



La radiodifusión e Internet para

Más de ochenta años han pasado desde que fuera fundada la primera radioemisora del mundo y la radio es, entre todos los medios de comunicación de masas, la de mayor penetración y facilidad de acceso, a bajo costo y con gran flexibilidad, especialmente en los países en desarrollo.

Sus bajos costos de producción y distribución han hecho posible que la radio enfoque temáticas de interés local, interpretando al mundo desde perspectivas locales y hablando en idiomas locales.¹ En América Latina, por ejemplo, mientras la mayoría de la radio se produce local o nacionalmente, sólo un 30% de la programación de la televisión proviene de la región, con un 62% producido en los EE.UU.² El quechua, lengua hablada por 10 millones de personas en Bolivia, Ecuador y Perú, está del todo ausente en las pantallas de televisión de esas regiones. Sin embargo, sólo en Perú un número estimado de 180 radioemisoras ofrecen regularmente programación en este idioma.

La radio también ha desarrollado una infraestructura que debe ser la envidia de cualquier operador de telecomunicaciones en un país en vías de desarrollo. En Sri Lanka, una persona de cada 500 tiene acceso a "la red de redes", pero, virtualmente, todos tienen acceso a la radio. Bolivia tenía menos de cinco líneas telefónicas por cada 100 habitantes en 1996, pero más de 57 receptores de radio por cada 100 habitantes. En el África al sur del Sahara, hay 20 receptores de radio por cada 100 habitantes pero menos de dos líneas telefónicas. Con un Producto Nacional Bruto per cápita de \$800 y \$970 y \$ 880 respectivamente, no puede esperarse que el modelo norteamericano caracterizado por el acceso individual a las telecomunicaciones haga posible que un porcentaje sustancial de Bolivianos, Africanos o habitantes de Sri Lanka puedan acceder a la infraestructura global del conocimiento en un futuro cercano.

La radio tiene una importancia especial en áreas rurales y comunidades urbanas. Además de ser el único medio de comunicación accesible, cumple también con el rol de "teléfono de la comu-

nidad", con muchas horas al día reservadas para la transmisión de mensajes personales, nacimientos, defunciones, invitaciones a fiestas, pedidos de alimentos y suministros a una tienda en la localidad más cercana, el llamado de emergencia médica y aún el consejo y asesoramiento del médico local. En muchas áreas rurales la radio es la única fuente de información sobre precios de mercado para productos agropecuarios y es así la única defensa contra los especuladores. La Radio se utiliza en programas de extensión agraria, siendo vehículo de educación tanto formal como informal, y juega un importante papel en la preservación de la lengua y la cultura locales.

Mientras que en algunos países del mundo consideramos a la radio como un hecho natural, siendo a veces apenas un accesorio más para un automóvil, en otras partes cumple una variedad de roles: es el único medio masivo de comunicación al que la mayoría de la gente puede acceder, es un medio de comunicación personal cumpliendo la función de teléfono comunitario, es escuela, y es el primer punto de contacto de la comunidad con la infraestructura global del conocimiento.

Mixing Media

el desarrollo y la democracia

Si bien los beneficios que ofrece Internet son muchos, el hecho de que dependa de una infraestructura de telecomunicaciones la hace accesible sólo a unos pocos. La radio es mucho más penetrante, accesible y económica. Una mezcla de las dos podría ser una manera ideal de asegurar que los beneficios que otorga Internet tengan un mayor alcance

■ Bruce Girard

El medio radial ofrece un tremendo potencial para promover el desarrollo y la democracia, y a pesar de que muchas radioemisoras han desaprovechado este potencial, la contribución realizada al cumplir con este objetivo ha sido significativa. La radio, relevante, interesante e interactiva, posibilita que comunidades con carencias sean escuchadas, participen del proceso democrático y les permite tener una postura frente a los hechos que moldean sus vidas, mejorando, finalmente, su nivel de vida.

TELECOMUNICACIONES Y PARTICIPACIÓN

Probablemente las tres características más importantes que contribuyen al poder de la radio como medio para el desarrollo son su penetrabilidad, su naturaleza local y su capacidad para involucrar comunidades en un proceso de comunicación interactivo. Internet también se caracteriza por su interactividad y, técnicamente, su potencial en este aspecto es de lejos mayor que el de la radio. Sin embargo si, como muchos creen, un mejor acceso a la información, educación y conocimiento sería el mejor estímulo para el desarrollo, el potencial primario para el desarrollo está dado por ser un punto de acceso a la infraestructura global del conocimiento.

El peligro, ahora ampliamente reconocido, es que el acceso al conocimiento requiere, cada vez más, de una infraestructura de telecomunicaciones que es inaccesible para los pobres. La división digital no tiene que ver con la tecnología, tiene que ver con las brechas cada vez mayores entre el mundo desarrollado y el mundo en vías de desarrollo y entre los info-ricos y los info-pobres.

Los no conectados superan por lejos a los conectados, y aún cuando Internet está introduciendo profundos cambios en el mundo, la gran mayoría de la población mundial no tiene acceso a la Red (y mucho menos a cualquier influencia en los cambios que trae consigo). De los 333 millones de personas estimadas con acceso a Internet (aproximadamente el 5% de la población mundial), más del 75% vive en Norteamérica o Europa, hogar del 10% de la población mundial. Un puñado de países en Asia y el Pacífico cuenta con otro 20%. América latina cuenta con menos del 5% y África con menos del 1%.³ En la mayoría de los países en desarrollo menos del 1% de la población tiene acceso directo a la tecnología que está cambiando al mundo. Con el crecimiento de la econo-

mía global del conocimiento existe el riesgo cierto que la brecha entre los info-ricos y los info-pobres sea cada vez mayor y pueda aniquilar la oportunidad de un orden planetario más justo.

DIVERSIDAD Y CONCENTRACIÓN

Volviendo nuevamente a nuestro enfoque sobre los medios podemos ver que este sector está experimentando también una serie de cambios significativos, muchos de ellos derivados de los mismos factores que están detrás del ascenso de las redes de telecomunicaciones - liberalización, privatización y cambio tecnológico. Sin embargo, la naturaleza de los cambios es sustancialmente diferente. Mientras la liberalización y privatización han creado nuevas oportunidades para nuevos actores en el juego de las telecomunicaciones, para la radio la competencia en aumento simplemente significa un mayor número de emisoras compartiendo el mismo número de potenciales escuchas y la misma porción de mercado publicitario. Puede haber nuevos actores pero no nuevos mercados. Así, mientras los operadores de telecomunicaciones han encontrado la solución expandiéndose hacia nuevos mercados y ofreciendo nuevos servicios, para los radiodifusores la única opción válida ha sido reducir gastos produciendo programaciones más baratas o compartiendo los gastos de producción a través de cadenas, a expensas de perder contenido local y perspectivas alternativas. En muchos mercados de radiodifusión la tendencia ha sido la de reducir o racionalizar gastos pero ello ha aumentado la concentración de la propiedad y el control de los medios. Buscando distribuir sus gastos de producción en un siempre creciente número de estaciones afiliadas, las redes o cadenas más grandes han debido comprar estaciones independientes y otras cadenas menores, utilizando enlaces satelital, relativamente baratos, para unirse entre ellas. En los EE.UU., por ejemplo, esta tendencia ha sido tan notoria que la misma FCC (Comisión Federal de Comunicaciones) expresó preocupación al respecto.⁴

En América del Sur cientos de estaciones de radio que comenzaron a operar cuando el sector fue liberalizado en los primeros años de esta década, se han convertido -desde entonces- en parte de cadenas nacionales y aún internacionales. Según un reciente estudio, en Perú, por ejemplo, tres cadenas satelitales transmitiendo desde la capital a través de estacio-

nes repetidoras por todo el país tienen mayor porción de audiencia en las provincias que las cuarenta mayores emisoras provinciales en su conjunto.⁵ En la Argentina y Brasil los imperios multimediales nacionales de *Clarín* y *O Globo* han construido radio cadenas satelitales que han transformado a cientos de emisoras independientes locales en estaciones repetidoras ofreciendo programas producidos en la capital nacional. Las economías de escala de estas cadenas las hacen técnicamente de gran calidad pero el costo es la pérdida: de opciones, de información local y de acceder a perspectivas alternativas. Resulta irónico que la convergencia, la liberalización y la privatización de las que se esperaba abriesen el espectro de radiodifusión a la competencia y a mayor diversidad de voces, estén de hecho estableciendo un ambiente caracterizado por la concentración creciente en el control de los medios en poder de pocas manos y por la exclusión de voces locales y alternativas.

Al mismo tiempo, los beneficios ofrecidos por Internet son sólo para unos pocos. Aunque valiosos, ningún telecentro podrá alcanzar a tantos, tan fácilmente como la radio puede hacerlo. Si la radio continúa su declinación e Internet sigue creciendo, la brecha entre los que acceden a la información y el conocimiento y los que no la tienen se agrandará.

Por ejemplo, las estaciones de radio locales en comunidades rurales a menudo transmiten los precios de lo pagado en variados mercados nacionales para los productos agrícolas producidos en la comunidad. Esto posibilita a los granjeros saber qué tipo de plantación les redundará en un mayor retorno económico, vender donde mejor les convenga a sus intereses y evitar las eventuales defraudaciones de compradores mayoristas y especuladores. Si la programación local de la radioemisora es reemplazada por programas de la cadena que vengan de la capital, la necesidad de información necesaria sobre esos cultivos locales puede ser ignorada. Al mismo tiempo, existen algunos proyectos bien intencionados que tienen como propósito poner esta información en Internet. Ya que los especuladores de la ciudad son los que tendrían mayores posibilidades de acceder a esa información a través de la Red serían ellos quienes estarían mejor informados que los agricultores locales, los que se volverían así más vulnerables. De todas maneras, si la estación de radio local tiene acceso a Internet, y con ello consigue una vía barata de reunir información

sobre precios en los mercados nacionales de hacienda podrá, consecuentemente, asegurar que esta información sea brindada a los agricultores. En este caso, la radio puede ser la mejor manera de cubrir hasta el último kilómetro la infraestructura de telecomunicaciones.

NEXT-GENERATION RADIO⁶

Nada de esto es para quitar valor a Internet y a la necesidad de expandirla de la forma en que sea posible - ya sea con conexión directa desde la casa u oficina, o telecentros y centros comerciales de llamada ofreciendo acceso a correo electrónico - todo ello es esencial.

En los últimos años, se han comenzado a desarrollar experiencias para generar distintas maneras de combinar radio local independiente y la Internet. Algunos de estos aportes han sido presentados y discutidos en el seminario *Responsabilidad Convergente: Radiodifusión e Internet en los países en vías de desarrollo*⁷, realizada en Kuala Lumpur en septiembre de 1999. Experiencias similares, pero esta vez de América Latina y el Caribe, donde la radiodifusión se ha desarrollado de manera muy diferente que en Asia, serán discutidas en Tampa, Florida en el seminario *Mixed Media/ Medios Enteros: Radiodifusión e Internet en América Latina y el Caribe* <http://www.comunica.org/tampa>⁸ en septiembre de 2000.

Algunos de estos proyectos han tratado de introducir mayor diversidad y un entorno democrático en la programación radial, utilizando Internet como red de distribución para noticias y programas entre radiodifusores independientes. Ejemplos de este tipo son: dos proyectos en Indonesia, que desempeñaron un rol importante al preparar a su sociedad para los recientes experimentos de ese país con la democracia. Kantor Berita Radio 68H - <http://www.isai.or.id>, y Local Radio Meeting Point - <http://www.un.or.id/unesco/localrad/frontpage.htm>; el Banco de Programas On Line del Panos Institute, localizada en Mali con corresponsales en veinte países del África francófona - http://www.oneworld.org/panos_audio/; la latinoamericana Agencia Informativa Púlsar⁹ - <http://www.pulsar.org.ec>, e InterWorld Radio, una asociación del Panos Institute y oneworld.net, que provee diariamente noticias y microprogramas para bajar de Internet y retransmitir por las ondas radiofónicas - <http://www.interworldradio.org>.

Otras como la Kotmale Community Radio de Sri Lanka - <http://www.kirana.lk>, procuran enfocar el problema de la creciente brecha entre info-ricos e info-pobres aportándoles acceso colectivo a las fuentes de conocimiento presentes en Internet, utilizando la radio como una especie de puerta abierta a los recursos de Internet, poniéndola al alcance de las comunidades rurales y marginalizadas.

En el corazón mismo de estos proyectos de *Radio de la Próxima Generación* está la simple pero poderosa combinación de algunas de las más importantes características de la radio y de Internet.

La radio llega a más del 90% de los hogares en Latinoamérica y el Caribe y lo hace desde transmisoras locales, con programas locales y en la lengua y el acento de su comunidad.

Internet contribuye con una vasta acumulación de conocimiento, noticias y opinión ofreciendo así posibilidades inimaginables para convertir al sistema en algo accesible y económico.

La *radio de la Próxima Generación* puede hacer mucho más que extender el alcance de Internet hasta más allá del menos del 1% de la población que actualmente tiene acceso a ella en la mayoría de los países en desarrollo. También desempeña un rol muy efectivo en parte como buscador, en parte como bibliotecario y en parte como periodista, abriéndose paso a través de tetrabytes de información para encontrar lo que es útil para luego interpretarlo - hacer que la información útil sea significativa para sus comunidades.

Tal como *Internet de la Próxima Generación*, la *Radio de la Próxima Generación* no se trata de tecnología. Se trata de políticas, estrategias y tensiones que determinan como se usa la tecnología y de quien son los intereses a que sirve; se trata de nuevas maneras creativas de encarar los problemas relacionados con la divisoria digital; y se trata de las nuevas alianzas y redes que se están formando para promover una visión de una sociedad del conocimiento que favorezca la democracia y el desarrollo. □

Nota del Autor: Versión actualizada de un artículo que apareció en el periódico Voices, Vol. 3, No. 3, Diciembre de 1999, Bangalore, India.

□ Bruce Girard

Organizador y co-presidente del encuentro Converging Responsibility: Broadcasting and the Internet in developing countries, Kuala Lumpur, Malasia, Septiembre 1999 y Mixed

Media/ Medios Enteros: Radiodifusión e Internet en América Latina y el Caribe, Tampa, EE.UU., Septiembre de 2000.

NOTAS

- 1 Aunque hay una tendencia hacia la centralización de la producción radial en centros nacionales y regionales, la mayoría de la programación radial conserva características y contenidos locales con poca penetración de América Latina misma
- 2 UNDP Human Development Report 1999, p. 34.)
- 3 Fuente- NUA Internet Surveys, Junio de 2000 http://www.nua.ie/surveys/how_many_online/index.html. Las estimaciones de la cantidad de personas con acceso a Internet dependen mucho de la metodología y de las definiciones usadas. Los cálculos de NUA están basados en la compilación de docenas de estudios individuales tendientes a medir la cantidad de personas que accedieron a Internet por lo menos una vez en los anteriores tres meses. La metodología de NUA se describe en http://www.nua.ie/surveys/how_many_online/methodology.html tendientes a medir la cantidad de personas que accedieron a Internet por lo menos una vez en los anteriores tres meses. La metodología de NUA se describe en http://www.nua.ie/surveys/how_many_online/methodology.html
- 4 Tanto es así, que en 1999 la FCC introdujo una nueva clase de emisoras de baja potencia en la banda de FM. En su defensa la FCC dijo que los objetivos de la FCC eran proveer nuevas oportunidades para la radiodifusión comunitaria, impulsando oportunidades para nuevos dueños de servicios y promover diversidad adicional en los programas y voces.
- 5 Según un estudio por Organización Peruana de Radio (OPERA). Falta ver que pasará en los recientemente liberalizados sectores de radios de algunos países de Asia y África, pero, al menos en algunos casos, la tendencia parece ser la misma que en América Latina, con un crecimiento explosivo inicial seguido de una etapa de consolidación.
- 6 Internet de la próxima generación (Next-generation Internet - NGI) es usada comúnmente para referirse a la próxima fase del desarrollo de Internet, fase que radicalmente cambiará Internet y su rol en la sociedad. Ampliamente se refiere, no sólo a tecnologías y sistemas, sino también a políticas, leyes, estrategias, expectativas y usos. Para la discusión ver "Understanding Next-generation Internet: An overview of developments", Anthony M. Rutkowski, in Telecommunications Policy, Vol.24, Nos.6/7, Julio/Agosto de 2000 <http://tpeditor.com/contents/2000/rutkowski.htm>.
- 7 Ver la página web de la conferencia en <http://www.comunica.org/kl/>
- 8 <http://www.comunica.org/tampa/>
- 9 Además de su servicio de noticias en lengua española, Púlsar ofreció un servicio en Quechua, la lengua indígena más importante de la región. Este servicio fue discontinuado luego de menos de un año, pero fue un experimento valioso para el establecimiento de una red radial para oyentes de una comunidad minoritaria via Internet.