



La máxima nota

Radio Bolivariana y las emisoras culturales, precursoras
de la globalización y maestras de la apreciación estética

Juan José García Posada



Todavía en plena etapa del deslumbramiento causado por el influjo fascinante de las novísimas tecnologías, siguen emitiéndose eslóganes que no tienen sólido asidero en la realidad, como cuando, por ejemplo, se afirma que al tejerse la red de redes de la Internet se han abierto las fronteras culturales y el mapamundi geopolítico se ha transformado a tal punto que ya no sólo debe hablarse del fin de la Historia, de las artes, de la novela y de otras disciplinas, sino, sobre todo, de la muerte de la Geografía, como lo sentencia el agudo ensayista Paul Virilio.

Esa es una verdad a medias. Es incompleta, porque, sin que deba desconocerse que la revolución del conocimiento ha sido jalonada en forma decisiva por la utilización del ciberespacio, no es razonable olvidar que la creación de los actuales nuevos cánones de lectura y comprensión del mundo, del hombre y de sus circunstancias, la ampliación de los horizontes cognoscitivos y la globalización de los saberes empezaron a configurarse primero con los tradicionales medios de comunicación (desde antes de la imprenta) y en este siglo en virtud de la popularización del invento embrujador y casi misterioso de la radiodifusión. La radio diluyó las fronteras entre las naciones y las culturas. Fue la precursora de la globalización cultural de la que hoy en día disfrutamos y procuramos obtener el mejor provecho posible.

Con motivo de la celebración del cincuentenario de Radio Bolivariana y entre los variados actos que han venido efectuándose, me despertó particular atención la muestra abierta en el primer piso del edificio de la Rectoría de la Universidad, donde puede apreciarse una bellísima colección de piezas museales que ilustran sobre el proceso evolutivo de la radiodifusión. Medio siglo de historia de esta querida estación universitaria está compendiado en esa exposición que, por lo dicho atrás, sugiere una paradoja, pues deja constancia de una vieja modernidad.

Gracias a la radio y muy en especial a la que ha enfatizado en la dimensión cultural y en la difusión de las ideas, las letras y las artes, nuestro país (que, en materia cultural, hasta los primeros decenios del Siglo Veinte seguía viviendo en la cómoda y plácida insularidad colonial, sólo alterada por la llegada de los baúles de libros en los barcos y por los mensajes casi criptográficos del telégrafo) experimentó una aceleración saludable de su apertura al mundo en el campo de las disciplinas del espíritu mucho antes de abrir sus fronteras comerciales e industriales. La radio ayudó a captar una visión cosmopolita del progreso integral. No se hablaba hace setenta o cincuenta años del fenómeno de la globalidad. Apenas se intuía. La revolución del conocimiento sólo se presentía. No se había tejido en el ciberespacio la red de redes de la Internet. Sin embargo, ya los oyentes de las emisoras culturales podían encontrar, en la programación selecta de música y letras, motivos más que suficientes para empezar a considerarse ciudadanos de la aldea global.

Es cierto que todos los medios de comunicación han obrado el prodigio de objetivar la profecía bíblica sobre el acortamiento de las distancias con el tiempo. Pero ninguno ha tenido tal capacidad de expansión instantánea, una audiencia tan amplia y un poder tal de atravesar las fronteras espaciales, como la radio. Y no siempre las emisoras han sido instrumentos de cultura o de información veraz, como puede oírse al repasar el dial. Al avance tecnológico no ha correspondido, en general, un mejoramiento cualitativo. Hoy en día es redundante hablar acerca de la



banalización del espectro electromagnético y la explosión de mensajes ligeros, frívolos o degradantes.

En el concierto de la radio abundan las notas disonantes. Un medio que podría ser definitivo en el mejoramiento de la calidad de vida de nuestra sociedad ha sido objeto de desvirtuación progresiva por causa del dominio implacable de las leyes del mercado. La búsqueda del beneficio ha primado sobre el interés de servicio. La exigencia de calidad, que era condición inseparable del trabajo radial en las primeras épocas y en la llamada Edad de Oro del decenio de los cincuenta, ha descendido en vista de una actitud complaciente y transaccional, con obvio detrimento de la excelencia.

No obstante, de ese denominador ya común de la mediocridad se excluyen las emisoras culturales y algunas otras que mantienen el equilibrio entre la índole comercial y el servicio altruista a los oyentes. Es decir que no hacen aprovechamiento indebido de las frecuencias que les han sido asignadas para que las administren con sentido de la responsabilidad y criterio de beneficio público. La cultura contemporánea es una realidad que sería imposible sin el respaldo difusor, informativo e interpretativo de los medios de comunicación. Esta misión de

enriquecer y propagar la cultura (entendida como aquello que nos hace mejores como seres humanos, en consonancia con el pensamiento pontificio) la han cumplido con generosidad y en medio de las consabidas dificultades las emisoras culturales. Muy en especial, han contribuido a la pervivencia de la cultura musical. ¿Sería posible que los amigos de la música-



ca en todas sus modalidades y tendencias (los que no nos hemos formado como músicos pero no podemos vivir sin la música) tuviéramos un grado aceptable de instrucción y formación, si no fuera gracias a la compañía gratísima de las emisoras culturales y a la devoción de musicólogos de la jerarquía del maestro Rodolfo Pérez González y de Humberto Mesa Rojas, el consagrado Director de Radio Bolivariana?

Hace algunos años y al referirme al atinado lema de Radio Bolivariana, **la máxima nota**, escribí una columna de la cual quiero reproducir los apartes principales:

Un lema debe ser la síntesis de la filosofía y la práctica de una institución. No sólo representa una demostración de ingenio, del que dan prueba los creadores publicitarios. A esa frase definitoria se llega bien por una chispa repentina como después de complicado proceso de decantación, de sugerencias, consultas y propuestas en lluvia de ideas. De allí nace la afirmación breve y concluyente. Baudrillard le asigna importancia capital al símbolo visual o auditivo y lo califica de expresión de la cultura contemporánea. Lo que es el logo en la imagen es el lema en el lenguaje articulado.

Hay lemas que no corresponden de modo fiel y exacto a la verdad. El riesgo de utilizarlos consiste en que pueden ser

inferiores o superiores al bien o al servicio al que se pretenda ajustarlos. En las artes publicitarias y propagandísticas abundan los ejemplos indicativos de un desfase entre la realidad objetiva de la obra y la virtualidad de la composición textual que debería representarla. Es cuestión de elegancia y sutileza y, por qué no, de adecuado manejo ético del mensaje persuasivo.

Pero hay también lemas que forman la quintaesencia casi poética de una entidad comercial o industrial o de una empresa cultural y dejan constancia satisfactoria de su dimensión exacta. El lema es el sello de carácter, la impronta de identidad, la horma precisa de una idea, de un proyecto y de una realización. Tal es el caso de **la máxima nota** y Bolivariana FM, 92.4 megahertzios. Lo es porque encierra en tres palabras la conjugación de la experiencia, el buen criterio y la tecnología de una emisora que emula en calidad con otras dos instituciones clásicas de nuestro medio, la Voz de la Universidad de Antioquia y la estación de la Cámara de Comercio, en la formación de la sensibilidad musical del público de Medellín, de una ciudad que merece y valora la mejor música del mundo.

¿Qué sería de los seres humanos sin la música? ¿Y de los oyentes, sin las emisoras culturales y sin la cincuentenaria Radio Bolivariana, **la máxima nota**?

