los medios. En las radios y televisoras comerciales muchas veces hablan los dirigentes populares o los ciudadanos comunes. Esta participación, sin embargo, no es suficiente ni escapa del sesgo que le quieran imprimir los directivos del medio. Necesitamos contar con emisoras y televisoras propias para ejercer sin condicionamientos la libertad de expresión. La diferencia entre poder hablar en un programa y ser dueño de la programación es la misma que entre vivir alquilado o tener casa propia.

Algunas radios tuvieron como consigna el autoproclamarse "la voz de los sin voz". Resultaba paternalista, porque la gente no es muda ni lo ha sido nunca. Nuestros pueblos siempre han hablado y opinado y protestado. Este artículo de la Declaración subraya lo que en verdad les ha faltado: la voz pública, la imagen pública. Ese es el problema. Un grave problema, porque en el mundo en que vivimos, si no apareces en la TV, si no sueñas en la radio, si no tienes presencia en los medios de comunicación, simplemente no existes. El reconocimiento de los actores sociales, la representación de sus intereses, la legitimidad de hechos e ideas, se juega hoy en los medios de comunicación masivos.

Destaquemos también la fecunda relación que se establece entre comunicación y desarrollo. Son conceptos indisociables, porque si se hace radio y TV democrática es para contribuir a la democratización de la sociedad. La comunicación debe estar en función del desarrollo. Un desarrollo humano que toma en cuenta no solamente el nivel de ingresos de la población, sino el mejoramiento integral de su calidad de vida.

La primera antena de radio educativa en América Latina se levantó en Sutatenza, Colombia, en 1947. Luego surgieron las radios sindicales, conquistadas por los mineros bolivianos, en 1952. Radios indígenas en México, radios populares en Perú y Ecuador, radios insurreccionales en Centroamérica y el Caribe, radios libres en Brasil, radios comunitarias en Argentina y Chile, radios para la educación formal en Venezuela, radios participativas en Paraguay y Uruguay. Pronto aparecieron también las producciones de video popular y las televisoras barriales. Los medios grupales se combinaron con los masivos. Redes nacionales y regionales articularon el trabajo de centenares de comunicadoras y comunicadores a lo largo y ancho del continente. No son pocos en este movimiento. Y no comenzaron ayer: ya tienen acumulado medio siglo de experiencia.

Todo este esfuerzo para democratizar la comunicación y ponerla al servicio de las más variadas audiencias, ha legitimado estas experiencias ante ellas y ante la sociedad. Si nos sintonizan, si se expresan a través de nuestros micrófonos y cámaras, nos están validando, nos están reconociendo. Y esa aceptación del público es la base para exigir el reconocimiento legal. El argumento de la Declaración merece ser subrayado: la legitimidad lograda es la que da derecho a la legalidad. Primero es la vida, luego la ley.

No somos neutrales. En el artículo precedente se reclama por el derecho a la comunicación de toda la sociedad civil. En este artículo se declara nuestra opción: los medios con que trabajamos han estado y quieren estar al servicio de los más necesitados que, en nuestros países, constituyen la población mayoritaria. Una mayoría no marginal, sino marginada. No pobre, sino empobrecida. La razón de este desequilibrio social es la injusta distribución de los bienes. Si a muchos les falta es porque a unos pocos les sobra.

La globalización del mercado exige, cada vez más, igualar las preferencias de consumo de los ciudadanos. Homogenizar los gustos a través de la presión publicitaria, de eso se trata. Igual que con la naturaleza, las grandes corporaciones intentan arrasarse la biodiversidad cultural de nuestros pueblos.

Frente a este proceso uniformizador, los medios de comunicación comunitarios se constituyen en reserva de valores propios, bosques de nacionalismo. Lo primero a proteger son los idiomas: en nuestros micrófonos se habla en castellano y en quechua, en creole y guaraní, en mixteco y en quiché, en todas las lenguas de nuestra tierra Abya Yala.

Desde la medicina natural hasta las recetas de cocina, desde las fiestas tradicionales de nuestros abuelos hasta la música de nuestros jóvenes que no clasifican en el ranking de Miami, los medios comunitarios promueven el derecho a ser diferentes. Y a pensar por cabeza propia. Porque la pretensión neoliberal es igualar sentires y pensamientos. Domesticar la opinión pública a través de un astuto manejo de la información. Que siempre hablen los mismos sobre lo mismo.

Nuestras emisoras y televisoras, por el contrario, sacan al aire todas las opiniones: las que consienten y las que disienten, las de la mayoría y las de las minorías, incluso las voces que están en contra del proyecto comunitario que sustenta nuestro medio. Porque tenemos una vocación pluralista.

Tal vez lo más original de este artículo sea vincular cultura y democracia. No es más democrática una sociedad homogenizada. Será tal vez más gobernable. Pero aquí lo que está en juego es la verdadera participación popular, el protagonismo de los ciudadanos.

La agenda que propone la Declaración es tan ambiciosa como urgente. No es exhaustiva. En diferentes contextos se marcarán tareas específicas. Pero las que aparecen en este artículo resultan ineludibles para cualquier medio que se ponga al servicio de la comunidad.

No se habla de "temas de programación", sino de "prioridades de nuestro quehacer comunicacional". Es bien distinto. Primero, porque nuestro trabajo no termina en el dintel de la cabina o el set. La comunicación social se hace desde la calle y en la calle. Los medios establecen mediaciones, como explica Martín Barbero. Y segundo, porque se trata de ejes transversales a toda la programación. La preocupación ecológica, por ejemplo, no se agota en un programa sobre el medio ambiente pautado en determinado horario. Debe atravesar toda la programación, debe aparecer en un editorial y en la presentación de un disco, en el enfoque del espacio agrícola y en la selección de noticias que hace el equipo de prensa.

Con un párrafo específico sobre la mujer y los medios, se subraya la importancia de este sector, que abarca más de la mitad de la población y es uno de los principales consumidores de programas de radio y TV. Atención: este no es el artículo "de las mujeres". El comunicador varón que no se sienta interpelado por esta problemática mostraría la típica insensibilidad de los machistas.

Se plantea la participación de las mujeres "en todos los niveles". ¿A qué se debe esta especificación? Veamos algunos datos. Según datos de la ONU, en América Latina y el Caribe el 60% de los estudiantes de comunicación son mujeres. Pese a su capacitación, en ninguno de nuestros países las mujeres ocupan más de un 10%, máximo un 15%, de los cargos directivos. En cuanto a los trabajos técnicos, raramente se ve a una mujer detrás de una cámara o una consola. ¿En qué suelen trabajar? En tareas administrativas de categoría subalterna. O como locutoras de radio y presentadoras o modelos de TV. El poder y las decisiones continúan firmes en manos masculinas.

En cuanto a los contenidos de la programación, es demasiado obvio el uso y abuso que se hace de la mujer, tanto en los spots publicitarios como en buena parte de los programas informativos, musicales y de entretenimiento. La mujer es presentada, generalmente, como tonta y chismosa, como objeto sexual, como madre abnegada y reina del hogar, dependiente e inferior en todo al varón, fiel compradora e infiel compañera. Otras veces, la discriminación es por ausencia. La mujer no existe, salvo en casos de crímenes, violaciones y hechos escandalosos. El machismo que reflejan muchas canciones, los argumentos de tantas telenovelas, el tratamiento morboso de las noticias referentes a la mujer, la justificación implícita de la violencia contra ella, deben ser superados en nuestras programaciones si éstas quieren considerarse democráticas.

Para ir logrando esto, ayudarán los espacios específicos donde se trate la temática de la mujer con perspectiva de género. Pero no bastan. Igual que con la agenda antes mencionada, estamos ante un eje de programación que debe atravesar todo nuestro quehacer radiofónico.

Por último y audazmente, el artículo menciona la necesidad de contar con medios de comunicación propios de las organizaciones de mujeres.

El 4 de diciembre de 1995, el gobierno salvadoreño ordenó el cierre de 11 emisoras comunitarias, algunas de las cuales, como Radio Segundo Montes y Radio Sumpul, transmitían desde hacía varios años y habían cumplido los requisitos para obtener sus licencias. El operativo policial incluyó allanamiento de locales, equipos decomisados, locutores apresados y golpeados.

El 26 de agosto de 1995, el gobierno uruguayo decretó el cierre arbitrario de CX 44 Radio Panamericana. Sin esperar la decisión de la justicia, el presidente Lacalle regaló la frecuencia a un amigo suyo, Nelson Marroco.

En mayo de 1995, desconocidos echaron abajo la antena de Radio Estrella del Mar, en Quellón, al sur de Chile.

Un mes antes, el 21 de abril, ANTELCO logró cerrar la primera radio comunitaria paraguaya, Ita Ybate, instalada en el Centro Municipal # 1 de Asunción. Los empresarios privados de la APRAP calificaron de "fechorías con propósitos inconfesables" las transmisiones de la nueva radio. Poco después, le pusieron juicio a FM Trinidad, instalada en otro barrio de la capital paraguaya.

También en mayo del 95, los caciques mexicanos de Veracruz arremetieron contra Radio Huayacocotla, acusándola de subvertir el orden público con mensajes cifrados. Se trataba, en realidad, de programas en lenguas indígenas que apoyaban la recuperación de las tierras de las comunidades. La Secretaría de Comunicaciones silenció esta emisora campesina.

En ese mismo mes, en el Departamento de Magdalena, los funcionarios de la SIJIN decomisaron los equipos de La Voz del Gaira y Delfín FM Stéreo. El gobierno colombiano, a pesar de los decretos favorables a las radios comunitarias, ordena primero el cierre de las mismas por no tener licencia y luego quedan cerradas porque no hay cuando les concedan la licencia. Así fueron clausuradas decenas de pequeñas emisoras en noviembre de 1995.

El 22 de junio de 1994, Radio Latacunga fue asaltada por efectivos del ejército ecuatoriano. Los militares patearon las puertas, requisaron los enlaces de transmisión y detuvieron a la directora. ¿Las causas? Haber dado voz y apoyo al movimiento indígena que rechazaba la Ley Agraria propuesta por los terratenientes. También fueron agredidas Radio ERPE en Riobamba y Radio Ingapirca en Cañar.

En febrero del 94, la COMFER se dedicó a clausurar emisoras de la Asociación Norpatagónica de Radios Populares, en la provincia argentina de Neuquén. Pocos meses antes, una bomba incendiaria había destruido las instalaciones de FM La Tribu, en Buenos Aires.

¿A qué seguir? La lista se haría interminable. Porque las agresiones contra los medios de comunicación comunitarios y populares no son de ahora. Se remontan a los años 60, cuando los militares bolivianos ponían cerco de guerra a las instalaciones de Radio Pío XII, en el campamento minero de Siglo XX. O cuando los carabineros chilenos dinamitaban por segunda vez la antena de La Voz de la Costa, en Osorno. O cuando los paramilitares asesinaron al personal de La Voz de Atitlán, en Guatemala.

Con toda razón, la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP) y la Asociación Internacional de Radiodifusión (AIR) denuncian las amenazas y atentados que sufren los periodistas de los medios comerciales. Sumamos nuestra protesta a la de ellos. Y con igual solidaridad, esperamos que ellos se sumen a la nuestra, para denunciar tantos atropellos injustificables contra la libertad de expresión en los medios de la sociedad civil.

Quiénes y cuántos son dueños de la palabra y la imagen en América Latina y el Caribe? La concentración de la propiedad salta a la vista y a la oreja. Según el Inventario de Medios de Comunicación en América Latina de CIESPAL, en 1993, el 85% de las emisoras de radio, el 67% de los canales de televisión y el 92% de los medios escritos pertenecen a la empresa privada. Las radios culturales y educativas apenas llegan al 7% y las televisoras instaladas con estos fines cubren el 10% del total de canales de la región.

Pero el espectro radioeléctrico es un patrimonio de la humanidad administrado por los Estados de acuerdo a los tratados de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT). El espectro es un bien público. Un recurso natural como los ríos o el aire. ¿Qué diríamos sobre la privatización del oxígeno o si una empresa pretendiera monopolizar el agua dulce? Lo que es de todos no puede quedar acaparado en manos de unos pocos.

Por esta razón, en la mayoría de las Constituciones de nuestros países se reconoce el derecho de todos los ciudadanos a ser propietarios de medios de comunicación social. Sin embargo, en las leyes y reglamentos concretos de los Ministerios de Telecomunicaciones, sólo existen dos modelos: el modelo de propiedad privada comercial y el modelo estatal.

Necesitamos, un régimen de propiedad diferenciada que incluya la figura de la empresa social. Estas empresas pertenecen a comunidades, grupos ciudadanos u organizaciones no gubernamentales, todas ellas sin fines de lucro. En este tercer modelo no hay apropiación personal de la renta. Al final del ejercicio financiero, los excedentes, si los hubiese, no pasan a los bolsillos de los dueños, sino que se reinvierten en la misma empresa.

Si sólo existen los medios de comunicación comerciales o estatales, quedamos sometidos a la lógica de la rentabilidad económica (que excluye a los más débiles) o a la lógica de la rentabilidad política (que excluye a los opositores).

Asegurar medios de comunicación independientes con una lógica distinta, la de la rentabilidad socio-cultural: aquí está el punto álgido de la Declaración. ¿Por qué ni empresarios ni gobiernos quieren conceder frecuencias a las organizaciones de la sociedad civil? Cuando éstas solicitan una, siempre reciben la misma respuesta: "El dial ya está saturado". Esto no es cierto. Y menos cierto aún, en inmensas zonas campesinas de nuestros países, en ciudades medianas y pequeñas, donde las bandas de radiodifusión están apenas utilizadas. Pero ni siquiera en las grandes ciudades hay tal saturación. La mejor prueba de ello es que, antes de las elecciones, aparecen frecuencias por arte de magia y se distribuyen entre los del partido gobernante.

Muchos diales sí están saturados, pero a 800 kilohertz entre una frecuencia y otra (de 88.1 se pasa a 88.9, etc. En Chile, como en tantos países de Europa, se están otorgando frecuencias a distancias de 400 kilos, porque la

tecnología ya lo permite, los ensanches de banda no necesitan tantos puntos como en los equipos antiguos. Estas son las que se llaman frecuencias intersticiales (por ejemplo, el 88.5). Y todavía se puede aprovechar más la banda de FM.

En Brasil, las radios comunitarias están pidiendo que el Estado les otorgue dos canales intersticiales. Por ejemplo, un canal en 88.5 y otro en 106.1. Trabajando con bajas potencias, muchas emisoras se podrían enganchar en un mismo canal.

El peligro de esta fórmula es que ya esas emisoras quedan limitadas en su potencia. No es lo ideal, pero, al menos, es una solución que comienza a desbloquear el asunto.

En Colombia, la saturación del dial no responde a razones técnicas, sino a una ley que asigna las frecuencias según cantidades de población. Por ejemplo, una FM cada cien mil personas. Bucaramanga, con medio millón de habitantes, tiene derecho solamente a 5 FMs. ¿Qué hacen, entonces, las grandes empresas comerciales? Como ya está saturada una ciudad por el criterio de los 100 mil habitantes, colocan sus antenas en pueblitos periféricos dirigiéndolas hacia las ciudades que quieren alcanzar.

La verdadera razón no es que faltan frecuencias, sino que sobran afanes monopólicos. Por parte de los empresarios, que proclaman la libertad de mercado, pero no aceptan más competencia que la que ellos establecen. Y por parte de los políticos, que no quieren oír otras voces que las de sus adeptos para poder gobernar "sin excesos de democracia", como ya declaraba sin mucho pudor la Comisión Trilateral en 1975.

El espectro radioeléctrico es un recurso natural limitado. La banda de FM va desde los 88 a los 108 MHz. La de AM, desde los 500 a los 1600 KHz. Y en TV terrestre no cabe más de un centenar de canales. La solución no puede ser la del juego de las sillas: los que más empujan son los que se sientan. Hoy como antes, mantiene su vigencia aquel principio del derecho que le asigna al Estado la protección de los sectores de menores recursos para lograr un equilibrio de oportunidades entre los ciudadanos.

Por este motivo, el Estado deberá reservar una cuota de frecuencias para que todos los sectores queden representados. ¿Cuántas frecuencias? En estricta justicia, no debería haber un porcentaje mayor ni menor para las empresas sociales sin fines de lucro que para las empresas comerciales. Para que no quede duda, el artículo de la Declaración especifica las bandas de radio y TV, incluyendo los nuevos canales numéricos, cuya distribución se está llevando a cabo en la UIT y otros foros internacionales sin representación de la sociedad civil.

Este artículo 9 es uno de los más polémicos de la Declaración. El más picante, sin duda. Porque aquí se disputa el poder de los medios de comunicación. Aquí estamos exigiendo una redistribución del campo radioeléctrico, lo que los brasileños llaman "una reforma agraria del aire".

En la concreta, ¿cómo se conceden las frecuencias en la mayoría de nuestros países? El camino más común es la licitación. ¿Quién da más? A la una, a las dos... En la subasta de canales siempre van a ganar los que disponen de

más recursos y mejores equipos. Una ruta más corta es tener un padrino en el Ministerio o en el Parlamento. Por el camino o por el atajo, los sectores populares siempre saldrán perdiendo. No tienen plata para concursar ni siquiera para pagar las coimas. Aquí no vale, entonces, el argumento de la libre competencia que suele esgrimir el tiburón cuando se halla en medio de las sardinas.

Nota curiosa: el Estado ecuatoriano ha creado la Comisión Nacional de Radiodifusión y Televisión (CONARTEL), responsable de la concesión de todas las frecuencias, también de las comunales. En este organismo, donde se analizan las solicitudes y se deciden las frecuencias comunitarias, hay un representante de la Presidencia, un representante del Ministerio de Educación, otro de las Fuerzas Armadas, los respectivos representantes de las Asociaciones de empresarios privados de radio y TV... ¡y ningún representante de las comunidades!

Permiso con p de palo. Licencia con l de limitaciones. Si después de muchos esfuerzos logramos que el gobierno apruebe unos artículos específicos sobre radiodifusión comunitaria, éstos vienen con tantos y tan asfixiantes impedimentos que más que ley parece condena. Revisemos los principales.

- En cuanto a la cantidad de emisoras comunitarias por localidad:

Los últimos decretos del gobierno colombiano catalogan las emisoras comunitarias como Clase D. Esto no ofende, al contrario. Como dijeron los delegados al Encuentro Nacional de Radios Comunitarias: "Con la misma letra empiezan palabras tan significativas como Democracia, Desarrollo y Derechos Humanos, objetivos fundamentales que buscan las radios comunitarias colombianas" (Bucaramanga, septiembre/95). Lo malo no es el apelativo, sino la prohibición de instalar más de una emisora Clase D por municipio. Según esto, Bogotá con 7 millones de habitantes, sólo tiene opción a una estación comunitaria. Por el contrario, se autoriza una estación comercial cada 100 mil habitantes. O sea, en Bogotá se permiten 70 estaciones comerciales. La relación es de 70 a 1.

En cuanto a televisoras comunitarias, la reciente Ley 182 del gobierno colombiano ni siquiera las contempla.

- En cuanto a la potencia de la señal:

Aquí enfrentamos dos trampas: por pisos muy altos o por techos muy bajos. En Estados Unidos, durante el primer período de Reagan, la Federal Communications Commission prohibió las llamadas "microradios" (emisoras con menos de 100 vatios). Se silenciaban así las voces de todos aquellos ciudadanos que no tenían los 100 mil dólares que, como promedio, cuesta instalar una emisora de esa potencia. En Brasil o en Perú no existe ninguna reglamentación para señales de radio inferiores a los 250 vatios. De esta manera, quedan penalizadas las transmisiones de baja potencia.

En Chile, por el contrario, el 18 de octubre del 93 se modificó la Ley 18.168 en varios de sus artículos para incluir la figura de la "radiodifusión de mínima cobertura". Ya el nombrecito resulta sospechoso. Adivina, adivinador: ¿cuánta es la potencia máxima que autoriza el gobierno chileno a las radios comunitarias? ¡Un vatio! Sí, aunque resulte increíble, la sociedad civil chilena, rodeada por radios comerciales de 50 mil o 100 mil vatios de potencia, sólo puede amplificar su voz a través de estaciones de un vatio.

En Ecuador, se autorizaron hasta 150 vatios en FM y 300 en AM. En Colombia, el Decreto 1695 del 3 de agosto del 94 permitía un poco más: hasta 500 vatios. Los legisladores se arrepintieron en menos de un año y redujeron la potencia comunitaria a 250 vatios, tanto en AM como en FM (Decretos 1445, 1446 y 1447 del 30 de agosto del 95).

¿En base a qué estas barreras? Conviene aclarar que lo comunitario no equivale a lo local ni se mide por la mayor o menor señal que irradia una antena, sino por sus objetivos de servicio a los sectores más desfavorecidos de la sociedad. Pero queda clara la intención de condenarnos al enanismo cuando, además de limitar la potencia, nos prohíben también las cadenas de radios comunitarias (Decreto 1446, art. 11/2), lo cual podría ser, provisionalmente, una manera de ampliar la cobertura de algunos programas. Precisamente en Colombia, donde opera una gran cadena de emisoras comerciales perteneciente a un cártel de la droga, se prohíben las cadenas comunitarias ¡para prevenir fines ilícitos!

- En cuanto a la venta de publicidad:

En Ecuador, el Reglamento 3398 en su artículo 5 del 17 de enero del 96 dispone que las llamadas "radios comunales" no pueden cursar publicidad comercial de ninguna naturaleza. Otro tanto dice la ley chilena (art. 13A/a). Por el momento, la única legislación que autoriza la venta de espacios publicitarios es la colombiana (Decretos citados, art. 27 y 30).

¿Con qué argumento justifican esta discriminación tanto los parlamentos como los empresarios y directivos de la AIR? Dicen que nuestras empresas son "sin fines de lucro". Pero el concepto de "lucro" no es equivalente al de "apropiación privada de los beneficios". Una empresa social puede y debe tener "logros", generar ingresos, ser rentable. La diferencia consiste en que esos excedentes no van a parar a bolsillos privados, sino que se reinvierten en su totalidad para mejorar el mismo medio de comunicación. Como dice un sabio grafitti: "No es lo mismo sin fines de lucro que con fines de pérdida".

Al prohibir la venta de publicidad, los medios comunitarios se ven prácticamente forzados a depender de donaciones, sean nacionales o extranjeras. Esto compromete su estabilidad y desarrollo como empresas autofinanciables. En una mesa redonda alguien opinó: "¿Qué tal si exigimos subsidio para nuestras emisoras al mismo gobierno que nos prohíbe generar recursos propios?"

¿A qué se deben estas restricciones? ¿No será que a los empresarios les asusta la misma libertad que proclaman? Lo que está en juego son los clientes, la posibilidad de perder algunos que preferirían anunciarse en el medio comunitario. ¿Dónde quedan, entonces, las sagradas leyes del mercado, iguales para todo ciudadano, independientemente de sus motivaciones?

Algunos colegas piensan que reivindicando el derecho a la emisión publicitaria nos estaríamos comercializando. Ni tanto que queme al santo ni tan poco que no lo alumbre. Lo que comercializa a un medio de comunicación no es pasar o no anuncios, sino perder de vista los objetivos sociales para los que fue fundado. Necesitamos dinero para vivir, aunque no vivamos para el dinero.

Si hiciéramos un inventario de las leyes y reglamentos sobre Telecomunicaciones aún vigentes en nuestros países, nos llevaríamos unas cuantas sorpresas. Por ejemplo, la ley del Paraguay data de 1944 y es una vulgar

copia de la de Mussolini. La de El Salvador es también de hace más de medio siglo, de cuando el dictador Martínez. La ley argentina 22.285 se aprobó en los tiempos de Videla. En la uruguay, aprobada igualmente durante la dictadura militar, la adjudicación y retiro de las licencias depende del Ministerio de Defensa. Y por ahí sigue el museo.

De nuestro lado, ¿qué tenemos hasta la fecha respecto a legislaciones sobre medios comunitarios?

En Chile, las modificaciones introducidas el 18 de octubre del 93 a la Ley 18.168, que hablan de "radios de mínima cobertura", limitan su potencia a 1 vatio y prohíben la venta de espacios publicitarios.

En Colombia, los Decretos 1445, 1446 y 1447 del 30 de agosto del 95, que restringen lo ya alcanzado en el anterior Decreto 1695 del 3 de agosto del 94, reducen la potencia autorizada de 500 a 250 vatios, prohíben las cadenas y sólo autorizan una estación comunitaria por municipio.

En Paraguay, los artículos 57, 58 y 59 incluidos en la Ley de Telecomunicaciones, donde se habla de "radios de pequeña y mediana cobertura o radios comunitarias" y que remiten a una reglamentación todavía inexistente.

En Ecuador, el artículo 17 de la Ley Reformatoria de Radiodifusión y Televisión del 20 de abril del 95 y el Reglamento 3398 del 17 de enero del 96, donde se reconocen las "radios comunales", pero se sitúan dentro de la categoría de "emisoras públicas", se les prohíbe la publicidad comercial y se limita su potencia a 300 vatios en AM y a 150 en FM.

En Bolivia, el artículo 41 en la Ley 1632 del 5 de julio del 95, donde se excluyen de la aplicación de dicha Ley a las telecomunicaciones vinculadas con la seguridad y defensa nacional, así como "las de carácter social relacionadas con la educación y la salud".

En Argentina, después de diez largos años de espera y 30 proyectos con estado parlamentario, al fin parece que va aprobarse una nueva ley de radiodifusión. En dicha Ley, se reservaría un 20% de las frecuencias para la comunicación comunitaria.

Y no hay más. Estamos todavía muy lejos de países como Canadá, Francia, Holanda, Australia, Noruega y tantos otros cuyas leyes reconocen el valor de los medios comunitarios para el fortalecimiento de la democracia y la paz.

Ante este panorama, cobran más importancia las propuestas adoptadas por los participantes en el Seminario sobre el Desarrollo de los Medios de Comunicación y la Democracia en América Latina y el Caribe celebrado bajo los auspicios de la UNESCO, las Naciones Unidas y el PNUD (Santiago de Chile, mayo 1994). Hay que señalar que el Plan de Acción emanado de ese Seminario, donde se apoya la promoción y fortalecimiento de medios de comunicación comunitarios en la región, fue aprobado por unanimidad en una Asamblea donde participaron los más altos directivos de la AIR, de la SIP y de otras asociaciones de empresarios y gremios periodísticos, así como las máximas autoridades del gobierno chileno.

Con dos varas se mide a los medios de comunicación. Por ejemplo, en el Reglamento Ecuatoriano se les recuerda a las estaciones públicas y comunales que deben transmitir "una programación cultural, educativa y asuntos de interés general, tales como conferencias de índole pedagógico, agrícola, industrial, económico, de desarrollo social, de servicio a la comunidad, de orientación al hogar, es decir, que tales programas propicien su desarrollo socioeconómico y cultural, el sano esparcimiento y los valores esenciales de nacionalidad, dentro de un ámbito de integración y solidaridad ciudadana". (Art. 5/a). Pero cuando ese mismo Reglamento se refiere a las estaciones comerciales, no dice absolutamente nada, como si lo precedente fuera asunto exclusivo de "las otras radios". Parecería que unos tienen el deber de servir a la colectividad y otros el derecho de servirse de ella. Con toda razón, el Consejo Mundial para la Radio y la Televisión (CMRTV) nos recuerda que el servicio público - servicio al público - concierne a todo medio de comunicación, sea cual sea su modelo de propiedad.

Desde luego, nuestras poblaciones necesitan encontrar en la radio y la televisión espacios de entretenimiento, de evasión, para "desconectar" de la crisis en que vive la mayoría. Pero también buscan otros espacios que respondan a sus necesidades culturales, cívicas, de orientación familiar, de denuncia social, de afirmación de su identidad nacional. En realidad, no debería haber contradicción entre ambas expectativas. Los medios podrían ser tan receptivos a los valores de otros países como promotores de los nuestros, podrían ser tan amenos como útiles. Lo educativo no quita lo divertido.

Podrían, pero no son. Al vaivén de las leyes del mercado, obsesionados por el puntaje del rating que condiciona los ingresos publicitarios, directores y productores se ven arrastrados hacia fórmulas cada vez más facilonas para asegurar la atención del público. El morbo y la violencia son excelentes carnadas. Trivialización de los productos. Y peor aún, abandono de la producción. Porque ya resulta más barato retransmitir por satélite un informativo ajeno que realizar el propio. Las estadísticas cantan: el 96% de las noticias que consumimos en América Latina están facturadas por apenas cinco agencias del Primer Mundo.

Con la música pasa otro tanto. El hit parade norteamericano marca lo que debe sonar en las emisoras. Nuestros diales están saturados, sí, pero de música en inglés, de locutores agringados. Las salas de cine están copadas por la producción de Hollywood. Los videos de alquiler, lo que nos llega por el cable, es la misma mercancía.

Los Ministerios de Telecomunicaciones, en vez de andar de cazafantasmas contra los medios comunitarios, emplearían mejor sus energías en diseñar -y hacer cumplir- políticas de comunicación nacionales y nacionalistas. No bastan dos disposiciones aisladas contra las películas porno o la demasiada sangre en horarios infantiles.

Diseñando políticas de comunicación no se atenta contra la libertad de expresión. Por el contrario, sólo así se garantiza. Donde no hay leyes, sólo se cumple una, la de la selva.

Este último artículo de la Declaración universaliza la responsabilidad pública del medio, así como la del periodista, que se traduce en honestidad ante la información, integridad ante cualquier soborno - venga de donde venga - y valentía para denunciar las injusticias. Por parte de los propietarios, sean

quienes sean, el respeto a los derechos laborales de todos los trabajadores de la comunicación.

En resumen: no hay dos códigos de ética, uno estrecho para los medios comunitarios y otro ancho para los comerciales. Hay sólo uno, el que busca humanizar las relaciones sociales, desarrollar el país, construir ciudadanía.

Cuándo y cómo surgió el Grupo de los Ocho? El 6 de octubre del 94 se reunieron en CIESPAL 22 capacitadores radiofónicos venidos de casi todos los países latinoamericanos y de distintas instituciones de comunicación. Iban a estar diez días juntos y, por lo variopinto de los convocados, se podían prever intensas polémicas. Pero no fue así. Corrían las jornadas y las confrontaciones metodológicas, las grandes discrepancias ideológicas, no se daban.

En vez de distanciamientos, había acercamientos. El sentido común le ganaba terreno a cualquier afán de protagonismo. El humor disolvía las desconfianzas. Ya en vísperas de clausurar el Seminario-Taller, con demasiadas coincidencias acumuladas, surgió la pregunta que flotaba en el ánimo de todos: ¿y si le damos continuidad a esto, si nos coordinamos para seguir haciendo cosas juntos? Redactaron, entonces, un acuerdo de cooperación interinstitucional. Y brindaron con buen vino por la unidad recién nacida.

Un par de meses más tarde, el 8 de diciembre, los directivos de las instituciones participantes en el Seminario-Taller -ALER, AMARC, CIESPAL, FELAFACS, FIP, PROA, RNTC y UNDA/AL - firmaron solemnemente el Acuerdo y constituyeron el Grupo de los Ocho. En la primera reunión decidieron hacer algo grande. De ahí salió el Festival de Radioapasionados y Televisonarios de noviembre/95 en Quito.

El Grupo no está cerrado. Quieren ser de Nueve, de Diez, de todas las redes progresistas de comunicación que trabajan en América Latina y el Caribe. Buscan un movimiento amplio, plural, donde cada institución aporte desde su especificidad al objetivo común: democratizar las comunicaciones. Por suerte, el Grupo de los Ocho no tiene vanguardias ni retaguardias. Nadie marca el paso, ninguna red se cree el referente para las otras. Fortalecer esta histórica coalición redundará en beneficio de todos, especialmente, de los sectores sociales más desfavorecidos.

El horizonte de trabajo es ambicioso. Los retos que plantea esta Declaración son tenaces. Se trata de remar en dirección contraria a los monopolios. De enfrentar juntos la batalla por un espectro radioeléctrico distribuido equitativamente que le asegure voz e imagen propia y pública a la sociedad civil. Todos los artículos de la Declaración son duros, valientes, calientes. En ellos hay una herramienta muy valiosa puesta en nuestras manos por todos los radioapasionados y televisionarios que se dieron cita en Quito para celebrar utopías.

FRASES:

1.- La libertad de expresión, derecho fundamental e inalienable de la persona y de los pueblos, se afirma sobre la justicia social y constituye la mejor garantía de la democracia y la paz.

2.- La sociedad civil puede y debe ejercer la libertad de expresión a través de medios de comunicación propios que

le den voz e imagen públicas y le permitan ser sujeto de su propio desarrollo.

3.- Centenares de experiencias exitosas de radio y televisión comunitaria y popular desarrolladas desde hace 50 años en los países de América Latina y el Caribe, nos han legitimado ante nuestros públicos, conquistando así el derecho al reconocimiento legal. Ellas han sido y siguen siendo expresión de las mayorías marginadas y empobrecidas de la región.

4.- En estos tiempos de globalización y homogenización crecientes, las radios y televisoras comunitarias y populares se convierten en espacios de participación ciudadana donde se expresan todas las voces y se defiende la diversidad de idiomas y culturas. El derecho a ser y pensar diferente, a tener gustos y aspiraciones distintas, se vuelve hoy un imperativo de la democracia.

5.- La defensa de los Derechos Humanos, el respeto a la identidad étnica, la preservación del medio ambiente, el protagonismo de los jóvenes, la protección de la niñez y la tercera edad, la educación y la salud, la denuncia de la corrupción, así como la integración regional, constituyen prioridades de nuestro quehacer comunicacional.

6.- La participación democrática de las mujeres en los medios de comunicación debe estar garantizada en todos sus niveles. Ello supone, especialmente, presentar una imagen real y valorada de la mujer en la radio y la televisión, incrementar la producción de programas desde una perspectiva de género y promover medios de comunicación propios.

7.- Repudiamos las acciones de algunos gobiernos y propietarios de medios destinados a entorpecer la labor de los medios comunitarios y populares. El cierre arbitrario de emisoras, la confiscación de equipos, la detención de periodistas y comunicadores, la negativa o demora injustificada en la asignación de frecuencias, atentan contra la libertad de expresión y deben ser condenadas.

8.- Los gobiernos no solamente deben autorizar, sino garantizar la existencia de los medios de comunicación comunitarios y populares como una tercera forma de propiedad, la social, con igual categoría que la privada comercial y la estatal. De este modo, se asegura la independencia del ejercicio comunicacional respecto a finalidades lucrativas o políticas.

9.- El espectro radioeléctrico debe compartirse equitativamente entre todos los sectores de la sociedad civil. Una cuota de frecuencias deberá reservarse para las empresas sociales sin fines de lucro en las bandas de AM y FM y en los canales de televisión, así como en las actuales negociaciones sobre difusión numérica.

10.- En las concesiones de frecuencias a las radios y televisoras comunitarias y populares, no deben existir restricciones arbitrarias ni discriminaciones en cuanto a la cantidad de emisoras por localidad, a la potencia de la señal, a la venta de espacios publicitarios, a la formación de redes ni al empleo de las nuevas tecnologías, como ocurre en algunos países.

11.- Se hace cada vez más urgente la revisión y modernización de las legislaciones vigentes en los países de América Latina y el Caribe respecto a las telecomunicaciones. En muy pocas se contempla, en efecto, la creación de nuevos medios de comunicación comunitarios y el fortalecimiento de los ya existentes, tal como se reconoció en el Plan de Acción aprobado en el Seminario sobre el Desarrollo de los Medios de Comunicación y la Democracia en América Latina y el Caribe celebrado bajo los auspicios de la UNESCO, las Naciones Unidas y el PNUD (Santiago de Chile, mayo 1994)

12- Los medios de comunicación estatales, comerciales o sociales, deben cumplir con el espíritu del servicio público y la responsabilidad social del periodismo, respetando los derechos laborales de los periodistas y demás

trabajadores de la comunicación, rigiéndose en sus programaciones por un mismo código de ética y promoviendo valores entre la población.

13.- Saludamos entusiastamente la unidad lograda en el Grupo de los Ocho. Esta alianza se consolidará y ampliará convocando particularmente a todas las redes regionales de comunicación comunitarias populares, y promoviendo la cooperación Sur-Sur. Invitamos a los gobiernos, a las agencias de cooperación internacional, a las organizaciones no gubernamentales, a los gremios periodísticos, a los medios de comunicación comerciales y estatales, a todos los radioapasionados y televisionarios a sumarse a este movimiento internacional que busca democratizar las comunicaciones para así contribuir a la democratización de nuestras sociedades.



Información disponible en el sitio ARCHIVO CHILE, Web del Centro Estudios “Miguel Enríquez”, CEME: <http://www.archivo-chile.com>

Si tienes documentación o información relacionada con este tema u otros del sitio, agradecemos la envíes para publicarla. (Documentos, testimonios, discursos, declaraciones, tesis, relatos caídos, información prensa, actividades de organizaciones sociales, fotos, afiches, grabaciones, etc.) Envía a: archivochileceme@yahoo.com

NOTA: El portal del CEME es un archivo histórico, social y político básicamente de Chile. No persigue ningún fin de lucro. La versión electrónica de documentos se provee únicamente con fines de información y preferentemente educativo culturales. Cualquier reproducción destinada a otros fines deberá obtener los permisos que correspondan, porque los documentos incluidos en el portal son de propiedad intelectual de sus autores o editores. Los contenidos de cada fuente, son de responsabilidad de sus respectivos autores.

© CEME web productions 2005

