

A LOS 35... VAMOS POR MIL

Estrategia para un salto significativo

Texto elaborado a partir de una entrevista a Gerardo Lombardi – Presidente de ALER

En el mes de septiembre de 2007 ALER cumplirá sus treinta y cinco años... Para ir preparando el terreno de nuestra celebración, compartimos con todos y todas, la Estrategia del Plan Mil. Lo haremos en dos entregas. Con ustedes, la primera de ellas, la próxima semana tendrán la segunda.

Una primera definición del Plan Mil

El Plan Mil es una respuesta estratégica que la actual junta directiva de la Asociación quiere darle a un mandato que nos dejó nuestra última Asamblea: el crecimiento con incidencia.

Es entonces una estrategia a través de la cual buscamos llegar a MIL puntos conectados. Puntos conectados son radios. Radios que participan y transmiten y amplían con sus ondas el eco de una propuesta comunicativa y política colectiva.

Plan Mil: principios y componentes

Partimos siempre de dos premisas que definen el quehacer de nuestras radios, centros y coordinadoras, es decir, de ALER:

- No estamos conformes con la inequidad y la exclusión que vivimos en nuestro continente. Con el Plan Mil queremos profundizar una opción terca de ALER: jugarse la suerte de las mayorías empobrecidas (no pobres) de este continente y trabajar, desde el ejercicio comunicativo, por la superación de esas profundas inequidades y exclusiones.
- Nuestros espacios comunicativos son espacios de la gente, contruidos para que el Derecho a la Comunicación sea ejercido por ciudadanos y ciudadanas que tienen mucho que decir y pocas oportunidades de decirlo en otros espacios. Somos un espacio vivo de ejercicio de un derecho humano fundamental.

Con estos puntos de partida, vamos entonces a los cinco componentes de la estrategia:

1. PRODUCCIÓN

Incidente

Porque toma en cuenta los temas sensibles de nuestras audiencias, porque parte de la perspectiva de nuestras audiencias es decir, se sitúa en un lugar: el lugar de la vida, los sentimientos, sentidos y significados de nuestra gente, de esas mayorías de las que hemos hablado más arriba. Incidente porque pone en juego, en diálogo y en debate con esa perspectiva, otras muchas. Incidente porque es capaz de acompañar procesos de

transformación y construcción democrática en el quehacer político, cultural, económico, educativo.

Que desata nuevos sentidos

Con mucha frecuencia y sin darnos cuenta repetimos en nuestras producciones discursos, miradas y visiones que son antagónicas a los objetivos que perseguimos y a los intereses que estamos persiguiendo. Más aún, con frecuencia nuestros discursos, miradas y visiones son unívocos. Entonces es urgente y necesario entrar en diálogo con otros diversos. Ese diálogo amplio y abierto nos permitirá también situar y definir mejor nuestras propuestas de nuevos sentidos, no solamente de la comunicación, sino de la vida que transcurre por nuestras radios, la vida de nuestras audiencias.

Por ejemplo un bolero bien cantado, según quién lo escuche, tendrá un significado u otro. Si con ese bolero te enamoraste, vas a suspirar, pero si con ese bolero te dejó tu primer amor, vas a llorar. Entonces el contenido es uno y único pero los sentidos y los significados de esa producción van a estar en función de la vida de cada persona. Lo que sucede con el bolero, sucede con todo. Si no nos olvidamos de esto nos ocuparemos de entregar a nuestras audiencias todos los elementos posibles para que esos procesos de resignificación y construcción de nuevos sentidos, se enriquezcan.

Estética

En otras oportunidades nuestras producciones y programaciones son contradictorias en su forma. Nos olvidamos con alguna frecuencia que la forma significa y entonces, mantenemos o reproducimos formas de hacer radio que contradicen los contenidos mismos o que son lejanas a las formas cotidianas de nuestras audiencias. Es contradictorio, por ejemplo, trabajar un discurso de comunicación democrática y, al mismo tiempo, cerrar el círculo de las voces que tienen cabida en la programación. Es lejano entregar información con pastillas breves y rápidamente, en contextos culturales donde la narración es pausada y calma, como muy bien lo identificaron nuestros compañeros y compañeras de la RKS en alguno de sus encuentros. Son cuestiones de forma, cuestiones estéticas... pero son cuestiones de fondo que vuelven a tocarse con la incidencia.

Todo lo anterior tiene mucho que ver con el Plan Mil: queremos una sociedad equitativa, justa, fraterna. Queremos incidir en la construcción de esa sociedad, participar ampliamente en los debates estratégicos del nuestro continente aportando a la producción de nuevos sentidos y nuevas formas entonces, necesitamos más puntos interconectados, necesitamos ampliar nuestra llegada.

2. TECNOLOGÍA

En primer lugar tenemos que aprovechar mucho mejor la infraestructura y posibilidades que ya tenemos. Un primer canal de esta infraestructura es eso en lo que ALER es pionera y líder, aunque a mucha gente no le guste la palabra líder. ALER es pionera y líder de la transmisión satelital en América Latina... o mejor, ENTRE América Latina. Ninguna agencia, ninguna red tiene tantas interconexiones satelitales ENTRE América Latina. Este es un liderazgo que tenemos que aprovechar al máximo. Esta plataforma nos permite trabajar en red, ser interdependientes, construir nuestra propuesta

comunicativa sustentada en relaciones, en contenidos vinculantes, en acuerdos de trabajo.

Por otra parte está Internet. En los lugares donde hay conectividad y acceso se constituye en una oportunidad de interconexión de doble vía. También a esta herramienta tenemos que aprovecharla y articularla cada vez mejor, trabajar sostenidamente en la convergencia de tecnologías al servicio de la interconexión.

Finalmente, no podemos olvidarnos que muchas radios populares y comunitarias han tomado la opción de trabajar en lugares de nuestro continente en los que las oportunidades de acceder al Internet, por ejemplo, son muy remotas. Dicho sea de paso, aquí hay un lugar de debate y lucha en el que corresponde participar. Entonces, pensando en esas radios, es vital fortalecer el sistema satelital, instalar receptores que conecten a esas radios con su país y con su continente. Y en aquellos lugares en los que se va logrando conectividad y acceso, la página web y el portal son sin duda un lugar de interconexión fundamental.

El departamento técnico de ALER está desarrollando una investigación para explorar nuevas vías y nuevas maneras de interconexión no solamente para convertir las radios en bocinas de unos contenidos sino para generar la interconectividad que es la característica irrenunciable del Plan Mil, y del sistema satelital.

3. REDES

Hemos dicho que el Plan Mil es una estrategia de ampliación y profundización de nuestro liderazgo como red de producción y de interconectividad. Pues bien, el tercer componente de esa estrategia es la multiplicación de redes. Este año cumplen diez años dos experiencias que nos han dado el ejemplo: la Red Informativa y la Red Kiechwa Satelital. Gracias a su ejemplo y aprendiendo de la experiencia, en los últimos cuatro años han surgido nuevas redes: la Red de Migración y Comunicación, la Red de Evangelización, la Red Intercultural Amazónica de Radios y así siguiendo.

Queremos fortalecer nuestras redes ya existentes, por supuesto. Ampliar el posicionamiento del Contacto Sur, nuestro programa “estrella”, mejorarlo cada vez más, mercaderarlo. Intuimos que esta producción informativa que lleva consigo mucho de nuestra identidad, es central en la estrategia Plan Mil.

Con la Red de Migración y Comunicación hemos avanzado en la experimentación de lo que significan las redes temáticas, su valor definitivo para situar en agenda temas estratégicos y decisivos en la vida de nuestros pueblos. Con la Red de Evangelización estamos saldando una deuda histórica con todas nuestras radios de inspiración cristiana, esta red y la alianza con OCLACC nos pone en la vanguardia de un servicio puntual, variado y múltiple de acompañamiento a las radios que tienen en la evangelización un eje de trabajo central. Con la naciente Red Amazónica estamos entrando en la interconexión de radios situadas en una de las regiones (si no la más) estratégica para nuestro continente y para el planeta. Todos sabemos o intuimos cuánto se juega en este momento en nuestra Amazonía. Algunos dicen que las guerras futuras van a ser por agua y allí está el recurso hídrico quizás más importante del planeta... Entonces, allí hay que estar comunicando, interconectando, informando, educando.

“Yo creo que dentro de todas esas redes hay que ponerle mucho cariño y trabajo a la red indígena latinoamericana. Primero es nuestra característica como continente, segundo no hay una agrupación en radio que tenga más presencia en el mundo indígena que ALER. Es uno de los grupos sociales más empobrecidos en nuestro continente, y más rico a nivel de bagaje cultural y de proposiciones de nuevas formas de hacer vida política, vida cultural, vida comercial en nuestro continente entonces ya teniendo todos estos sistemas satelital teniendo todas estas interconectividades , teniendo una buena práctica en la red quechua satelital, para mí en términos muy caribeños diríamos un tiro al piso”

Redes así amplían nuestra agenda. Nos obligan a salir (no a dejar) temas de agenda tradicional y nos ubican en temas estratégicos globales y continentales que se cocinan y se gestan en las comunidades, en los radios locales, en territorios concretos. Nos faltan muchas redes todavía, por ejemplo, una que conecte a los jóvenes, otra que conecte a los niños y niñas del continente, otra que conecte a las mujeres del continente, redes de música, de boleros, de reguetoneros, de roqueros, de folkloristas. O redes rurales, o deportivas... en fin, muchas redes enredadas haciendo comunicación.

4. SOSTENIBILIDAD

Si contamos con más y mejores productos radiofónicos y programaciones con los enfoques arriba mencionados, si tenemos más puntos conectados y radios interconectadas, contaremos entonces con un factor vital para la venta y el mercadeo y con ellos, para avanzar en la sostenibilidad económica de radios, centros y coordinadoras. Como dice el refrán caribeño: mientras más masa hay, más mazamorra para vender.

Pero más puntos interconectados y en diálogo también contribuirán a nuestra sostenibilidad social puesto que haría más pertinente y diversa nuestra propuesta y a nuestra sostenibilidad organizativa porque siendo más, nos vamos a fortalecer. Fortalecernos organizativamente no es solamente crecer hacia adentro profundizando el vínculo entre los asociados, sino crecer hacia fuera, con otros. Y aquí está el quinto componente de nuestra estrategia: las alianzas.

5. ALIANZAS

Es necesario crecer no solamente buscando afiliadas sino buscando vinculados. Para explicarlo mejor, hablamos de la “estrategia de anillos”.

El primer anillo, el núcleo de este proyecto, son las afiliadas. Ellas son las dueñas de la Asociación, son ellas las que promueven y son ellas también las dueñas de los resultados que se obtengan, en una acción corresponsable y participativa.

El segundo anillo son las instituciones, centros de producción y emisoras con las que podemos llegar a acuerdos de producción específica en torno a temas que nos interesan. Con ellas compartimos visiones, estrategias e intereses, aunque no sean afiliadas de la Asociación. Un ejemplo de este segundo anillo son todas aquellas emisoras o instituciones que hacen corresponsalía permanente para nuestra producción informativa.

El tercer anillo lo constituyen todas aquellas instituciones, organizaciones, radios y centros con los que construimos acuerdos de carácter más bien estratégico. Construimos red también con ello, nos conectamos y hay convergencia en momentos específicos, pero luego no, hasta un nuevo momento en el que los intereses convergen.

Cada anillo marca una forma de relación marcada por el respeto y la transparencia en todos los casos pero con especificidades. Entre las afiliadas de ALER no hacemos negocio, hacemos acuerdos de trabajo colectivo y corresponsable. Con el segundo anillo trabajamos en torno a acuerdos y convenios de cooperación.

Es de suma importancia dejar de pensar que toda relación tiene que tener un componente económico de transacción. No. Las relaciones también tienen sentido porque son una construcción solidaria, honesta y sustentada en la correspondencia y la coherencia, que son valores centrales de la construcción de toda la red ALER y del PPC.

6. COMENTARIOS FINALES

- Estamos cumpliendo 35 años. Los primeros 25 los festejamos recuperando todos nuestros aportes a la radio popular en América Latina. Los últimos diez años han estado muy marcados por el sistema satelital, sus exigencias en producción, en conocimiento tecnológico, en crecimiento. Después de diez años más es decir, ahora, queremos insistir en una estrategia de crecimiento en cantidad y en calidad de nuestro trabajo. Recoger esto diez años de trabajo y de logros, valorar todos los esfuerzos y avances hechos, nos movilizará a incidir sin complejos, con amplitud y con fuerza.
- Nuestro trabajo de formación se ha centrado y deberá centrarse en los dos primeros anillos. La formación es un eje que tiene que cruzar todo el trabajo de la Asociación y se vincula profundamente con su sostenibilidad: por la calidad que se gana en producción, por el sentido que gana nuestro quehacer radiofónico, etc. Nuestras estrategias de formación deben ser flexibles, ser revisadas y reorientadas de modo permanente para responder a las necesidades y dinámicas de las afiliadas y del propio movimiento de radio popular y comunitaria en el continente. La intención y la acción formativa deben cruzar todas las áreas de trabajo.
- Pensar en Europa y en Estados Unidos como lugares a los que es necesario seguir llegando, ampliar nuestra llegada siguiendo el mandato de Asamblea: Latinoamérica llega hasta donde está el último latinoamericano.
- En el marco de la Estrategia del Plan Mil es necesario poner en marcha un mecanismo sencillo que nos permita identificar todos estos puntos de llegada. Cada radio que utilice producciones de ALER, sea cual fuere esa producción, es un punto de llegada y es necesario tener algún vínculo con ella. Una mirada permanente hacia fuera, hacia las radios cercanas a las afiliadas, hacia las posibilidades de conexión o de construcción de red.
- Todas las afiliadas, todas sus instancias y todas las líneas de la secretaría ejecutiva, trabajando en función de ese objetivo concreto: aumentar puntos de conexión e incidencia.
- Estamos en diecinueve países pero somos pocos todavía. Ampliar y profundizar nuestra incidencia regional en el debate político, cultural, económico. Construir agenda, poner en agenda los temas prioritarios para nuestra gente... todo esto eso hace mirando hacia fuera, relacionándose con otros, abriendo relaciones, construyendo vínculos, haciendo alianzas. No lo haremos solos. La relación con otros, muchos y diversos, nos hará crecer. Nos vamos a enriquecer y vamos a hacer un mejor trabajo comunicativo.

Julio/2007