

**Coloquio Internacional del
Grupo de Investigaciones y Estudios sobre la Radio (GRER)**

16, 17 y 18 noviembre 2017 – Burdeos (Francia)

La radio al servicio del público
Retos, estatutos, misiones y programas

LLAMADA A COMUNICACIONES

El concepto de servicio público es antiguo. Históricamente su aparición está vinculada a la construcción de los Estados bajo las monarquías de los antiguos regímenes.

De manera general, este concepto descansa sobre los principios fundamentales siguientes:

- La igualdad de acceso a los servicios garantizados (para la radio: la recepción, pero que podría también interpretarse como el derecho a la libertad de expresión);
- Las nociones de gratuidad o de unos costes módicos o razonables;
- Una finalidad no comercial (en todo caso, que su rentabilidad comercial no pueda constituir su razón de ser).

A todo esto se añade:

- La noción de continuidad en el espacio y en el tiempo en nombre de la unidad y la igualdad de todos (lo que supone, en el caso de la radio, una continuidad de difusión sobre el conjunto de un territorio).
- Los principios de mutabilidad o adaptación constante a las necesidades de los destinatarios, para servirlos mejor;
- Los principios discutidos de neutralidad o equidad, y además, en ciertos países, el principio de laicidad, debiendo garantizar la igualdad de tratamiento para todos, respetando su libertad de conciencia y la libertad de opinión;
- A menudo, la propiedad pública de las estructuras o, en su defecto, su control público y, de manera principal, su financiación;
- Frecuentemente también, el concepto de servicio público mediático, tanto en el plano jurídico como en el de las representaciones, que se relaciona con los objetivos de educación, información y entretenimiento, a los cuales puede añadirse la función de ayuda a las poblaciones o a las personas.
- Eventualmente, en fin, la gestión democrática de los servicios con la participación de los profesionales de la radio, de los locutores y de los oyentes.

Por lo tanto, la noción de “la radio al servicio del público” y los **retos** vinculados a ella abarcan distintas dimensiones. Puede tratarse de un **estatuto** específico; de **misiones** confiadas a los medios, o que tienen la obligación de atender; de **programas** específicos calificados como tales en razón a sus objetivos, sus destinatarios, sus efectos.

ESTATUTOS

Institucionalmente, el estatuto de servicio público radiofónico hunde sus raíces en la historia de la comunicación moderna. De los servicios postales reales al telégrafo, los principios y aplicaciones comunicacionales han conocido derivaciones diversas hasta llegar a los medios electrónicos, como la radio. Originariamente, la radio británica (la BBC de 1927) ha servido de ejemplo de “radio de servicio público” para numerosos países que rechazaban el modelo empresarial estadounidense basado en la iniciativa privada. Adoptado antes o después de la Segunda Guerra Mundial, y a menudo justificado en relación a ésta, este estatuto ha sido puesto en práctica y adaptado por muchos países, que a su vez fueron modelo para otros (principalmente, durante las descolonizaciones o la lógica de los bloques). A menudo asociado a la noción de monopolio, este modelo ha encontrado sus límites en la apropiación que ha hecho de este concepto el Estado y en su subordinación a los gobiernos o regímenes políticos, pudiéndose confundir radiodifusión pública con radiodifusión del Estado.

Diversamente desreguladas a finales del siglo XX, las instituciones de los servicios públicos radiofónicos no desaparecieron durante la supresión de los monopolios y continúan, con suertes distintas, ocupando un lugar frente a la concurrencia privada en un gran número de ecosistemas mediáticos. Sin embargo, después de haber ocupado una posición indiscutible, su legitimidad le es ahora negada. Asimiladas a veces a una función pública juzgada anacrónica, estas instituciones radiofónicas son atacadas en nombre de la racionalidad o de ideologías economicistas cuya finalidad es la hegemonía, aquí y en todas partes.

Radicalmente, la supresión de programas, de cadenas de servicios público (Canadá, Grecia, Europa del Este...), en particular los servicios internacionales, así como la eliminación de sistemas de difusión (la Onda Larga de Radio France), y la dificultad de poner en marcha servicios de esta naturaleza en regiones donde apenas tenían presencia (América Latina), son manifestaciones del repliegue de los servicios públicos de radiodifusión, de su dificultad para existir o bien de las amenazas que pesan sobre ellos.

El coloquio de GRER desea plantear las cuestiones de la pertinencia, legitimidad y, por tanto, la sostenibilidad de las estructuras institucionales de los servicios públicos radiofónicos. Estas problemáticas y estos desafíos podrán ser abordados a partir de sus historias y realidades presentes, en confrontación con un futuro incierto.

MISIONES

La noción de servicio público y de los servicios prestados a los públicos no se agota únicamente con consideraciones sobre su estructura, sus estatutos o su dimensión institucional. Esta noción ha de referirse también a los objetivos comunicativos y los resultados de eficiencia, cuestiones éstas que pueden ser reivindicadas también por otros sectores radiofónicos: la radio del tercer sector y la radio privada o comercial. El mismo Estado, el poder público, puede delegar en otros las misiones de servicio público.

La lógica intrínseca del objetivo de máxima audiencia para las radios privadas implica fundamentalmente la satisfacción de las expectativas de los oyentes, tanto en lo que se refiere al entretenimiento como a la información; e incluso, a la educación o la cultura. Los operadores privados exhiben a menudo el argumento de su contribución al pluralismo mediático para justificar su existencia al servicio de la sociedad.

La lógica de expresión de las radios asociativas (llamadas también “comunitarias”) se fundamenta en que los servicios prestados, con objetivos no lucrativos, permitan el acceso universal a la palabra mediatizada, especialmente a sectores específicos de la población (grupos sociales o culturales, determinados territorios).

La manera en que atribuimos y proclamamos las misiones del servicio público podrá ser motivo de debate. Las comunicaciones presentadas en el Coloquio podrán referirse a los instrumentos de asignación (documentos jurídicos como los contratos-programa, compromisos suscritos entre partes). Las declaraciones de objetivos, reivindicando la noción de servicio público, podrán ser evaluadas desde la perspectiva del discurso auto-legitimador y promocional en situaciones de libre competencia. La cuestión de su efectividad podrá también evaluarse en contraste con la realidad de los datos.

PROGRAMAS

Las misiones y los objetivos comunicativos de las emisoras se representan en el contenido de los programas. Los programas revelan, de hecho, la manera en que cada medio considera y define los servicios prestados a los públicos. En última instancia, incluso si todos los programas pudieran ser considerados como prestadores de servicios a los oyentes, los conceptos que habitualmente han sido encuadrados en la categoría de servicio son: la información, la educación, la cultura, los debates y charlas de la “libre antena”, las emisiones para la infancia y la juventud... Resulta a menudo que ciertos tipos de programas (documentales, ficciones, creaciones radiofónicas) se encuentran únicamente en las radios de servicio público de carácter más institucional, de acuerdo con las obligaciones que determinan las leyes y contratos-programa.

Los organizadores del Coloquio desean que la llamada a comunicaciones permita la presentación de testimonios y monografías, de manera analítica y no solo descriptiva, sobre programas agrupados bajo la categoría de emisiones de servicio público de cualquier sector radiofónico. En este sentido se invita especialmente a la presentación de estudios comparativos (entre distintas emisoras o sectores, o entre regiones y países).

PROCEDIMIENTO

Todos aquellos que deseen participar y presentar comunicaciones en el Coloquio están invitados a enviar sus propuestas **no más tarde del 15 de abril de 2017**. Las comunicaciones pueden escribirse en francés, inglés o español. Durante el Coloquio las comunicaciones podrán ser leídas igualmente en cualquiera de estos tres idiomas.

Si la comunicación ha sido escrita en inglés o español, los oradores deberán acompañar su exposición con una presentación visual (tipo PowerPoint o similar) que resuma en francés lo más significativo de su propuesta. Si la comunicación ha sido escrita en francés, habrá de incluirse una presentación visual en inglés o español.

Las propuestas deben enviarse en un fichero formato Word (.doc) por e-mail, con la referencia “Coloquio GRER 2017 – propuesta de comunicación”.

La propuesta contendrá: un título (y subtítulo), un resumen, de 5 a 7 palabras clave y la mención de su adscripción a una o varias de las temáticas de referencia en el Coloquio. La propuesta desarrollará en un texto no superior a 5.000 caracteres el problema, las hipótesis y las referencias bibliográficas. El título, subtítulo y resumen serán traducidos al francés si inicialmente no han sido escritos en esta lengua.

Los datos personales (nombre, apellido, institución de referencia, situación profesional actual, dirección postal y electrónica, teléfono) deben especificarse en el encabezamiento de la primera página.

Las propuestas de comunicación serán enviadas a las dos direcciones electrónicas siguientes:

grer.mail@club-internet.fr / jjcheval@msha.fr

El acuse de recibo se dirigirá a los autores de las propuestas. La evaluación de los proyectos se efectuará por los comités organizador y científico del Coloquio. Las propuestas aceptadas podrán ser objeto de solicitudes de modificaciones. Las respuestas (aceptaciones, denegaciones, demanda de modificaciones) serán tramitadas a los autores a partir de junio de 2017.

Al término del Coloquio las comunicaciones definitivas, recibidas y presentadas, podrán ser objeto de publicación en la revista electrónica del GRER, *RadioMorphoses* (<http://www.radiomorphoses.fr/>), en sus ediciones de 2018. Para dicho propósito se procederá a una nueva selección de forma confidencial y anónima (doble ciego) a cargo del comité de lectura de la revista, según las normas habituales en las revistas científicas.

GRER (Groupe de Recherches et d'Études sur la Radio)



Maison des Sciences de l'Homme d'Aquitaine (MSHA)

10, Esplanade des Antilles

33607 Pessac Cedex – [France](#)

Mail : grer.mail@club-internet.fr