



Febrero - Abril 2001

La Radio sin Fronteras

Número Actual

Número del

Números Anteriores

Editorial

Sitios de Interés

Novedades

Ediciones Especiales



Carr. Lago de  
Guadalupe Km. 3.5,  
Atizapán de Zaragoza  
Estado de México.

Tels. (52) 58 64 56 13  
Fax. (52) 58 64 56 13

Por *Elizabeth Rodríguez Montiel / Dolores Angeles Ricaño*  
Número 21

La globalización[1], un tema en boga y que aún no ha logrado una definición conceptual aceptada universalmente, es un término muy utilizado que envuelve a los mercados, la producción, las finanzas y las comunicaciones, sobre todo en el aspecto tecnológico de la informatización de la sociedad y en un proyecto cultural homogenizador. No obstante, no solo los sistemas tecnológicos juegan un papel globalizador[2] también los medios de comunicación masiva están influyendo en nuestra vida cotidiana, al pasar a formar parte, vertiginosamente, de nuestras rutinas cotidianas.

Actualmente nos enfrentamos a una serie de cambios en la concepción del mundo, las nuevas tecnologías están generando un nuevo tipo de comunicación, están abriendo nuevos patrones sociales, no obstante esto no es nuevo ya que las transformaciones siempre se han dado a lo largo de la historia. Por ejemplo, en su momento, la revolución industrial, con sus máquinas de vapor, creó un sueño en los individuos, al imaginarse viajar en algún vehículo a cierta velocidad.

La invención del viejo invento de Bell, el teléfono, en 1876, la radio de Marconi en 1898, son solo algunos inventos que demuestran el núcleo de los avances tecnológicos en la electrónica y que hasta apenas en la década de los sesenta se le dio difusión.

Ahora, estamos viviendo el boom del Internet, de la supercarretera de la información, tecnología que aún presenta algunos problemas, que con el tiempo, y con toda seguridad, se van a superar. Internet habla de globalización, de un mundo interconectado.

La aparición del Internet hizo realidad las comunicaciones instantáneas a través del globo terrestre, ahora al nivel de la comunicación individual. Los medios de comunicación han rebasado fronteras, ahora sí están en "todos lados", ya que son capaces de dar la sensación de la ilusión global. Las extensiones de la conciencia humana se están proyectando hacia el medio de todo el mundo a través de la electrónica, empujando a la sociedad hacia un futuro computarizado. Internet no conoce fronteras.

Desde hace 38 años, Marshall McLuhan (1962) hablaba de una "aldea global" con el objetivo de explicar la homogenización cultural. Hoy se puede decir que la "aldea global" de Mc Luhan es en realidad una metrópoli en donde es posible convivir en un espacio reducido, sin necesidad de encontrarse cara a cara con el interlocutor. En esta "aldea" se puede tener una existencia "en línea", contactarnos con las personas que comparten intereses similares a los nuestros y separamos de nuestra carretera al resto de los individuos.

Hoy el tiempo y el espacio ya no restringen el intercambio de información, ésta se encuentra ahora disponible de manera instantánea en todo el planeta y lo mejor es que puede almacenarse. La supercarretera de la información se está

convirtiéndose en un acervo de conocimientos sociohistóricos, en materia prima para el análisis y la investigación científica. El "visionario" McLuhan vio a la tecnología como una extensión del cuerpo. Así como la rueda lo es del pie o el telescopio del ojo, la red de comunicaciones es una ampliación del sistema nervioso, del tal forma y parafraseando lo anterior conforme la red de comunicaciones se extiende a través del globo, lo mismo se extiende nuestra red neuronal. La televisión se ha transformado en nuestros ojos, la radio es nuestros oídos, y nuestro cerebro en el Internet, ya que recorre y traspasa las zonas, es decir, va navegando por el mundo. No obstante, lo que ha permitido esta extensión son las redes electrónicas que llevan el mensaje de manera instantánea por cable, fibra óptica, radio y microondas.

Los medios forman y deforman nuestra conciencia y promueven una visión cosmopolita del mundo. De igual manera se puede constatar que la red es un medio de aceleración –su reto es el tiempo– y al mismo tiempo constituye una memoria electrónica del mundo y una biblioteca digital en esta era de la información.

La sociedad de la información,<sup>[3]</sup> no podría ser tal sin la invención de la computadora y sin la creación de sus sistemas de comunicación vía red. La sociedad de la información nos traslada a cualquier lugar geográfico del mundo sin necesidad de movernos de nuestros asientos, por ejemplo, en unos cuantos minutos, a través de la radio o la televisión, somos testigos de hechos históricos que suceden en otros países, continentes, a miles de kilómetros de distancia, a la par de nuestras actividades cotidianas, los medios electrónicos se convierten en vehículos informativos. Por otro lado, y gracias a la red de redes, podemos estar en reuniones, convenciones, platicando con amigos, tomando cursos, incluso a nivel doctorado, y esto a veces sin conocer físicamente a nuestro interlocutor. Para muchos Internet es el modelo de cómo pueden ser las comunidades virtuales. La geografía no importa, así que no hay lugares distantes ni comunidades excluidas por el centro de la periferia para aquellos que tengan acceso al mundo de la multimedia, a la supercarretera de la información, los cuales verán modificados sus hábitos de vida.

Lo que antes parecía como algo inconcebible, algo futuro, ahora es realidad, es un proceso irreversible que se ha instalado con nosotros para quedarse.

Los medios de comunicación son los primeros en abarcar y llevar estos nuevos cambios. Los problemas de competitividad entre ellos son visibles, quien no se adapte --y rápidamente-- a los cambios tecnológicos con un proceso permanente de reconversión y de reestructuración, queda tarde o temprano fuera de la jugada. Hoy el estatus de los medios electrónicos ya no es el mismo, la revolución tecnológica ha contribuido al cambio esencial de éstos. Existe más apertura, los medios electrónicos se han convertido en el campo principal del manejo de las ideas políticas, económicas, sociales, eclesiásticas, sindicales, etc. La empresa Arbitrón<sup>[4]</sup> realizó un estudio de consumidores y medios en el Valle de México, en el cual se señala que la participación de los medios al tiempo de exposición en una semana promedio de la personas, es en radio 85%, en televisión 96% y en el periódico diario 41%.

Los medios electrónicos están ganando mucho más terreno que los escritos, lo que ha llevado a éstos a instalarse en la red. Este es una de los grandes cambios a nivel mundial que están teniendo los medios de comunicación, para no quedar rezagados.

Por eso, hoy el futuro inmediato de la radio atraviesa por el proceso de digitalización. El paso de lo analógico a lo digital es un paso lógico, coherente con el devenir del medio y más que revolución tecnológica se debe de hablar de evolución.

La radio, ante la llegada y la expansión de las nuevas tecnologías que permite, por un lado, la interacción y por otro la

reelaboración de los mensajes, entra a una nueva fase al transformarse de nacional a internacional, gracias a las redes de comunicación, donde se eliminan las fronteras nacionales y la radio no tiene límites. Una radio sin fronteras, multifacética. Una radio cuya historia data de hace más de un siglo y que surgió de la necesidad que tiene el hombre de comunicarse en todas sus formas. Se puede decir que la radio fue un hecho buscado con el fin de lograr informarse, y no sólo para dar entretenimiento y diversión. La radio se ha desarrollado como parte de la historia del mundo, inclusive ha fungido como impulsora de eventos políticos, culturales y sociales de gran trascendencia.

La radio nació de la necesidad de comunicarse a larga distancia, ya que no existía ningún medio a mitad del siglo pasado con el cual se lograra entablar comunicación más inmediata, la necesidad primordial fue la de comunicarse con los barcos de altamar, para ello se requería de un medio que viajara a través del aire. Hoy, a escasos meses del siglo XXI la radio ha podido sostenerse y crecer frente a muchos que lo hacían un medio efímero y en vísperas de desaparecer con el nacimiento de la televisión. Hoy, la radio vuelve a despegar y a ganar terreno, a expandirse más rápido por la facilidad de transmitirse, frente a otros medios electrónicos.

La radio entró por la puerta grande al ciberespacio, ya no está únicamente en el aparato receptor ahora la encontramos ya en la computadora. La radio pasó de ser unimedio –solo interviene el sonido— a multimedio, ya que ahora ofrece otros servicios. Los soportes se están multiplicando, no se sustituyen unos a otros, se complementan

Ahora los procesos de producción se están modificando, los productos de la radio están dejando de ser perecederos, efímeros, como en la radio tradicional. El Internet está deteniendo la fugacidad de la radio, le está dando otro orden, otro tiempo, otra sincronía, otra secuencia narrativa. La característica de la radio tradicional del aquí y el ahora se está modificando en la radio por Internet, con el consumo diacrónico que se está haciendo en el ciberespacio, se puede escuchar radio de manera diferida, es decir en otros tiempos y de una manera selectiva.

La red, por un lado, está ayudando a especializar y diversificar los contenidos y productos de la radio y por el otro está dándole a la radio otro ritmo de producción y de distribución al que estamos acostumbrados, al tiempo real y directo.

La radio colocada en el ciberespacio tiene un alcance inimaginable, hasta ahora imposible de medir ya que todavía tiene mucho camino por delante y lo mejor es que montar un estudio radiofónico para iniciar un webcast (transmitir por Internet) es relativamente fácil, solo se necesita: computadora, tarjeta de audio, conexión a Internet, sitio web, software de real networks, mezcladora de audio, micrófono, reproductor de CD, audífonos, cables, convertidores y mucha creatividad, con esto se puede hacer llegar por la red a millones de personas en el mundo.

Hoy, ya no resulta extraño que una persona de la Ciudad de México esté escuchando una radiodifusora de Japón, o viceversa para escuchar no solo música, sino también para recibir información o para conocer otras expresiones artísticas, culturales e incluso políticas. La radio, gracias al Internet está, como diría Castells (1999) integrada al mundo en redes globales de instrumentalidad. La comunicación a través de la computadora provoca un amplio despliegue de comunidades virtuales. La radio navegando en la carretera de la información tiene un alcance inimaginable, existe una proliferación de estaciones comerciales y piratas, de todo el mundo, con intereses y tipos de programación diversos y para toda clase de públicos, que están en la pantalla para ser visitadas y escuchadas por millones de personas, sólo vasta con ingresar a una dirección electrónica en nuestro

navegador para sintonizar en el dial un sinnúmero de estaciones en la radio digital, las cuales son difíciles de precisar en cuanto al número total porque no todas se encuentran listadas en los buscadores.

De acuerdo con los registros del Instituto Tecnológico de Massachussetts (MIT)[5], se cuentan con más de nueve mil vínculos de estaciones de radio en Internet, hasta el pasado 31 de marzo, de éstas existen 2083 en Estados Unidos que incorporan su programación a Internet, algunas en tiempo real, mientras transmiten por aire, otras grabadas. Asimismo, una página web[6] "radiodifusión", elaborada en Lima. Perú, enumera una lista de radios que transmiten en español, en donde México se encuentra en tercer lugar con 51 estaciones, abajo de España, con 63 y Argentina con 96. Observando estas cifras se puede señalar que la radio del nuevo siglo está buscando sacar ventajas frente a los otros medios y no solo en el aspecto de expansión sino también en cuanto a la manera de elaborar y producir su programación debido al lenguaje multimedia del nuevo canal de comunicación.

A este respecto Castells señala que

lo que caracteriza a la revolución tecnológica actual no es el carácter central del conocimiento y la información, sino la aplicación de ese conocimiento e información a aparatos de generación de conocimiento y procesamiento de la información/comunicación, en un círculo de retroalimentación acumulativo entre la innovación y sus usos. Los empleos de las nuevas tecnologías de las telecomunicaciones en las dos últimas décadas han pasado por tres etapas diferenciadas: automatización de las tareas, experimentación de los usos y reconfiguración de las aplicaciones. En las dos primeras etapas, la innovación tecnológica progresó mediante el aprendizaje por el uso. En la tercera etapa, los usuarios aprendieron tecnología creándola y acabaron reconfigurando las redes y encontrando nuevas aplicaciones... Las nuevas tecnologías de información no son sólo herramientas que aplicar, sino procesos que desarrollar. Los usuarios y los creadores pueden convertirse en los mismos. De este modo los usuarios pueden tomar el control de la tecnología, como en el caso de Internet. De esto se deduce una estrecha relación entre los procesos sociales de creación y manipulación de símbolos (la cultura de la sociedad) y la capacidad de producir y distribuir bienes y servicios (las fuerzas productivas). Por primera vez en la historia, la mente humana es una fuerza productiva directa, no sólo un elemento decisivo del sistema de producción."(58)

La radio por Internet ofrece un abanico de posibilidades para difundirse y plantear nuevos escenarios en el "cuadrante radiofónico", busca ser una radio interactiva—por medio del correo electrónico-- estableciendo mecanismos de comunicación con los usuarios para conocer sus opiniones sobre las página y su programación, y sobre todo demostrar que no es un medio caduco, sino una radio que está revitalizándose y tomando fuerzas para el siglo XXI. Ahora está en el ciberespacio en un plano experimental, aprendiendo y buscando sacar el mejor provecho de sus características que la han acompañado desde su nacimiento: su ubicuidad, bajo costo, movilidad, diversidad de sus contenidos y su libertad, pero ahora considerando e insertando a la imagen.

Hoy la radio por Internet se está enfrentando a la batalla multimediática, está ajustándose al medio y está ofreciendo valor añadido a su servicio de audio. La radio se está convirtiendo en un modelo múltiple, personalizado, a favor y al servicio de los intereses del usuario. Hoy podemos entrar a la página de una estación y podemos acceder a diversos servicios: programas, acceso de bancos de audio, chats, guías locales, entre otros.

Hoy las estrategias de la radio están cambiando, se tiene que adaptar a la diversidad de soportes y de contenido, así como a un nuevo modelo de consumo del escucha radiofónico que está naciendo. La radio deberá adaptarse y sacar fuerzas de esa evolución tecnológica que la va arrastrando y de la cual no se puede desligar, para modificar la dinámica de producción de contenidos, diseñar estrategias para captar oyentes y estar preparada - a lo mejor por medio de alianzas--- para enfrentar la

competencia y que pueda sobrevivir en este nuevo mercado convergente.

Tratar de señalar ahora los alcances de esta radio virtual sería un error, porque aún no ha demostrado hasta dónde puede llegar, aunque sí se puede señalar que la red se convirtió en una plataforma idónea para que la radio se convierta en un paraíso audible.

Hoy la radio virtual ofrece una forma diferente de transmitir conceptos e ideas, es una radio que no requiere de antenas y frecuencias para que se pueda escuchar. La radio en Internet es una radio sin horarios, sin fronteras, sin censura, en donde su único límite es la imaginación.

### **Fuentes Consultadas**

Castells, Manuel. (1999) La era de la información. La sociedad red. Vol. I. Ed. México. Siglo XXI.

Cruz Soto, Luis Antonio.(1999) Hacia un concepto de globalización.

Gamaleri, Gianpiero (1981). La Galaxia McLuhan. España Ed. A.T.E.

Ianni, Octavio (1996) Teorías de la globalización. México, Ed. Siglo XXI

Instituto Tecnológico de Massachussetts. The MIT List of Radio Stations on the Internet. <http://wmbr.mit.edu/stations/list.html>

McLuhan, Marshall (1969). La comprensión de los medios como las extensiones del hombre. México. Ed. Diana

México Media Targetin 2000. Un estudio de consumidores y medios en el Valle de México. Arbitrón/ ARVM.  
<http://mt2000mexico.arbitron.com>.

Radiodifusión. <http://www.radiodifusion.com/> Página elaborada por Daniel Bartra, Lima, Perú.

---

[1] En la actualidad hablar de globalización es interpretar un mundo lleno de contradicciones y nuevas situaciones. El concepto de globalización no está muy bien definido. Algunos autores afirman que la globalización se remonta desde el principio de la humanidad, otros la conciben dentro de la Edad Moderna, y algunos más la ubican a mediados de este siglo. Es difícil señalar que en las últimas décadas de este siglo se observa una mayor intensificación de las relaciones internacionales, que incluyen nuevos procesos de producción global que integran a un gran número de países, mayores transferencias financieras, incremento en la difusión mundial de información por los medios masivos de comunicación, modernización en las telecomunicaciones, así como el movimiento masivo de personas. Cfr. Cruz Soto, Luis Antonio. Hacia un concepto de globalización.

[2] Hoy en día este término aún no está bien definido, sin embargo no es razón suficiente para evitar hacer referencia de éste como una realidad histórica en el mundo, el cual es necesario entenderlo como parte de nuestro mundo moderno. De ahí que para fines del párrafo designamos este término, basándonos en la aldea global de McLuhan, como "un mundo entero", en donde los medios de comunicación son el vínculo para la unificación del mundo de los hombres. (Cruz Soto, 1999:32)

[3] Para Castells el término sociedad de la información básicamente pone énfasis en el papel de ésta última en la sociedad, pero él supone que la información, como comunicación del conocimiento ha sido fundamental en todas las sociedades, de ahí que distingue este concepto con el de sociedad informacional en la cual se indica el atributo de una forma específica de organización social en la que la generación, el procesamiento y la transmisión de la información se convierten en las fuentes fundamentales de la productividad y el poder, debido a las nuevas condiciones tecnológicas que surgen en este periodo histórico. No obstante piensa que el mejor término para manejar en este mundo construido en torno a las tecnologías de la información, la sociedad de la información, la información, las autopistas de la información y demás sería el de la era de la información, ya que para él <<la sociedad red>> no agota todo el significado de la <<sociedad informacional>>. (Castells, 1999: 47)

[4] Cfr. <http://mt2000mexico.arbitron.com>

[5] <http://wmbr.mit.edu/stations/list.html>

*Elizabeth Rodríguez Montiel / Dolores Angeles Ricaño*  
*Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey*  
*Campus Estado de México*