

Presentación Red Radios



Córdoba 13, de noviembre de 2017

Compañeros y Compañeras
VII Encuentro de Comunicación CPAL
Aquí y ahora, en Córdoba.-

Queridas compañeras, queridos
compañeros:

Un gustazo de la vida poder encontrarnos en el momento de tantos cambios para los pobres de este continente y el mundo, para la Compañía de Jesús y para la Iglesia; encontrarnos además en el marco del VII Encuentro de Comunicación de la CPAL, Dios quiera para seguir imPACtando en América Latina y el Caribe.

Pretendo contarles a ustedes lo que desde la Compañía y la CPAL se está haciendo en Comunicación – Red de Radios y lo que pienso que se quiere-puede hacer.

Primero, dos palabras aclaratorias

1. Intento pintar con palabras un “cuadro impresionista” sobre como veo el tema de las obras de comunicación - Red de Radios de la Compañía de Jesús en América Latina y el Caribe, hasta donde mis limitaciones personales e intelectuales perciban. No sé si lo que les contaré es así, pero así lo veo. Una mezcla de precepciones exactas y verdaderas.
2. Me ubico en la trinchera de los radialistas apasionados, así que ni modo, lo contaré desde ahí, desde las radios vinculadas a la Compañía de Jesús en América Latina y el Caribe. Tenemos muchos medios y poca práctica en común
3. Somos un bello archipiélago de obras de comunicación aisladas, dispersas y desarticuladas, salvo

contadas iniciativas de vinculación entre medios, entre obras intersectoriales, entre nosotros y con otros.

4. Sobre comunicación tenemos muy variadas obras propias y confiadas a la Compañía, tenemos centros de investigación de la comunicación; facultades y escuelas de comunicación en universidades; centros de producción de contenidos escritos, audiovisuales y digitales; centros de reflexión y publicación; distribuidoras de producciones; páginas webs y blogs personales e institucionales; medios de comunicación; programas y productoras audiovisuales; la comunicación misma que hacen las obras, los sectores en las provincias y en la CPAL; así como las múltiples iniciativas con las que comunicamos “ad intra” y “ad extra”, que para mí son “de un pájaro las dos alas”. Obras e iniciativas que en su mayoría son productoras de contenido, de nuevas y no tan nuevas narrativas de nuestro accionar apostólico en América Latina y el Caribe.
5. En esta navegación continental nos conseguimos con más de 100 emisoras de radio de señal abierta. Emisoras de radio de muy variado trabajo y perfil, casi tan variadas como la misión particular de la obra que la regenta y la personalidad e inspiración de los jesuitas y colaboradores que estamos al frente de ellas, para no escurrir el bulto que me toca. Y eso sin contar, las incontables emisoras “on line” que nacen todas las semanas en colegios, universidades y de gente suelta por ahí. Si me permiten un tremendismo de la descontextualización, tenemos y

somos muchas radios “solas y a pie”, mantenidas a pulso, muchas medidas solo en lo suyo y otras con el deseo y la ilusión de trabajar en red. Cambia, todo cambia ... y la Radio también cambia

6. En América Latina y el Caribe **cambiaron los públicos**, hoy somos un continente más urbano y joven que rural y adulto. Todavía hay países en los que entre un 20 a 25% de la población fundamentalmente de los sectores populares solo se entera de lo que pasa en su entorno por la radio. Por lo general sectores muy empobrecidos y vulnerables, gente en las fronteras.
7. **La tecnología** ha hecho que la distribución de la radio de señal abierta cambie de plataforma, ya no solo se consume radio con el receptor tradicional sino desde el teléfono celular lo que hace que cambie el patrón de consumo fundamentalmente hacia la FM. Aunque con la digitalización de la radio la AM cobrará de nuevo vida por garantizar calidad y cobertura. Sin embargo la tendencia es usar la radio en convergencia de medios. Hoy la radio no solo se oye, también se lee y se ve en la web, se participa con ella y las audiencias no solo por teléfono sino a través de las redes sociales. Hoy la radio es un mix de plataformas y posibilidades de interacción que se nos vinieron de golpe.
8. **El financiamiento** de nuestras radios, también ha cambiado. Ha habido una merma considerable de la cooperación internacional y no nos preparamos con buena cabeza para enfrentar las “leyes del mercado” radiofónico. No solo basta hacer una buena radio de calidad correspondiente con los procesos sociales en los que estamos metidos y coherente entre lo que decimos y hacemos, sino que debe tener audiencia, debe ser relevante e incidente para ganar en sostenibilidad.
9. De las radios concentradas al **“network”**. Los grandes monopolios de la comunicación controlan la propiedad de los medios, la inversión publicitaria y el discurso. Una radio sola en un pueblo o ciudad termina comprada por los monopolios o alquilada por sus dueños para subsistir. Lo que prevalece para soportar y eventualmente poder desarrollar un trabajo eficaz y eficiente es la vinculación en redes de trabajo, **“network”** de radios y medios. Trabajo en red desde la particularidad de cada una, pero con un bloque de programación común cedida para desarrollar los intereses comunes y con participaciones locales para garantizar la particularidad y la territorialidad.
10. Hay un debate abierto entre los que hacen radio de señal abierta y **radio “on line”** sobre los impactos de ambas plataformas. En principio son distintas y pudieran ser complementarias.
11. Punto aparte se registra con los que todavía estamos haciendo **educación formal por radio**, nos debemos una reflexión y respuesta ante los cambios de públicos y sus necesidades, plataformas y tecnologías para hacer más pertinente y eficiente nuestro trabajo. Y que hacer? ... al menos un punteo de tres cosas

12. **Un tema de Identidad y Misión.**

Qué tienen en común la Radio Huayacocotla con su trabajo con campesinos en México, la Radio Progreso en Honduras con su trabajo por la justicia y la democracia, la Radio Santa María con las Escuelas Radiofónicas en República Dominicana, la Radio Javeriana con los universitarios de Bogotá, la Radio Marañón en Jaen-Perú y el respeto a la ecología, la Radio Fides en Boliva con su red de noticias? Y todas ellas con todas las demás que por espacio no mencionamos. En la acción concreta de cada radio y en interacción con otras radios nos debemos una reflexión y una definición de por dónde pasa nuestra identidad y prioridades comunicacionales como radios de propiedad o vinculadas a la Compañía de Jesús en América Latina y el Caribe. Valorando y cuidando el esfuerzo de cada individualidad, identificando elementos comunes y no comunes es que podemos adentrarnos en un trabajo más colaborativo. En esto la situación de Brasil es una gran desconocida que espera por nuestro abordaje.

13. **Darnos en red, para no enredarnos.**

Una red de radios no está definida por las radios que agrupa (nodos), sino por la cantidad de lazos, vínculos y trabajos que en conjunto hacen. Nos tocará identificar las plataformas tecnológicas más pertinentes en cada caso que ayuden a estar conectados en vivo y en directo de manera que garanticemos la participación y la interacción de nuestras audiencias. Gente que de radio oyente pase

a radio pensante y de allí a radio hablante con otros buscando nuevas narrativas que signifiquen las nuevas comprensiones de tiempo y lugar que nos toca vivir. Una red de radio no es para gobernarse, sino para trabajar en conjunto. Una red entre nosotros y con otros. Vale señalar que de las 100 radios "nuestras" unas 40 nos encontramos en la Asociación Latinoamericana de Educación y Comunicación (ALER) con la que llegamos a más de 1000 radios en el continente con nuestros programas. Nos tocará seguir en el discernimiento sobre cuál es nuestro aporte específico en esa y en otras redes; y sobretodo cuál será el valor agregado de juntarnos nosotros desde nuestra identidad común compartida y particular. El gran negocio de la comunicación hoy está en el transporte de información, nuestro gran desafío está en desarrollar más aún la plataforma de interconexión y en la producción de contenidos relevantes para la misión. Se trata pues de conocernos, reconocernos, respetarnos, valorarnos y accionar en conjunto priorizando Agendas, Enfoques, Formatos y Plataformas comunes. Para esto en cada radio debe haber conciencia de lo importante del trabajo colaborativo y gente dedicada a que "se produzca el milagro".

14. **Radios Puentes para la reconciliación y la Paz.**

En este mundo roto y polarizado, una red de radio tiene que ayudar a ser puente para el encuentro. Una plataforma por donde salgan los contenidos que producimos desde nuestras obras y desde la

interacción con otros que buscamos fines similares. Para ser puente, primero debemos garantizar que pisamos fuerte en cada orilla para desde ahí posibilitar el encuentro. Una radio "nuestra" que se oiga en los extremos polarizados desde su señal abierta (los que consumen radio) y desde su convergencia de tecnologías (los que consumen redes sociales por ejemplo) puede-debe generar espacios de encuentro, reconciliación y Paz, espacios de construcción de democracia, espacios donde las nuevas culturas emergentes tengan su expresión en clave de diálogo creativo.

En tres paginitas, en 15 minutos, solo da tiempo para "titulares". Cualquier ampliación lo dejo a las inquietudes personales y grupales.

Un abrazo fraterno,

Gerardo Lombardi
Coordinador Sector Comunicación CPAL