

CAPITULO II

LA RADIO: CONCEPTOS Y FUNCIONES

2.1 Hacia una definición de Radio.

La radio es un medio de comunicación masivo que permite una interacción entre los encargados de la transmisión y la sociedad, de manera que se puede lograr una dinámica informativa entre los radioescuchas, se requiere de una planeación para que se logre una radiodifusión; ésta se define como *un conjunto de técnicas de emisión de ondas hertzianas que permiten la transmisión de la palabra y de los sonidos.* (Romo Gil, 1987)

2.2 La Radio

Aunque es difícil comprender de manera correcta el término de *radio* o *radiodifusión* son conceptos bastantes complejos que podemos describir como un conjunto de dispositivos para transmitir a distancia la voz y música, haciéndolas así accesibles a las personas. Para realizar esto se requiere de un proceso que consiste en una serie de transformaciones de ondas de señales de radio originales en otro tipo de oscilaciones para que pueda enviarse la señal a distancia.

A la radio se le considera un elemento a la que se le ha dado por llamar “comunicación social”, debido a que tiene la posibilidad de poner en relación

a grupos sociales grandes, al respecto , Alejandro Avilés (poeta, maestro y periodista, director de la Escuela de Periodismo Carlos Septién durante 21 años) distingue entre las acepciones “comunicación masiva” y “comunicación colectiva o social” en el sentido de que esta última lleva implícitos conceptos concientizadores y personalizantes.(Anda Gutiérrez 2004,)

Las radios concesionadas son aquellas de corte comercial, mientras que las permisionadas son para aquellas estaciones oficiales, culturales, de experimentación, escuelas radiofónicas o las que establezcan las entidades y organismos públicos para el cumplimiento de sus fines y servicios.
(www.cirt.com.mx)

2.3 Características de la Radio.

Según Dennis McQuail (profesor de Comunicación de Masas de la Universidad de Amsterdam)

Resume en siete las características de la radio y son las siguientes:

- a) Necesidad de una organización formal compleja.
- b) Dirigida a públicos amplios.
- c) Contenidos públicos, abiertos a todos.

- d) Públicos heterogéneos.
- e) Alcance simultáneo “a una gran cantidad de personas que están distantes de la fuente y que, a la vez, se hallan lejos una de otras”.
- f) La relación entre emisor y público es impersonal.
- g) El público es un conglomerado de individuos a los que une un foco común de interés, pero no se conocen entre sí. (*Romo Gil, 1987*)

2.4 Funciones de la radio.

Como medio de comunicación la radio juega un papel importante dentro de la sociedad. Es por ello que consideramos fundamental describir las funciones que lleva ésta dentro de nuestra vida social. Según Jorge Lozoya, en su artículo “ *El estatuto de la radio y la televisión*” incluye un orden de prioridades con respecto a la función de los medios masivos de comunicación establecido por la UNESCO en 1970.

- *Información:* Siendo ésta la libertad de emitirla y recibirla
- *Educación Y Cultura:* Considerando que todo informe educa y cultiva.
- *Desarrollo:* Con la labor de los medios en las tareas de modernización.
- *Movilización Política y Social:* Labor de construcción nacional.
- *Entretenimiento y Recreación*
- *Publicidad y Anuncios*”

Cada una de estas funciones describe el contenido de la radio como uno de los principales y más antiguo medio de comunicación. (Romo Gil, 1987)

2.5 Importancia de la Radio

Es importante recalcar que el uso de la radio como medio de comunicación masiva ya sea de difusión, social o tecnificada siempre estará determinado por los criterios de cada uno de los responsables de su funcionamiento, la adecuación de su contenido del tipo de auditorio, del destinatario. Juega una función indispensable para desarrollar las características de su funcionamiento. La importancia de la radio como medio de difusión, se concentra principalmente en la naturaleza de lo que ésta representa como medio en si, ya que posee, una calidad íntima de tú a tú, que la mayoría de los otros medios no tienen. Uno de los factores más importantes de la radio es que su costo de producción es menos elevado que el de los otros medios. (Romo Gil, 1987)

Como una necesidad propia del hombre para comunicarse, nace la radio tomando como antecedentes las aportaciones hechas por investigadores desde épocas pasadas. Este medio permite comunicarse a distancia sin ningún medio físico más que las ondas electromagnéticas. Nace como un medio de radiodifusión para comunicar a dos personas en circunstancias especiales, por

lo que esta forma de comunicación se considera como un invento buscado no fortuito.

Melvin de Fleur autor del libro “Teorías de la comunicación de masas ed. Paidós 1989” considera tres razones por las que fue posible el nacimiento de la radiodifusión.

- a) Necesidad de encontrar un medio de comunicación en el mar.
- b) Descubrimientos científicos que podían hacer posible la utilización de la radio.
- c) Los únicos medios utilizados hasta ese momento eran el telégrafo y teléfono.

Según el autor antes mencionado se requería de un medio que tuviera las características tanto del telégrafo como del teléfono pero que no requiriera de conexiones para llevar a cabo el envío de mensajes. . (*Romo Gil, 1987*)

Para hacer posible el uso de la radio como medio de comunicación se partió de las aportaciones realizadas por los investigadores que trabajaban con los fenómenos eléctricos. Es por ello que se considera importante presentar los hechos más trascendentes acerca del estudio de este fenómeno.

2.6 La Radio Ciudadana

Considerando que la radio es un medio importante de comunicación, existen diversas formas de llevar a cabo esta función. Para ello debemos considerar que la Radio Ciudadana es de uso exclusivo para la sociedad civil organizada que demanda siempre de un espacio radiofónico para cumplir con sus necesidades de información, educación, cultura y difusión de usos y costumbres. Uno de los papeles que juega es el de llevar a cabo un proceso informativo dentro de un determinado grupo social sin tener interés de lucrar mediante el uso de ese espacio. La mayor parte de las radios ciudadanas son patrocinadas por los gobiernos de los estados que organizan toda la información de interés para la población. (Secretaría de Gobernación, 2004)

En el año 2002 en la Ciudad de México, se llevó a cabo el festival de radios comunitarias. La transmisión de este evento coordinado por el Instituto Mexicano de la Radio pudo ser posible por la frecuencia XEQK. Gracias a este suceso se permitió comprender la importancia que tiene brindar los espacios radiofónicos a la ciudadanía. Para el Instituto Mexicano de la Radio resultaba de suma importancia contar con un espacio que permitiera la participación de la sociedad civil organizada. De esta manera surgió la idea de

cambiar el perfil de la XEQK para dar lugar a la radio. (Secretaría de Gobernación 2004)

La misión de esta radio consiste en promover la cultura democrática a través de la participación ciudadana que ejerciendo su libertad de expresión y derecho a la información, proponga y realice contenidos programáticos en formatos innovadores de comunicación, que estimulen el conocimiento, análisis y asuntos de interés público, así como reflejar la diversidad de sectores de nuestra sociedad, permitiendo la pluralidad informativa. La Radio Ciudadana debe tener como finalidad convertirse en un espacio de construcción de lo público y el poder de cada uno de los ciudadanos

De esta forma, la naturaleza social de los medios de información desde un principio ha quedado determinada por la presencia de un fuerte contexto económico y político que ha condicionado herméticamente el uso social de los mismos por otros sectores más amplios que no sean los propietarios o representante del gran capital interno y transnacional en el país. Esta situación alcanzó su mayor esplendor en el caso de la radio, pues es un medio que ha llegado a ser monopolizado por el poder nacional. Por ejemplo el 76% de la radio comercial se encuentra en manos de 14 familias y sólo cuatro grandes cadenas aglutinan casi la mitad de la totalidad de las emisoras (47.8%). Es dentro de este esquema mercantil que la radio nacional se desarrolló y donde

alcanzó hasta ahora su mayor dinámica de expansión e influencia sobre la cultura nacional. (De Anda, Francisco; García, Silvia; Moreno, Pedro; 1998).

En este sentido, constatamos, por ejemplo, que las organizaciones campesinas, los sindicatos, los partidos políticos, los numerosos grupos indígenas, los movimientos ecologistas, los sectores magisteriales, los organismos no gubernamentales, las iglesias, los movimientos urbanos, los productores agropecuarios, la mayoría de las universidades o centros de educación superior, los transportistas, los grupos de amas de casas, las asociaciones de padres de familia, los grupos de colonos, los estudiantes, los profesionistas, no disponen de espacios radiales para plantear y discutir sus problemáticas particulares.(Secretaría de Gobernación,2004)

2.6.1 Función Social de la Radio Ciudadana

La radio ciudadana lleva a cabo una función importante que consiste en informar, educar, y proporcionar todos los elementos necesarios que requiera una sociedad para hacer más fácil la vida dentro de ésta. Para ello la participación de la población de forma ordenada y civilizada permitirá que se disponga de información y programación que contribuya a mejorar la

comunicación y el conocimiento de los individuos dentro la sociedad.
(Secretaría de Gobernación, 2004)

2.6.2 Participación de la radio ciudadana.

Esta radio debe ser la máxima expresión del sentir de la sociedad civil, así como contener cada una de las inquietudes de la población que permita manejar la cantidad de información necesaria en la educación, cultura y costumbres. El diálogo entre ciudadanos y autoridades debe ser un ejercicio de escuchar e influenciar mutuamente, no solo realizaciones entretenidas. Dar paso a acuerdos mínimos entre la ciudadanía no es tarea fácil, pero éste es un compromiso ciudadano de la radio. Dada su naturaleza oral y conversada, debe ser un gran foro democrático. (Fernández Christlieb, Fátima.1997).

2.7 La radio Pública.

Del conocimiento y datos que se tienen de la radio pública cultural han sido insuficientemente registrados y analizados en México. Es indispensable plantear leyes fundamentales para tener justamente un espacio que permita llenar parte de ese vacío; también se debe proponer además de un conjunto de

características, atributos, defectos y dinámicas de la radio cultural con la idea de desmitificarla como medio para las élites y plantearla como instrumento de servicio social.

Más allá de conceptos difusos y tecnicismo, Luís Ernesto Pi Orozco(director general de Radio Educación en México) delinea, explora y examina las dimensiones diversas que se implican en tal tipo de radiodifusión pública: desde su perfil característico y sus potencialidades creativas, comunicativas y sociales, o los estragos, rumbos o posibilidades de su financiamiento, hasta puntuales consideraciones sobre las barras programáticas, la gestión administrativa, el discurso radiofónico y la difusión cultural. Y todo ello sirve de contexto para profundizar, con bagaje documental y sustento argumentativo, en torno a la conceptualización y los compromisos de la radio pública cultural a partir del trayecto de Radio Educación en su pasado inmediato. (Secretaría de Gobernación 2004)

La actualización jurídica de la normatividad que rige a la radio cultural del Estado mexicano para captar recursos económicos que le permitan una sobrevivencia digna; el equilibrio y enriquecimiento de su programación; la necesaria participación de sus trabajadores en la programación, y el reajuste tecnológico ante el siglo XXI, son algunos de los retos que se mencionan a lo largo del presente libro. Su autor, Luis Ernesto Pi Orozco, hace una semblanza

integral de la radio pública cultural en México, con el fin de desmitificarla como un medio sólo para las élites, y de plantearla como un instrumento de servicio social. (Mejía Prieto, Jorge 1985).

El autor, quien fuera director de Radio Educación hasta diciembre de 2000, describe, analiza, propone y reflexiona acerca de las dimensiones de la radio pública cultural, desde sus características, virtudes y deficiencias, hasta sus posibilidades de financiamiento, las consideraciones sobre su programación, la gestión administrativa y el discurso radiofónico, entre otros asuntos. Profundiza en torno a los compromisos sociales de la radio cultural a partir del repaso de la experiencia de Radio Educación: la principal emisora cultural del país y modelo para las estaciones públicas de los estados. (Anda Gutiérrez, Cuauhtémoc. 2004).

Plantea sugerencias para enriquecer y valorar a la radio cultural a fin de atender las necesidades sociales, culturales y políticas que reclama la sociedad mexicana actual. Expone la conveniencia de defender y promover la radiodifusión cultural para mantenerla viva en el cuadrante, porque, dice Pi Orozco, “no olvidemos que en el campo de la inteligencia, la creatividad y los valores humanos, la mejor radio de nuestro país es la cultural”. (Secretaría de Gobernación. 2004)