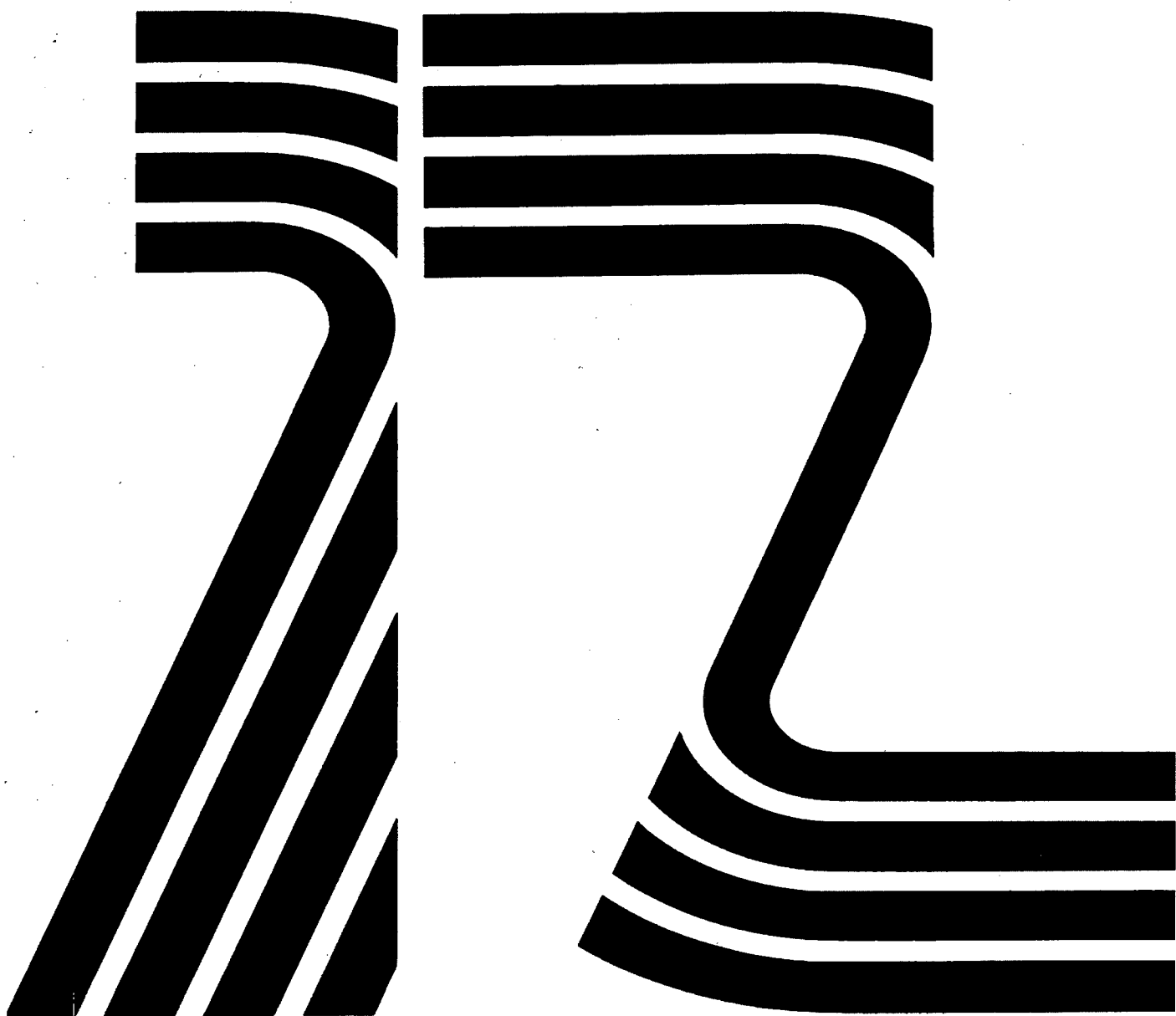


*Una mirada
a la Radio
Internacional
desde la BBC
de Londres*

Globalización



de la Información

Los nuevos protagonistas de la escena mundial, especialmente los medios de comunicación están prontos para la realización de un empeño cooperativo en la lucha por un mejor futuro para todos los habitantes del planeta.

Boutros Ghali
*Ex - Secretario
de Naciones Unidas*

La escena de la familia de principios de siglo sentada al lado de una radio escuchando las noticias, ha variado considerablemente. Hoy forma parte del recuerdo y la nostalgia. No sólo ha cambiado aquel poderoso equipo radiofónico en tamaño, alcance, sino en sus contenidos y en quienes los producen. También cambió el mundo, y las distintas corrientes de pensamiento que explican nuestro modo de estar y de comportarnos en la época actual, de la "ciudadanía global".

Las distintas maneras de aproximarse a este fenómeno abundan. Hay quienes la llaman mundialización, otros globalización —dependiendo de sus inclinaciones teóricas y políticas—, pero lo más importante es asumir que debemos buscar nuevas formas de estar en el mundo y de vernos en él, como bien lo ha señalado en alguna oportunidad Jesús Martín Barbero.

En esa nueva concepción, el debate comunicacional y la responsabilidad de los medios de alcance masivo, no ha estado ausente. Desde las posiciones más conservadoras de la responsabilidad de los medios ante el complejo mundo de hoy, para informar, educar o entretener hasta los más liberales que quieren que el público sea finalmente el que decida y tenga la última palabra.

Ante este panorama resulta conveniente reflexionar acerca de un medio que se ha caracterizado por la inmediatez y por hacer del sonido, la voz y el lenguaje descriptivo sus principales estandartes y recursos que le han valido la preferencia de quienes siguen día a día a la *radio*.

El poder y alcance de este medio de comunicación insertado en una esfera global y local a la misma vez, es decir, un mundo que pretende ser homogéneo, pero en el que simultáneamente sus pobladores también quieren afianzar sus raíces, nos conduce a varias preguntas: ¿cuál es el nuevo papel de la radio en la globalización de la información?, y si a través de ella, ¿se puede afianzar las identidades locales o globales?, y ¿qué debe hacer la radio en América Latina ante ese proceso?

Un buen ejemplo de ello, son los servicios de noticias mundiales, que se debaten diariamente entre transmitir una información local, doméstica de un determinado país o temas de interés globales, como el Sida, la pobreza, o la preservación del medio ambiente. Sin lugar a dudas, un verdadero reto para suplir la cantidad de información que necesitan millones de habitantes, en gran parte del mundo.

Dentro de la oferta de radios internacionales, que funcionan como servicios y puntos de referencia informativa, encontramos a la BBC de Londres, que se ha distinguido en su audiencia por su equilibrio y por ofrecer un más allá de la noticia, a través del análisis. Sumado a la diversidad lingüística: la programación se transmite en más de 42 idiomas.

Ya han pasado algo más de sesenta años desde que la BBC de Londres llegó a América Latina a través de la onda corta. Hoy entra a nuestros hogares -además de la onda corta- por satélite, Internet y por telefonía celular.

Ese nuevo replanteamiento de programación de las radios internacionales, visto desde la óptica del Servicio Latinoamericano de la BBC, nos permitirá analizar cuál es el papel que desempeña este medio en el mundo de hoy, que como hemos

“

El Servicio Mundial de la BBC ha decidido que el idioma español, es uno de los más importantes, aparte del ruso, el chino y el árabe. Tomando en consideración la cantidad de personas que se comunican en este idioma fuera de sus países.

Esa preponderancia que se le ha dado al español se ha visto en los aumentos del presupuesto otorgado por BBC World Service a los proyectos del Servicio Latinoamericano, y en especial su página de Internet: bbcmundo.com

”

señalado anteriormente es global y local a la misma vez.

Esta línea de pensamiento sirvió de contexto, en una conversación que sostuvimos con un visitante de la radio internacional. Se trata de James Painter, Director del Servicio Latinoamericano de la BBC de Londres, quien estuvo en Venezuela recientemente, en una gira por América Latina.

Iniciamos el diálogo, analizando los cambios experimentados durante estos sesenta años de transmisión, y en particular haciendo énfasis en la revolución informática.

– **¿Qué es la globalización de la información en la radio para la BBC de Londres?**

– Son varias cosas. Una es la rapidez. Ahora no puedes esperar por la noticia.

La información debe llegar de forma rápida. La globalización quiere decir que hay abundancia de información. Es un debate muy interesante que hacemos cada semana en la BBC. Yo apostaría que la radio va a seguir siendo una forma inmediata de conseguir información. La gente va a seguir escuchando la radio, a pesar de la Internet. Es muy difícil predecir de dónde llegará la información en los próximos cinco años y si Internet desplazará a la radio. Me imagino que no. Lo que sí es cierto, es que para competir con ese tipo de oferta, la noticia en radio tiene que estar bien hecha. Sonar bien para poder competir con la información de Internet, de celulares, a través de la TV o del cable.

TEMAS DE LA AGENDA ¿MUNDIAL O LOCAL?

Quizás uno de los temas que más llaman la atención cuando se piensa en servicios mundiales de información como la BBC de Londres, es el enfoque que le dan a sus noticias y a sus programas. Y nos preguntamos ¿cuáles son los temas que dominan la agenda noticiosa de la BBC, están en consonancia con lo que se han llamado los temas mundiales: derechos humanos, pobreza, Sida, ambiente?

Al respecto, Painter señaló que *“los temas que se seleccionan tienen relevancia para todo el mundo, y no sólo para América Latina. Hay temas de tanta relevancia como el Sida, derechos humanos, el hábito de fumar. Son relevantes para una persona en Venezuela, Rusia o China”*.

Añadió que si bien la programación de la BBC va dirigida a un público con alto nivel educativo, quienes toman decisión desde sus distintos ámbitos de trabajo, no es menos cierto que en los últimos tiempos se está ampliando la cobertura temática, para aquellos problemas que atañen a los distintos sectores sociales como las migraciones, el consumo de drogas, o la educación sexual. Estos temas son cubiertos a través de programas especiales y reportajes que son realizados con testimonios de la gente afectada, de los especialistas, y por ende van dirigidos a todos los estratos socio-económicos.

Volviendo al punto de la información local o mundial, muchas de las críticas que se hacen de las agencias de noticias internacionales, es la transmisión y búsqueda de información de América Latina, desde Europa o Estados Unidos,

desconociendo las realidades, cultura o diosinocrasia de esos países.

Painter reflexiona sobre esa afirmación: *"nosotros fuimos una corporación muy eurocéntrica. Intentamos cubrir América Latina desde Londres, y fue un poco arrogante. En los últimos cinco años, hemos tomado una serie de decisiones para poder mejorar enormemente nuestra cobertura. En primer lugar, abrimos una oficina en Miami, para estar más cerca de nuestra audiencia. En segundo lugar, aumentamos la cantidad de corresponsales latinoamericanos, en vez de depender de corresponsales que envían sus informes en inglés sobre América Latina, que después nosotros traducíamos. Ahora utilizamos nuestro propio personal. En la actualidad tenemos trabajando 40 periodistas que son parte del staff"*.

El Servicio Mundial de la BBC ha decidido que el idioma español, es uno de los más importantes, aparte del ruso, el chino y el árabe. Tomando en consideración la cantidad de personas que se comunican en este idioma fuera de sus países. Esa preponderancia que se le ha dado al español se ha visto en los aumentos del presupuesto otorgado por BBC World Service a los proyectos del Servicio Latinoamericano, y en especial su página de Internet: bbc.mundo.com

Y LLEGÓ INTERNET...

La llamada red de redes no sólo ha cambiado nuestros hábitos de estudio, patrones culturales y de relaciones sociales. En un medio de comunicación como la radio, ahora se trata de competir. El sentido de carrera contra el tiempo, para ofrecer una misma información sin perder de vista la rapidez, el contenido y el análisis se convierte en un gran desafío para quienes hacen una radio de alcance global.

A lo anterior se añaden los nuevos tipos de lenguaje que se utilizan para escribir noticias para Internet, que luego puedan ser retransmitidas para ser escuchadas por Real Audio.

Sobre este aspecto, señala Painter: *"el tema de debate es que si podemos esperar desde el punto de vista gerencial, que el mismo periodista pudiera proveer la información en forma escrita para la página, un comentario en audio para radio o TV, y también hacer algo más anecdótico o particular como corresponsal para una columna especial del Internet. Mi opinión es que depende de*

periodista. Lo que si es cierto es que se va esperar más del periodista a futuro".

Painter agregó que el tipo de profesional del periodismo de nuestros países que espera la BBC de Londres no es el de "estrella", sino que simplemente sea un ser humano, con respeto a todos los puntos de vista.

En este nuevo contexto en el que se mueve la radio informativa internacional, cabe destacar los esfuerzos que vienen realizando estos servicios de noticias, que como el caso de la BBC están transmitiendo 24 horas información y análisis, en lo que se convierte diariamente en nuevo reto.

Se trata de: *"responder a las exigencias del mercado en América Latina, sin perder los valores editoriales y de programas que le han dado a la BBC su prestigio"*.

VENEZUELA: ¿MERCADO DE NOTICIAS?

Resulta interesante contrastar las opiniones de los corresponsales extranjeros que trabajan para periódicos, revistas o radios cuyo mercado está en Europa o Estados Unidos versus los periodistas que trabajan para agencias de noticias que transmitiendo desde otro continente tienen su público en América Latina.

En el primer caso, las noticias de Venezuela interesan cuando se trata algunos sectores como el energético (petróleo), ambiental o las peleas del gobierno. Para el segundo caso, somos noticia en distintas áreas temáticas que van desde lo político, económico, social o cultural.

Pudiésemos pensar que para algunos medios europeos somos exóticos. Sin embargo, América Latina es una región cada vez es más importante para quienes siguen nuestros procesos sociales a escala mundial.

Para el caso de la BBC el posicionamiento de este servicio informativo en Venezuela ha sido exitoso como mercado nuevo, uniéndose a los ya tradicionales como México, Argentina, o Brasil. En la actualidad el Servicio Latinoamericano cuenta con 23 emisoras venezolanas afiliadas a la señal emitida desde Londres que les llega por satélite.

El apoyo a esta radio internacional ha sido evidente en países como México, Argentina, Colombia, Brasil y República Dominicana.

Quizás la Cancillería Británica -de quien la BBC recibe gran parte de su presupuesto-, a finales de la I Guerra Mundial, no hubiese imaginado las di-

mensiones que cobraría el Servicio Latinoamericano como empresa, que hoy habla el lenguaje del mercado y de Internet, pero sin olvidarse de su activo más importante: la gente.

La revisión de estas experiencias de radios europeas nos hacen pensar en el gran desafío que tenemos por delante. Mirando nuestras radios locales -desde América Latina- si bien hemos avanzado en una radio informativa y participativa, todavía falta mucho por hacer. Nos queda prepararnos para competir con una radio a través de Internet, en el plano tecnológico y desde el ámbito profesional: abandonar las posiciones de periodistas estelares para llegar a un periodismo que esté más cerca de la población. Si estamos buscando esa nueva forma de estar en el mundo de la globalización -desde los medios de comunicación- entonces tendríamos que empezar por el rescate de nuestras profundas convicciones humanistas.

■ Mildred Pineda T.
Periodista, especialista en América Latina, *BBC World Service*

