

Revista Latina de Comunicación Social

La Laguna (Tenerife) - marzo de 1998 - número 3

D.L.: TF - 135 - 98 / ISSN: 1138 - 5820

---

## RADIO

---

### Tipologías radiofónicas y una propuesta sistémica

(6.136 palabras)

**Lic. Irving Berlín Villafaña ©**

Director de Radio Universitaria

Universidad Autónoma del Yucatán (Mérida, México)

La radio en el seno de los estudios massmediáticos tiene su historia particular; sus mitos y héroes propios; su capital. Contra el uso inequívoco, generalizado y casi neutral de modelos teóricos aplicables a cualquier medio de comunicación, se ha desarrollado una tendencia que adapta aquellas generalidades a las especificidades tecnológicas, lingüísticas y estructurales de cada uno de los soportes que permiten la existencia del llamado sistema de comunicación social. Así, el carácter revolucionario o de control de cada soporte -televisión, radio, etc.- se manifiestan de manera muy distinta según su naturaleza, capital, debate al interior del campo y uso social.

Desde sus inicios, la radio ha contado con una tradición de intelectuales y experiencias centradas en su uso educativo y/o contestatario frente a la razón que las justifica a ambas, el monopolio estatal. Entre los primeros, Bertolt Brecht analizó algunos de los aspectos más importantes de la naturaleza radiofónica y de los problemas que planteaba situándose a la izquierda de Fráncfort, muy cerca de Walter Benjamin.

Bajo un esquema de análisis que contemplaba la estética, la ética y la política del nuevo medio de comunicación, la teoría de la radio de Brecht supera las tesis de la reproducción mecánica del arte encontrando en la radio un lenguaje estético que debe ser algo más que la sustitución de los canales de transmisión. Es decir, que el comportamiento original del medio como prolongador o amplificador del teatro, la música, la sala de conciertos o de conferencias, el aula de clases o las redacciones de los periódicos debía ser superado al definirse un nuevo vocabulario, una nueva sintaxis a partir de los signos que pueden ser transmitidos a través de él. Carece de sentido, decía Brecht, que la radio se limitara a reproducir la música como divertimento o fondo para radiocomedias, si puede, además, crear con sus propias reglas y acercarnos a los problemas reales de manera inmediata "conectando las fuerzas desconectadas por la ideología dominante". Es más, la producción radiofónica debía reunir la estética y la ética a fin de asumir sus responsabilidades de instrucción de los grandes grupos sociales no ya desde los roles paternos o unilaterales, sino en un proceso de interacción donde tanto el emisor como el receptor tengan su momento de aprendizaje y de enseñanza. ¿Cómo se puede utilizar el arte para la radio y la radio para el arte? Entre las posibilidades de la tecnología está el mezclar signos diversos (canciones, coros, ruidos del agua y los motores) así como diversos roles dramáticos que hagan del oyente un ser dual que pueda también emitir, aprendiendo la disciplina del diálogo y de la participación tan importante para los asuntos públicos. El medio no es reproductor ni mero distribuidor de información, sino fundamentalmente un medio de comunicación. Esto lo hace valioso para esta pedagogía de lo estético tanto como para el replanteamiento de las relaciones con el poder.

Más allá del arte universal y sus obligaciones de autonomización y libertad por encima de los condicionamientos económicos, la radio se sitúa en el contexto del poder aunque no desdeña, como tampoco lo hace el arte brechtiano, el mercado. Entonces, la utopía sería posible en el momento en que la radio fuera voz de todos, expresión interesante de los intereses del pueblo y esfera del diálogo y el debate de los asuntos públicos ya que puede enfrentar productores con consumidores, políticos y ciudadanos; artistas y empresarios haciendo mensajes valiosos que sean vendibles, intercambiables en cualquier situación.

A principios de siglo, con esta tesis, nace la comunicación alternativa centrada en la reversibilidad de los polos de producción y recepción, en su posibilidad dialogal y argumental a contratiempo de otros planteamientos que ven en la radio un medio "unidireccional, unisensorial y fugaz" dadas sus características técnicas (Kaplún, 1978: 58). Así, contra esta tesis que subordina los usos sociales a la naturaleza del soporte tecnológico se levanta otra que toma cartas de posesión de un nuevo medio poniéndolo al servicio de cada uno de los oyentes que, amén de oír, pueden participar en la construcción de los mensajes transmitidos a través de otros canales o soportes de comunicación como el teléfono o el correo postal.

Aunque la tesis se remonta a la década de los 30 y sus primeras experiencias se dan casi de inmediato, no es sino hasta los años 70 que cobra su viva importancia con las radios independientes italianas, con las emisoras comunitarias en América Latina, con los transmisores piratas y de subversión que acompañan los movimientos de liberación sea en Argelia, Cuba o Centroamérica.

En Italia, por ejemplo, el agotamiento del sistema político y sus medios estatales permitió en la década de los 70 una insurgencia radiofónica con un nuevo modelo de periodismo civil basado no en el control discreto de las voces que se transmiten a través de los géneros existentes, sino la apertura del canal a la expresión de todas las voces a través de las redes telefónicas. Al margen de la RAI y su voz oficial y acartonada, las radios libres -acéfalas y descentradas, diría Umberto Eco- dieron cauce a la multiplicidad cultural y política de la sociedad italiana provocando cierto caos en la recepción de ondas hertzianas, dado que la anarquía de frecuencias, nacimientos, transmisiones y potencias, facilitaba el caleidoscopio de la información. Se podía ir por auto -dice Eco- en el centro de las ciudades y percibir un cambio automático de frecuencias que se sobreponían unas a otras en franca batalla exponiendo a veces la misma música; otras los debates políticos de la izquierda, el centro o la derecha católica fascista, los comunistas, socialistas y hasta las tendencias más excéntricas como los mao-dadaístas de la Radio Alice ampliamente documentada en la historia de este movimiento.

La subversión del orden no fue únicamente en los ámbitos del lenguaje (formado por música, locutores, voces del público y el reportero de la calle orientado por la posibilidad de mezclar géneros, formatos, poemas e información) sino también en los terrenos jurídico-políticos y sociales. Se cuestionó seriamente el monopolio estatal sobre los medios, así como las posibilidades regulatorias de un estilo radiofónico directo y espontáneo, que puede ser poseído por cualquiera, haciendo difícilísimo atribuir responsabilidades a una persona determinada; presentar pruebas testimoniales y de acusación en medio de chorros de información y emisores anónimos. ¿Y qué decir de la legitimidad de las reglas que otorguen el derecho de decir a través de la radio y de censurar conforme patrones muy diferentes de los que se dan en la prensa?

La radio es un medio invisible y permanentemente en lucha con el encanto de la televisión, el prestigio de los medios impresos y la diversión que ofrecen el cine y otros lenguajes audiovisuales; lucha que se pierde en diferentes ámbitos pero que se gana en otros. Contra el argumento que muestra a la TV como el instrumento de la transnacionalización y la estandarización del gusto, la radio representa posibilidades más inmediatas de negociación simbólica con los diversos sectores sociales -exclusión, inclusión o mediación de valores globales en el plano de grupos sociales particulares- de segmentación de audiencias mucho antes de que esto fuera posible a través del cable y los soportes digitales; la expresión política o cultural de minorías sociales y el descentramiento del poder informativo en modelos participativos. Su cercanía doble con el oyente -la oralidad y el desarrollo regional del medio- le otorgan un factor adicional de legitimidad y calidez frente a otros de presencia nacional o internacional.

Esta condición le ha permitido desarrollarse a través de diferentes modelos de comunicación que van desde las radios como industrias hasta las radios piratas, libres, comunitarias, educativas, universitarias y experimentales. Esta diversidad de usos sociales del mismo soporte tecnológico es favorecida desde luego por la facilidad en el acceso a sus herramientas de transmisión, producción y circulación y también, a su bajo costo. Según un estudio realizado por CIESPAL y publicado en 1993, las estadísticas en 19 países de América Latina y el Caribe señalan que existen 5,876 estaciones radiofónicas que dan servicio a un total estimativo de 127,444,000 aparatos receptores haciendo un índice promedial de 315 estaciones por cada mil habitantes. Del universo completo de emisoras, el 85.4% corresponde al modelo de radiodifusión privada o comercial haciendo un total de 5,018, el 7% es de propiedad estatal, representando un 411 estaciones; el 2.8% de la iglesia, con 165 y el 2.9% (170 estaciones) a propiedades diversas como sindicatos, asociaciones, universidades, organizaciones campesinas, etc. Un pequeño número de estaciones (113) no aparecen registradas en ninguna de las formas de propiedad que se han descrito anteriormente. Aunque la tendencia del panorama radiofónico muestra un clarísimo dominio del formato comercial, la "otra radio" representa en conjunto el 12.7% de la oferta de los cuadrantes, siendo ésta de naturaleza educativa, comunitaria, popular, universitaria, oficial-institucional y religiosa. Este hecho pone de relieve la relativa independencia del medio hacia el mercado comercial y la heterogeneidad de estructuras administrativas, contenidos e intencionalidades, así como diversas concepciones sobre el qué hacer radiofónico, la producción y sus audiencias. También manifiesta la indeterminabilidad de los elementos tecnológicos utilizados tanto para la producción, transmisión y recepción de mensajes sonoros que van desde la radio abierta, restringida, hasta los casetes, grabaciones o altoparlantes comunitarios. Esta heterogeneidad es aún en los tiempos de privatización neoliberal su fortaleza y su signo de complejidad.

### La radio en América Latina y el Caribe



Así, la radio alternativa, ha pasado por interesantes procesos y revisiones sobre su propia identidad, diferenciación y concepción, entrañada en la búsqueda de su propio capital, terminología y métodos de estudio y producción. Interesantes son, por ejemplo, las discusiones iniciadas por María

Cristina Mata desde el seno de ALER y las tendencias mostradas desde la AMARC sobre la concepción de las radios comunitarias.

En lo general, las radios comunitarias han sido definidas a partir de un análisis de: a) la propiedad colectiva de la emisora y su inserción en la comunidad a la que sirve, b) los modos de producción que la constituyen y sus rasgos de experimentación o profesionalización, c) la descentralización en la toma de decisiones importantes del medio sin excluir las posiciones de las minorías, d) los contenidos programáticos regionales y de interés comunitarios y con el reflejo de la diversidad cultural de los subgrupos que forman el todo social, e) las estrategias discursivas y el estilo de presentación de las emisiones y f) incorporación de mecanismos de interacción o de reversibilidad de los roles emisor-productor y receptor-productor como dispositivo democratizador y de garantía de acceso plural de los oyentes en las emisiones de las radios. Estas características, sin embargo, no alcanzan para definir todas las especificidades de los modelos radiofónicos que engloba, en la medida que las intencionalidades o configuraciones de los rasgos pueden distribuirse de manera diferente según se trate de emisoras populares, religiosas, educativas, universitarias o experimentales o incluso, desde las mismas radios comunitarias más puras en algún estado de su evolución y otro diferente, como el caso de las emisoras norteamericanas de servicio público que se han transformado notablemente en la época Reagan.

Entre las diferencias esenciales que señala esta autora están la intencionalidad política de las emisoras populares que, a diferencia de las netamente comunitarias, buscan trastocar o coadyuvar a los procesos revolucionarios y de cambio que se dan en sus poblaciones inmediatas. En estas radios, la sensibilización correctiva sobre los problemas de la urbanización y la restitución de los lazos solidarios destruidos por la sociedad industrial no es el fin último, sino la construcción de un estado político, social y cultural diferente. La relación con el poder constituido, en consecuencia, marca una de las más importantes diferencias entre Radio Pacífica fundada en 1946 en los Estados Unidos y las Radios Mineras de Bolivia, para poner dos casos muy documentados y conocidos. ¿Y qué decir de las emisoras religiosas y/o educativas que intentan promover el desarrollo social, espiritual y político a través de una intencionalidad triple que incluye la evangelización y la alfabetización como instancias de emancipación espiritual y cultural y, simultáneamente, el apoyo a las liberaciones económicas y políticas? ¿También pueden englobarse en el mismo patrón a las estaciones de educación formal a distancia o al proyecto radiofónico universitario?

"No es lo mismo trabajar en pro de la expresión de las mayorías excluidas de la posibilidad de intervenir en la escena pública, que competir con un monopolio comercial o estatal de radiodifusión. No es lo mismo regresar a lo local en búsqueda de una nueva integración que recree la solidaridad global, que un regreso particularista que nos aleja definitivamente de las posibilidades de entender la realidad más vasta en la que lo concreto adquiere su sentido" (Mata, 1993: 58).

Ante la fragmentación del análisis y la posibilidad de concebir a la radio no comercial como tantas experiencias existen en el continente, ha habido otros intentos por sistematizar los criterios que sirven para la tipología, como lo han hecho Gómezjara en México; Sánchez Pérez, en Costa Rica o el modelo de Vellequia para el vídeo.

El investigador español José Sánchez Pérez, quien observa 5 criterios de clasificación (soporte de transmisión, programación, audiencia, financiamiento y propiedad y características del personal) afirma la existencia de las siguientes formaciones radiofónicas: A).- Radio internacional, que funciona en onda corta dirigida a clases medias y altas con buenos receptores, hábitos de audiencia bien definidos, operada fundamentalmente por los gobiernos, instituciones educativas o religiosas y de alta profesionalidad comunicativa. B).- Radio nacional, reflejo de la tendencia europea de los medios como la BBC y que programa normalmente música clásica, noticias, arte, programas de historia y literatura y programas de transcripciones de otros países. El financiamiento es gubernamental, salvo casos excepcionales como Radio Nacional de Chile que tiene un régimen mixto: comercial-gubernamental. C).- Radio comercial, que produce y transmite programas de interés general como música y noticias, dependiendo su financiamiento de los comerciantes y publicistas. D).- Radio confesional tiene la intencionalidad de evangelizar, de transmitir las verdades religiosas a veces fundidas con el entretenimiento que puede ser laico o religioso. E).- Radio educativa, cultural y de servicios, son emisoras universitarias o gubernamentales, dirigida a públicos medios o altos, como la radio pública americana. También puede dirigirse a grupos de bajo nivel, como Radio Educación en México que tiene formato más popular. F).- Radio popular, son emisoras para defender a grupos desposeídos frente a los grupos dominantes, ofreciendo orientación en materia legal, económica, etc. Se llaman a sí mismas de comunicación participativa, dado que la audiencia produce lo mismo que consume; son emisoras de equipamiento técnico deficiente y uso menos profesional de los conocimientos comunicativos. G).- Radio clandestina, tiene funciones diferentes de las establecidas por la ley y está ubicada dentro de un movimiento de transformación social y del estado. Son emisoras de onda corta en su mayoría.

Otras tipologías, como la del Dr. Francisco Gómezjara, parten de la institucionalización de las emisoras y su desenvolvimiento bajo estrictas normas de funcionamiento, reguladas por una legislación pública y una vigencia gubernamental permanente. Estas emisoras, sean de financiamiento público o privado, suponen el reconocimiento de utilidad social que lleva a fundar una institución permanente, uniforme y sistemática.

Las emisoras institucionales pueden servir a establecimientos públicos o privados "destinados a generar y difundir el discurso oficial de los centros de poder gubernamental, económico e ideológico" aunque existan importantes matices que van desde las radios-portavoz, hasta aquellas de servicio público que, creadas por el estado, buscan brindar un servicio a la sociedad poniéndose el énfasis en las necesidades del oyente más que a las del emisor (Gómezjara, 1995).

El segundo tipo de emisoras, las autogestivas o populares, son producto de coyunturas específicas de la sociedad civil que nacen como respuesta ciudadana al estado para atender necesidades propias grupales, regionales y comunitarias, bajo un esquema autónomo de organización, cuyos fundamentos pueden estar dentro o fuera de las legislaciones existentes en cada país. Al ser organismos contestatarios y obedecer a imperiosas necesidades de comunicación social, no siempre son legales aunque tampoco tiene porqué ser ilegales. Antes bien, son paralegales. Es decir, que no están expresamente reglamentadas por la legislación, pero tampoco están prohibidas expresamente. En cualquier caso, estas emisoras se distinguen no sólo por estas variables fundamentales (su relación con el poder o con la normativa legal), sino a través de sus modos de producción, la caracterización de sus audiencias, la infraestructura tecnológica utilizada y la expresión o defensa de ciertos intereses sociales.

Las radios institucionales pueden ser comerciales, estatales, confesionales o de promoción cultural y reflejar intereses diversos como los de grupos universitarios, campesinos, religiosos o empresariales, mientras que las organizaciones autogestivas van desde las agrupaciones de radioaficionados a la banda civil hasta las radios civiles pasando por la producción artesanal de radiocomunicación utilizada frecuentemente en las comunidades pequeñas y muy alejadas de los centros urbanos.

Nivel / área	Institucional-Oficial	Institucional de servicio	Autogestiva y popular
I.- Modo de producción.	<p>Vertical.</p> <p>Profesionales y especialistas en la fuerza de trabajo.</p> <p>Estandariza el comportamiento y expectativas.</p> <p>Atomiza la audiencia al transmitir a oyentes aislados</p> <p>Conforma individuos pasivos-receptivos-consumistas de los mensajes implícitos y explícitos.</p>	<p>Vertical-horizontal-bidireccional.</p> <p>Especialistas con participación de la audiencia.</p> <p>Une los intereses generales y locales.</p> <p>Agrupar a los individuos.</p> <p>Conforma individuos receptivos-reflexivos</p>	<p>Horizontal-autodireccional</p> <p>La producción es realizada por los propios consumidores.</p> <p>El conocimiento técnico es compartido y socializado equitativamente.</p> <p>Recupera valores, intereses y experiencias locales.</p> <p>Conforma individuos críticos y actantes</p>
II.- Audiencias	Anónimos	Identidad preseleccionada	Comunitario y grupal
III.- Infraestructura tecnológica	Radios AM, FM, OC o sistemas satelitales	Radios AM, FM, OC	Amplificador y bocinas.

		o sistemas satelitales	Radioforo, casetes, grabadoras, circuito cerrado de altoparlantes.
III.- Expresión social.	Comerciales.  Estatales  Campesinas	Radio foro  Radio municipal  Radio universitaria, organizacional o comunitaria	Radios civiles,  populares, libres,  aficionados, banda civil, artesanal, piratas.

Susana Vellequía ha desarrollado un modelo propio de tipología para el vídeo que, sin embargo, puede ser aplicado a la radio sin mayores pérdidas conceptuales. La tesis parte de la interrelación que guardan las estrategias políticas, los modos de producción simbólica, las características internas de los discursos y las modalidades de apropiación en las prácticas de la comunicación social. En consecuencia, las transformaciones de los medios deben contemplar la integralidad del sistema y no variables supuestamente definitorias como la voluntad política, los cambios de la programación, etc.

Este proceso comunicacional, entendido de manera sistémica e integral, se presenta como el cruce incesante y abigarrado de estrategias plurisignificantes, multicondicionadas y contradictorias, creando espacios tanto para la reproducción como para la resistencia dentro de los sistemas de construcción cultural. Para el caso del vídeo, Vellequía propone el concepto de modalidad discursiva, entendido éste como el "sistema de interrelaciones que en cada campo de la práctica comunicativa se establece entre la tecnología, las estrategias de producción/apropiación -de tecnologías y de mensajes- y el lenguaje" (Vellequía, 1995: 165).

Tiene tres dimensiones principales: la dimensión técnica comprende tanto equipos como el soporte, insumos, conocimientos y técnicas aplicados a la producción-circulación-apropiación de mensajes. La dimensión política está constituida por los objetivos, explícitos e implícitos, perseguidos y los modos y relaciones de producción-apropiación de los mensajes y tecnologías. Ellas comprenden aspectos materiales y simbólicos que suponen la presencia de un contexto sociohistórico condicionante, actores sociales, roles e intereses dentro del proceso de la comunicación, formas de organización del campo y de división del trabajo en torno a los procesos de: generación, selección, acumulación, circulación y apropiación de los mensajes, las tecnologías y el capital propio del campo; los marcos referenciales, de carácter simbólico que animan a los actores de las prácticas comunicacionales. La dimensión discursiva analiza el significado de los mensajes, así como los códigos culturales seleccionados desde el campo del emisor para su producción y por los puestos en juego en el campo receptor al interpretarlo o reconocerlo.

Estas dimensiones tienen 4 áreas básicas de competencia que son: a) institucionales, b) comerciales, c) comunitarias y d) independientes que pueden cumplir funciones diversas que van desde la comercialización, promoción, expresión, animación sociocultural, educación, intervención social, recreación, etc.

Considerando al conjunto del proceso comunicacional, el vídeo y la radio pueden definirse como modalidades discursivas cuyas características y sentido variarán de acuerdo al sistema de interrelaciones que se establezcan entre las dimensiones técnica, política y discursiva. Estas variaciones permiten hacer la siguiente clasificación: A) Reproductora, es aquella en la que prevalece el uso del medio como soporte para vehicular/difundir mensajes dominantes producidos en otro medio. B) Productora: produce mensajes directamente en el soporte, como fin en sí mismo y de manera independiente de las funciones que ellos desean cumplir. C) Transformadora: comprende la modalidad productora y la trasciende ya que la producción en el soporte no hace de los mensajes fines en sí mismos, sino que los inscribe en procesos y/o proyectos de intervención social que procuran objetivos de cambio y desarrollo sociocultural.

Pensando concretamente en la radio, en sus signos y estructuración de lenguaje, podemos señalar que existe una modalidad comercial que asume un rol reproductor de materiales fonográficos, anuncios publicitarios y mensajes que repiten y prolongan los géneros, valores y estéticas de los productos, insertos dentro del campo de las industrias culturales dirigidas al entretenimiento y la ganancia. Otra modalidad que podemos llamar transformadora supone la existencia de estrategias orientadas por un proyecto de cambio y modos de producción-apropiación horizontal y participativo, en torno a funciones de animación o promoción, dirigidos a propiciar procesos de organización, interlocución y desarrollo sociocultural y educativo en general. La modalidad productora alude al uso del lenguaje radiofónico para producir mensajes en su propio soporte, aunque las estrategias puedan encaminarse a la reproducción de la hegemonía cultural o al contrario como proponía Bertolt Brecht desde los inicios de la radio.

Estas modalidades radiofónicas cobran cuerpo a través de esferas institucionales, públicas o privadas, que contribuyen a aumentar las posibilidades de mestizaje generando prácticas diferentes que pueden resultar de

específicos modos de entender la misión de las emisoras o del lenguaje radiofónico.

### Dimensiones, áreas de competencia y funciones

Áreas/ Dimensiones	Institucional	Comunitaria	Independiente	Comercial
<u>Política</u> Objetivos Explícitos e implícitos. Contexto legal, histórico, cultural Actores sociales Organización y división del trabajo Marcos simbólicos referenciales	Públicas o privadas	Organizaciones no gubernamentales Sindicatos. Agrupaciones vecinales Comités profesionales	Productores independientes. Artistas Ciudadanos	Empresas, industrias de producción o transmisión
<u>Técnica</u> Equipos, Infraestructura Soportes Materiales Técnicas de producción y circulación				
<u>Discursiva</u> Contenido de los mensajes. Gramáticas de producción y reconocimiento				


<u>Funciones</u>	Educativas; Animación sociocultural; Promoción: Expresión; Venta.
------------------	---

### Mixtos, mimesis y transfusiones

Los medios de comunicación en general, y desde luego la radio, han sido estudiados como un sistema que incluye varias esferas, entre las que destacan: a) los modos de producción y reproducción financiera y discursiva, b) los actores que intervienen en los procesos, c) la naturaleza de los bienes simbólicos producidos, d) las lógicas de consumo y e) las repercusiones de sus mensajes en el plano del orden social. El reconocimiento de tales etapas del proceso no ha sido objeción para enfatizar alguna de sus variables de acuerdo con diversos paradigmas de pensamiento. Quienes han enfatizado la esfera de la producción y el régimen de propiedad han hecho de esta variable el centro del ataque para promover su transformación: tener los medios de producción y revertir las relaciones de productivas, reorientando las claves ideológicas que los han mantenido.

Las consecuencias de esta modalidad analítica están en: a) la apropiación y acceso de la población a los medios de comunicación, inscritos dentro de un gran proyecto para subvertir el orden burgués, b) la producción de formas y contenidos con tendencias ideológicas contestatarias, c) el impulso a modalidades comunicativas subalternas que pudieran coordinar o apoyar los procesos de movilización social y d) la eliminación de la esfera mercantil de los productos massmediáticos a fin de garantizar una utilidad social más allá de la reproducción social del sistema, cuya tendencia se ve amparada en la supuesta soberanía de la audiencia en su esfera íntima de consumo. En fin, una caracterización de medios de comunicación cuyas variables secundarias aparecen amarradas a su enclave ideológico revolucionario basados en el control y la producción y consumo determinados por la lógica de la producción de clase.

En el debate de las ideas y las prácticas, esta tendencia ha sido cuestionada más por lo que ha dejado de atender que por los objetivos manifiestos. Es decir, que la posición político-comunicativa en la radiodifusión en América Latina ha puesto de manifiesto que el acceso a los medios, las conquistas en el terreno de la propiedad o la normativa jurídica y la legitimidad de la lucha frontal, directa contra el poder e incluso, el terror, en los países dictatoriales, no otorga por sí la legitimidad del decir y de la transformación social si no incluye otras variables subjetivas como podrían ser el cuestionamiento al mismo autoritarismo del estado vivido como internalización cultural y reproducido con diverso signo ideológico en las radios llamadas alternativas o a las modalidades comunicantes y los procesos técnicos de producción que hacían de la radio un medio instrumental imaginado para subvertir órdenes, enseñar o promover verticalmente el desarrollo.

Y no porque estas luchas estén cumplidas o no hayan sido válidas en las diferentes coyunturas nacionales, no. Fundamentalmente, porque los escenarios políticos y sociales han cambiado de manera tan dramática inaugurando una nueva situación y nuevos parámetros para evaluar las acciones y lecciones aprendidas en el transcurso. Por un lado, están los cambios en las modalidades comunicativas que han pasado de la concepción instrumental hasta la alternativa llegando actualmente a una relacional que considera a la radio no un dispositivo difusor de sentido contracultural, sino un espacio dialogal y de coproducción del sentido que "coexiste y compite como propuesta de sentido diferenciada pero que niega el campo en el que se inserta o desde el que opera" bajo la innegable presencia del mercado como mecanismo central de la vida social que deja de ser el antagonista inmediato de proyectos radiofónicos no industriales (Mata, 1996: 2). Por el otro y también como parte de las transformaciones de fin de siglo -la globalización de la cultura, la espectacularización de la realidad, el predominio de la ideología del mercado y la recuperación del individuo como actor político- la flexibilidad de las mismas industrias radiofónicas que asumen por la presión civil posiciones inimaginables hace un par de décadas y que van desde la radio hablada hasta el periodismo civil o de denuncia política.

El otro, bajo la forma condicionada del mercado, no estuvo presente en las propuestas radiofónicas alternativas aún cuando las primeras tesis de Brecht recomiendan con claridad su observancia. En su lugar y desde las márgenes del mercado "disparábamos dardos que muchas veces dijimos que no le hacían mella; nos escuchaban los concientizados, la gente nos sintonizaba en tiempos de crisis pero luego se entretenía con las otras emisoras..." (Mata, 1994: 46).

Este descubrimiento muestra el error repetido en varios enfoques analíticos de enfatizar alguna variable del sistema y colgar las otras de manera secundaria, sean éstas de naturaleza económica, estética o tecnológica. Su incorporación al sistema global, como en el caso comentado, repercute tanto en las teorías como en las prácticas al introducir preguntas y respuestas nuevas que dan una problematización más compleja y un resquebrajamiento de la doxa de las

ideologías revolucionarias o del control. En consecuencia, la vieja y primera clasificación de las emisoras en comerciales o no comerciales queda absolutamente superada al liberarse el tabú no sólo de la fuente de financiamiento sino también de la inserción estructural del emisor en los espacios existentes del receptor que juega dentro de las reglas de un campo común a ambos. ¿Cuáles son las repercusiones en la identidad de los proyectos radiofónicos cuya modalidad no podrá definirse sólo a partir de su financiamiento o inserción en el mercado, sino a partir de un conjunto de variables que le den caracterización completa? ¿Qué elementos del sistema y bajo qué lógica de conjunto son útiles para explicar las diferentes modalidades radiofónicas inauguradas con esta transformación?

En el debate sostenido por Cristina Mata con Michel Delorme expresidente de AMARC sobre el deslinde entre radios comunitarias y radios populares se añade una variable adicional al sistema: la intencionalidad o expresión social de las emisoras, como también se reconoce en las tipologías planteadas por Sánchez Pérez o Gómezjara y sugiere recomposiciones en el planteamiento definitorio de las radios comunitarias en tanto emisoras marginales al mercado de medios de comunicación.

En todos los casos, se trata de superar las tipologías unidimensionales a cambio de otras que reconozcan varios elementos sistémicos que organizados de manera diferente puedan producir prácticas diferenciadas. Sin embargo, la asignación de valor para cada uno de los elementos remite muchas veces a prejuicios o marcos teóricos ya superados. Basta observar las tendencias superadas o en vías de superación en las emisoras internacionales que están en pleno proceso de abandonar la onda corta por sistemas satelitales y con contenidos cada vez más regionalizados; las fuentes de financiamiento que haría de algunas radios nacionales, populares y confesionales de naturaleza comercial con transmisiones de interés general con música y noticias o bien las relaciones casi simbióticas que afirma Gómezjara existen entre radios institucionales oficiales y sus públicos aislados y pasivos o entre emisoras de servicio público y su conformación de audiencias receptivas y reflexivas.

Como quiera que sea, las propuestas de Sánchez Pérez y Gómezjara añaden algunas variables fundamentales como la intencionalidad o expresión social de las emisiones, el factor de institucionalización o viabilidad de los medios más allá de los momentos estrictamente coyunturales y las relaciones entre la naturaleza de los contenidos y las respuestas de la audiencia. No obstante, señalan una marcada rigidez entre las relaciones de los elementos cuyas definiciones sugieren antinomias básicas y esquemáticas dejando poco lugar a la variación, como en el caso de aproximaciones de Gómezjara a la radio popular que tiene que ser horizontal por oposición a la verticalidad de las emisiones institucionalizadas comerciales o que las audiencias inscritas en ambos modelos se diferencian en los grados de pasividad-actividad. ¿Dónde poner, por ejemplo, la problemática de la alteridad de los medios como una relación respecto "del otro" que podría hacer de los materiales informativos contruados desde la lógica dominante una contraparte subversiva por medio de lecturas críticas o a medios alternativos que ofrecen en segmentos de su programación barras mimetizadas al esquema comercial? ¿Es válido repetir los esquemas que hablan de la unicidad inmóvil entre emisores-contenidos-receptores sin intentar una aproximación global que analice integralmente los elementos que forman el sistema comunicacional?

La pureza de dichas estructuras contrasta con la realidad dispersa que se vive hoy en la oferta radial y las propuestas híbridas que hacen, por ejemplo, emisoras comerciales participativas y con fuerte ejercicio del periodismo civil o las radios populares a caballo entre los perfiles del entretenimiento comercial y la concientización de clase.

La tarea de clasificación que propone Susana Vellequia para el vídeo -y que sostengo que puede ser aplicado satisfactoriamente para la radio- en cambio, asume de entrada que la estructura es resultado de determinados elementos organizados de una manera específica que no excluye tensiones, luchas o variaciones y que las transformaciones que deben darse en los medios para ampliar su productividad social tienen que ser en todas y cada una de las dimensiones que los conforman.

Contra las tesis del análisis del discurso como una entidad textual aislada de su proceso de producción desarrolla un concepto en donde el discurso no puede estar despegado de las condiciones materiales y éstas tampoco pueden aislarse de las estrategias políticas que dan un uso social específico a los soportes tecnológicos. Así, las programaciones radiofónicas serían la parte sonora y significativa que incluye no solamente los planteamientos creativos de sus productores -sus gramáticas de producción y de reconocimiento- sino también los universos modelantes de índole política, legislativa, cultural, tecnológica y de gestión, quedando los procesos de recepción marcados por claves de codificación y de lectura.

El permiso de aplicación de un modelo creado para la observación de los fenómenos audiovisuales y concretamente del vídeo a la radio deriva de ciertas analogías entre los dos recursos y también porque se trata de una propuesta de análisis para la adaptación social de las tecnologías. Técnicamente, la radio es el soporte electromagnético de transmisión de mensajes a través de una señal eléctrica portadora de sonidos y a su vez, el parque de aparatos que permiten su recepción de manera individual o colectiva. Colateralmente a la tecnología de circulación de mensajes y de recepción se han desarrollado diversos formatos y técnicas de registro, producción y reproducción sonora que inciden en la radio como un medio de información. Los formatos van desde el disco, hasta el casete, el carrete abierto y más recientemente, los diskettes computacionales. Las técnicas, por su lado, pueden ser: a) el mezclado en vivo de diversas fuentes de emisión o reproducción de sonido, con limitaciones propias de la cantidad de signos manejados y la rapidez o inmediatez con la que deben realizarse y b) la edición o montaje del lenguaje radiofónico conforme etapas claramente diferenciadas y adecuadas a ciertos géneros socialmente aceptados. La primera es asimilable a los procesos de producción de la televisión y la segunda, al montaje típico del cine o el vídeo.



Como el vídeo, la radio puede ser, en consecuencia: a) canal de circulación, b) aparato de recepción, c) lenguaje de comunicación y d) modo de producción. Es cierto, sin embargo, que los usos sociales dominantes le han dado al vídeo un peso mayor como medio de producción, mientras que la radio es fundamental como medio de distribución, aunque para efectos del modelo de análisis estas variaciones no son significativas ya que ambas (esfera de la producción y de la circulación) forman parte de una modalidad discursiva y se encuentran presentes en ambos.

Estos usos sociales de los que hablamos no reflejan simplemente las características objetivas tecno-mercantiles de los medios sino que son resultado de importantes mediaciones socioculturales de adaptación o apropiación por parte de sus usuarios. La mediatización de las tecnologías según diversas variables del consumo y utilización social han formulado diversas tensiones y acomodamientos de la naturaleza material del soporte, presentado variaciones que no se aclaran desde la perspectiva dominante y generalizada del análisis y que, incluso, desbordan las definiciones clásicas del medio.

Así, tanto la radio como el vídeo pueden desarrollar estructuras y prácticas que no se reducen al medio de comunicación privado e industrial que conocemos, sino que pueden también ser canales institucionales, independientes y comunitarios asumiendo funciones que van desde la educación, la animación sociocultural, la intervención social, la comercialización y promoción de bienes, pasando por la expresión estética. En suma, se trata de prácticas comunicacionales comprometidas ya sea con la reproducción financiera y cultural de paradigmas hegemónicos, con la posibilidad de insertarse en procesos de intervención social y organización comunitaria con objetivos claros de transformación de un orden social y finalmente, con la innovación del lenguaje y los géneros que habitualmente se despliegan en las industrias radiofónicas.

Estas necesidades clasificatorias derivadas del hecho múltiple de la radio-vídeo reconocen que los procesos de producción, circulación y consumo de los bienes no forman un sistema aislado de la realidad social, sino que cobran sentido por y para la conformación de códigos culturales, multicondicionados y contradictorios.

A riesgo de cometer un reduccionismo, me parece que la aplicación del concepto modalidades discursivas favorece la observación de fenómenos concretos con toda su riqueza y contradicción dentro de un marco mayor que evitaría la dispersión absoluta de propuestas radiofónicas sin posibilidad de generalización. El modelo, así planteado, cumpliría la doble aspiración de registrar y clasificar los hechos particulares en su dinámica social y mantenerse como un esquema capaz de mostrar la aglutinación de lo diverso.

## **BIBLIOGRAFÍA**

Gómezjara, Francisco

Modelos estructurales organizativos de la radiodifusión

Ponencia durante la II Reunión Nacional de Radioproductoras y Radiodifusoras de Instituciones de Educación Superior (fotocopias)

Xalapa, Veracruz, México. 1995.

Kaplún, Mario

Producción de programas de radio

CIESPAL. Colección Intiyán

Quito, Ecuador, 1978

Primera edición.

López Arjona, Ana

Inventario de medios de comunicación en América Latina

Ediciones CIESPAL

Serie: Comunicación en América Latina

Quito, Ecuador, 1993.

Mata, María Cristina

¿Hacer radio es producir realidad?, en :

Revista Chasqui, núm 49, octubre, 1994.

CIESPAL

Quito, Ecuador.

Mata, María Cristina

Modelos en la radio popular educativa

Ponencia presentada durante el Diplomado en Planeación y Evaluación

de Proyectos Radiofónicos

(fotocopias). Universidad Autónoma de Yucatán

Mérida, Yucatán, abril de 1996.

Mata, María Cristina

"¿Radio popular o comunitaria?" en :

Revista Chasqui, núm 47, noviembre, 1993

Sección entrevista

CIESPAL, Quito, Ecuador.

Mata, Cristina et. al.

Lo que dicen las radios

ALER

Quito, Ecuador, 1993.

Sánchez Pérez, José

"Hacia una tipología de la radio en América Latina" en:

Revista Tecnología y Comunicación Educativas. Núm 2.

Febrero-abril de 1986

ILCE. México.

Sánchez Pérez, José

"Area de problemas en la radio educativa (1era. Parte)" en:

Revista Chasqui Núm 10

Abril-junio

CIESPAL

Quito, Ecuador, 1984.

Vellequia, Susana

El vídeo en la educación no formal en América Latina

Agencia Española de Cooperación Internacional

Ediciones Ciccus.

España, 1993

## **NOTAS**

[\[Página principal\]](#)[\[LATINA - 1\]](#) [\[LATINA - 2\]](#) [\[LATINA - 3\]](#)