

Apropiación y resignificación de los dispositivos tecnológicos en las radios populares

Autores: Mary Noemí Esther Gardella, Emiliano Venier

Introducción

En el año 1901 un Guillermo Marconi comenzaba a escribir la historia de los medios de comunicación de masas demostrando el potencial de comunicación de la onda hertziana transmitiendo los tres puntos en morse de la letra “s” desde Inglaterra hasta Canadá. Una de las razones que marcó la importancia de este evento fue el hacer posible la primera comunicación inalámbrica global en tiempo real. Sin dudas que Marconi no estaba inventando la radio, pero ese invento constituiría la base de una tecnología que la sociedad de principios de siglo veinte convirtió en uno de los medios de comunicación más potente de historia de la humanidad operar en los cambios culturales y políticos.

En el año 1932, el dramaturgo alemán Bertoldt Brecht planteaba la necesidad de pensar la radio no tanto como un aparato de distribución sino como un dispositivo de comunicación:

La radio sería el mejor aparato de comunicación posible en la vida pública, una vasta red de conductos. Es decir, lo sería si supiera no solo transmitir sino también recibir, dejar que el escucha hable además de escuchar, llevarlo a formar parte de una relación en lugar de aislarlo (Bretch, 1932) .

Ya en aquella época donde la radiofonía buscaba mecanismos discursivos y de gestión para consolidarse como medio de masas, se sabía que la interactividad no era un problema tecnológico sino una imposición ideológica y política por mantener poder sobre el mensaje por parte de quienes ostentaban la propiedad y licencias de los medios. Esta impostura llevó al desarrollo de un modelo de comunicación de masas

vertical con un fuerte sentido de dominación que de a poco fue permeando en los discursos y en las prácticas sociales desde espacios hegemónicos del poder político y económico.

De manera marginal a estas prácticas se desarrollaron experiencias comunicacionales desde organizaciones que tuvieron en la radiofonía una herramienta para promover la movilización y el cambio social. Estas experiencias no solo contribuyeron al desarrollo del campo teórico de la comunicación, sino que enriquecieron las prácticas comunicacionales con nuevas formas discursivas e incluyendo a actores en los procesos de comunicación.

Como vemos ya desde el nacimiento de este dispositivo que llamamos radio se reflexiona sobre la cuestión tecnológica como una herramienta para resolver aspectos como la ampliación de su alcance, las posibilidades de compartir los contenidos, y de generar espacios de participación de la comunidad para romper la distancia entre emisor y receptor que impone la tecnología radiofónica. Desde aquella fecha hasta ahora han transcurrido numerosos cambios tecnológicos lo que ha producido modificaciones en los modos de producción y consumo de los contenidos de los medios. En este sentido la radio ha demostrado una gran capacidad de adaptación y de incorporación de tecnología a su proceso de producción y distribución de contenidos que permitieron mejorar el alcance y la calidad de sus emisiones. Parte de esa dinámica la han aportado las organizaciones o movimientos que adoptaron la radio y las TICs para favorecer procesos de cambio.

A casi un siglo de las primeras experiencias radiofónicas, las denominadas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs) intervienen en casi todos los procesos productivos de los medios de comunicación y de la radio generando nuevas y diferentes prácticas comunicacionales y culturales al servicio de múltiples actores. En este sentido nos referimos a actores que desde posiciones o *espacios otros* a los hegemónicos buscan construir desde lo discursivo procesos de cambio social de grupos subordinados.

La propuesta de este artículo es analizar la relación que desarrollan aquellas radios que llevan adelante como proyecto el cambio social, con las denominadas Tecnologías de la información y la Comunicación, en particular con la Internet.



La pregunta disparadora podría ser de qué manera las radios con proyectos comunicacionales por la movilización o cambio social se apropian de los dispositivos tecnológicos y los resignifican como espacio crítico y de transformación social, y si es posible –y de qué modo- vincular el proyecto político, social, cultural, identitario de una radio popular con las nuevas tecnologías de la comunicación.

Este análisis sobre la apropiación de los usos tecnológicos por parte de las radios populares lo realizamos en el contexto de dos procesos, uno global y uno nacional, cuya confluencia van a determinar la configuración del sistema de medios y la oferta comunicacional a nivel local. El global está representado en lo tecnológico por la tendencia a la *convergencia multimedia* y que se ve favorecido por un proceso que responde a la lógica económica del mercado capitalista como lo es la *concentración mediática*.

En lo local creemos sumamente relevante el reconocimiento del derecho a la comunicación y los alcances definidos por la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual sancionada en el año 2010 por el Congreso Argentino que pone como sujeto de derecho al ciudadano e impone como desafío garantizar que toda la población pueda ejercer ese derecho. En efecto apoyándonos en autores como Guillermo Mastrini - Martín Becerra¹, Luis Lázaro², podemos afirmar que el proceso que dio como resultado la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual constituyó uno de los momentos más significativos de la historia de las políticas de comunicación en tanto permitió situar en la agenda de la discusión política de la Argentina la cuestión de la comunicación y la importancia de los medios y la prensa en la construcción social de la realidad desde una perspectiva nunca antes abordada. Con la sanción de la Ley N° 26.522 el estado argentino se sitúa como garante de los derechos sociales a la comunicación. En este plano la comunicación es comprendida como Derecho Humano Fundamental y por tanto resulta inherente a todos los ciudadanos constituyendo la base para el ejercicio de todos

¹ Mastrini, Becerra et al. "El proceso de regulación democrática de la comunicación en Argentina". Extraído de http://mbecerra.blog.unq.edu.ar/modules/docmanager/view_file.php?curent_file=66&curent_dir=12

² Lázaro, L. (2011). *La batalla de la comunicación. De los tanques mediáticos a la ciudadanía de la información*. Argentina: Colihue.

los demás derechos. Sin práctica comunicativa no es posible cumplir ni exigir otros derechos. Entender el derecho a la comunicación en su dimensión social implica que el Estado no sólo debe garantizar la no censura, sino que además tiene que garantizar condiciones equitativas de acceso al debate público, a la información, a la participación de todos los habitantes en todo el territorio. Asimismo debe no sólo garantizar el derecho a la libertad de expresión individual sino a la libertad de expresión colectiva en términos de pluralidad efectiva.

Esta concepción de la comunicación que de alguna manera es puesta en valor por el nuevo marco normativo está vinculada a la definición del interés público de los servicios de comunicación realizada por fuerzas sociales provenientes principalmente de sectores de la sociedad civil con el acompañamiento de parte de los poderes de estado, profesionales, y algunos sectores empresariales. Es así que la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual se sostiene en tres ejes centrales del paradigma de los derechos humanos: libertad de expresión; pluralismo y diversidad; y atención a grupos en estado de vulnerabilidad.

Estos ejes constituyeron una novedad en la definición del interés público realizado en distintos momentos de la historia de las políticas de comunicación, y una clara diferenciación de las intervenciones fuertes que el estado argentino realizó en los últimos 30 años sobre el sistema de medios de comunicación audiovisual. En este sentido consideramos en primer lugar la ley de la dictadura militar y basada en doctrina de la seguridad nacional –aunque con carácter privatista-, y en segundo lugar el proceso de desregulación o “re-regulación” (Mastrini y Mestman, 1996) y privatización instaurado durante la década menemista. Si bien el primer momento de intervención se definió por el control del Estado, y el segundo momento permitió la liberalización del sistema para beneficiar a los actores privados, es necesario entender los dos momentos como un proceso que tuvo como primera fase el vaciamiento simbólico de la sociedad civil como espacio de construcción, y la sustitución de la función cultural reproductiva del estado por parte del capital (Ramón Zallo en G. Mastrini, 2005).

La radio y la internet en la construcción de un nuevo modelo comunicacional

La radio puede ser considerada como el primer medio de comunicación de masas que para su funcionamiento y consolidación adaptó las tecnologías de usos sociales para configurar una lógica discursiva en la construcción sus mensajes. El fenómeno de la convergencia, si bien ha sido conceptualizado en los setenta y con una nueva impronta digital durante los noventa, no es un fenómeno nuevo ya que si analizamos la configuración de la radio como medio de comunicación social, la incorporación del teléfono y el fonógrafo al proceso de producción de contenidos puede ser comprendida como un fenómeno de convergencia multimedia³ o como sistema (Fernández, 1999:47). Ahora bien, no podemos negar que las tecnologías de la informática y la internet le han dado un impulso notable en calidad, diversidad, penetración y alcance que ha resignificado el concepto de convergencia y nos permite hablar de un modelo emergente de la radio en el marco de las TICs. Sin embargo la utilización de Internet en radio implica no solo de páginas web y correos electrónicos, sino una serie de herramientas que permite mayor capacidad de almacenamiento de audios, sistemas de ordenamiento y búsqueda, posibilidad generar redes y vínculos con otras organizaciones, posibilidad de construcción colectiva de conocimiento y contenidos, difundir mayor cantidad de información, etc. En el ámbito de la comunicación alternativa a los espacios de la hegemonía, las tecnologías han logrado interpelar a quienes trabajaban en la construcción de medios participativos con las posibilidades, potencialidades y facilidad de acceso. Es que este modelo emergente se adapta a las prácticas de uso de internet y las adopta para reformular la participación de las audiencias e impulsar la interactividad a través de las tecnologías dando paso a un nuevo modelo del diálogo y la participación.

Este modelo convergente de la radio es denominado por algunos como el modelo de la ciber-radio. Para Mariano Cebrian Herreros los modelos de la ciberradio muestran múltiples variables las cuales obedecen a las posibilidades tecnológicas de cada radio en diferentes momentos pero también de la conceptualización que cada radio tenga respecto a la interacción. Para identificarlas y caracterizarlas Cebrian Herreros plantea la

³ Cebrian Herreros, M. (2001). *La radio en la convergencia multimedia*. España: Gedisa ed.

necesidad de diferenciar en primer lugar interacción de interactividad. La interacción tiene un carácter comunicacional entre personas, la interactividad refiere a operaciones de interacción con la máquina (Cebrian Herreros, 2008: 39).

La interactividad rompe los modelos tradicionales de difusión para convertirlos en modelos de diálogo. Cebrian Herreros sostiene que la interactividad radiofónica va más allá de la interacción entre las personas y se requiere para hacerla posible tratamientos informáticos que pongan en contacto a una persona con la máquina y la información o a dos personas que se alternan en la función de Emisor y Receptor tradicionales para convertirse en usuarios interactivos mediante sonidos (Cebrian Herreros, 2008: 45-46).

Algunas de las características señaladas por Cebrian Herreros respecto a la interactividad radiofónica son, en primer lugar el intercambio de papeles en los usuarios ya que en unos casos es el emisor quien inicia el proceso, en otros se abren diversas opciones para la producción por parte del receptor. Otra característica es que los contenidos son configurados de manera abierta para su ampliación y modificación por personas o para el intercambio. Son contenidos que se elaboran en el momento o se almacenan para que alguien en algún momento interactúe con ellos. También es relevante para el análisis la modificación de los espacios-tiempos en el uso de los contenidos (Cebrian Herreros, 2008: 46-47).

Ahora bien, si nuestro objetivo es analizar la apropiación de tecnologías por parte de las radio populares, debemos atender a la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER) y a la Asociación Mundial de Radios Comunitarias cuando en sus documentos de trabajo sostienen que “es fundamental observar la importancia de la discusión sobre las tecnologías para los proyectos comunicacionales, pero al mismo tiempo es igual de importante rechazar las imposiciones tecnológicas que olvidan que las tecnologías son construcciones sociales” (ALER-AMARC: 9) y en esta línea la misma radio puede dar cuenta de su configuración como medio de comunicación o como práctica cultural a partir de la apropiación social de una tecnología que en su creación estaba prevista para otros fines.

Las radios comunitarias en el contexto de la convergencia

Las radios comunitarias constituyen el ámbito propicio para la incorporación de nuevas tecnologías puesto que son ámbitos de experimentación en comunicación. Esto en parte se debe a que se dieron espacios articuladores entre la producción radiofónica y ámbitos de la producción del conocimiento y del desarrollo de la tecnología, como por ejemplo el software libre. (Gastón Montells, 2010)

El fenómeno de la convergencia interpela a las organizaciones de la sociedad civil a apropiarse de las tecnologías para dinamizar los medios tradicionales y de esta manera proponer un modelo radiofónico que permita fortalecer los procesos de transformación. Existen radios que tienen un proyecto comunicativo participativo y un proyecto político transformador. Gestionadas por los más diversos colectivos como cooperativas, pueblos originarios, jóvenes, movimientos sociales, periodistas, vecinos y estudiantes, son radios que incluyen contenidos asociados a las comunidades a las que pertenecen y ponen en discusión los relatos hegemónicos. Además son las que informan y educan allí donde las empresas comerciales no ven mercados rentables.

La Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual sancionada en octubre de 2010, posibilita y habilita que en la titularidad de las licencias también esté contemplada la sociedad, asignando el 33 por ciento del espacio radioeléctrico a las organizaciones sociales sin fines de lucro a través de formas asociativas que conforman genéricamente las *radios comunitarias*. Asimismo incluye como sujetos de derecho a la comunicación a los pueblos originarios, aunque igualándolos en su consideración a los organismos del estado (que tienen asignado un 33% del espacio) respetando el tratamiento que les asigna la Constitución Nacional como pueblos preexistentes a la conformación del Estado argentino. De esta manera, al consagrar el derecho humano a la comunicación como el eje central de todo su andamiaje jurídico, esta ley instala una

política cultural dialógica con pluralidad de voces que democratizen las palabras e impida la concentración monopólica de los dispositivos.

Esta cuestión de la concentración monopólica constituyó uno de los elementos fundamentales en los que se apoyó la discusión pública. Siguiendo a Mastrini, podemos caracterizar que en la región latinoamericana, 4 grupos manejan en promedio el 80% de los medios de comunicación. Esta concentración responde a 4 formas:

- Concentración de propiedad: pocas empresas que manejan muchos medios.
- Concentración geográfica: los medios de mayor alcance están en Buenos Aires y desde allí manejan repetidoras en el resto del país.
- Concentración publicitaria: pautas que son direccionadas por pocos grandes medios que funcionan como voceros de sus anunciantes.
- Concentración tecnológica: pocas empresas que controlan nuevas tecnologías y a través de ellas, también la producción de contenidos. Igualmente sobre el mismo soporte se brindan varios servicios (triple o cuádruple play).

Si bien la ley no condiciona contenidos, plantea exigencias que tienen que ver con la producción local, la producción propia y la producción nacional con un piso del 30%. Establece claramente que en las radios privadas un 70% tiene que ser producido en el país y que un 50% de esos contenidos tiene que ser producción propia, incluyendo aquí noticieros o informativos locales.

Considerando que las radios comunitarias son ese animador socio-cultural con actores, espacios, proyectos, agendas y estrategias de comunicación, que manifiestan ciertas identidades, ya sea de manera emergente o cristalizada, de la cultura donde están insertas, se impone el gran desafío de construir un gran tejido social, profundo y extenso, para que en su intercambio se ofrezcan diversas miradas sobre una misma realidad.

En la construcción de estas identidades, no puede desconocerse que las radios comunitarias, como actores de las organizaciones sociales, están atravesadas por las

lógicas tanto del estado como del mercado. El entrecruzamiento de estas lógicas genera una lógica diferente que apunta a la participación de la comunidad y a la construcción de ciudadanía en la región donde se encuentran insertas.

Con ese objetivo, la producción de *lo local* nos acerca a una noción de territorio que excede al espacio físico para instalarse como espacio de construcción de sentido de la gente que lo habita, con sus problemáticas colectivas. Y también nos permiten acercarnos a una concepción de radio comunitaria que excede al carácter de *herramienta* para considerarla como parte de una visión estratégica de cambio social que supone viabilidad económica, política, cultural, social y tecnológica.

Precisamente pensar lo tecnológico o lo multimedial será siempre una cuestión conceptual y no instrumental porque tiene que ver con cómo nos paramos ante las transformaciones histórico-sociales. Como en la tecnología no alcanza con lo real, necesitamos construir otra cosa a través del lenguaje. Pensar las radios comunitarias como organizaciones definidas por las “conversaciones a que da lugar”, es una hermosa imagen que nos remite también a la red que facilita la convergencia multimedial como una conversación de muchos...para muchos.

Esto tampoco puede estar ajeno a la sostenibilidad y sustentabilidad de las radios comunitarias. Por lo pronto, estas radios han ido construyendo su propia idea acerca de cómo sostenerse. Y en ese camino han comprendido que una radio sin relaciones con su comunidad -geográfica, cultural o social- no puede sostenerse por sí misma, como tampoco si no tiene la capacidad para asegurarse los recursos necesarios que permitan su funcionamiento y el cumplimiento de sus objetivos. Es lo social la principal sostenibilidad de las radios comunitarias. Pero el cómo se relacionan y qué acuerdos se establecen entre lo social, lo económico, lo político, lo cultural y también lo tecnológico, dará cuenta de la capacidad para intervenir y transformar la realidad.

Como dice Ernesto Lamas, de AMARC (Asociación Mundial de Radios Comunitarias)

Muchos años de historia avalan estas experiencias de comunicación. Miles de personas participan en estas radios. Con su trabajo, muchas veces voluntario, están haciendo ahora mismo una comunicación que moviliza, que cuestiona los estereotipos, que fomenta el pensamiento crítico, las acciones por la justicia, la memoria, las resistencias. Muchas redes nacionales, regionales, mundiales permiten que estas radios se organicen para ser más fuertes y encontrarse (Lamas, 2010).

Estos procesos deben ser, por la historia y por la nueva ley que las interpela, asumidos y profundizados por las radios comunitarias, como una posibilidad cierta de generar espacios reales y simbólicos donde la gente pueda pensar su realidad y construir el camino para sus sueños más anhelados.



Bibliografía

ALER-AMARC. "La radio popular y comunitaria en la era Digital". Documento de trabajo. Extraído el 18 de agosto de 2011 de http://www.vivalaradio.org/nuevas-tecnologias/PDFs/NTICS_reflexiones_10era-digital.pdf

Brecht, B. (1932). "La radio como aparato de comunicación" en Gumucio-Dagron y Tufté (2008). *Antología de comunicación para el cambios social: lecturas históricas y contemporáneas*. Bolivia: Plural editores.

Cebrian Herreros, M (2008). *La radio en internet*. Argentina: La Crujía.

(2001)*La radio en la convergencia multimedia*. Editorial Gedisa.
Barcelona

Cohen D. –Pereyra M. (2010) *Lenguajes de la Radio*. Colección Vocación de Radio. Córdoba. Editorial Brujas.

Fernández, J. L. (1999). *Los lenguajes de la radio*. Argentina: Atuel.

(2008). *La construcción de lo radiofónico*. Argentina. La Crujía

Lamas, E. (3 de noviembre de 2010). "Radios comunitarias, comunicación planetaria". *Página 12, La ventana*. Extraído de <http://www.pagina12.com.ar/diario/laventana/26-156180-2010-11-03.html>

Mastrini, G. (2005). *Mucho ruido pocas leyes. Economía y política de comunicación en Argentina (1920-2004)*. Argentina: La Crujía.

Mastrini, G. y Mestman, M. (1996). "¿Desregulación o re-regulación? De las derrotas de las políticas a las políticas de las derrotas", en *Cuadernos de Información y Cultura*, N° 2, Madrid, Universidad Complutense de Madrid.

Montells, G. (2010). "Radios Comunitarias y el impacto de las nuevas tecnologías" (entrevista audiovisual del Centro Peruano de Estudios Sociales). Extraído el 10 de marzo de http://www.youtube.com/watch?v=XOq9w_qQEyQ

Sanguinetti S. (2009) *Los sistemas expresivos del Lenguaje Audio*. Córdoba. Escuela Ciencias de la Información UNC.