

LA TERCERA EDAD DE LA RADIO: LA CONVERGENCIA DIGITAL

Por Sergio Campos Ulloa
Escuela de Periodismo Universidad de Chile

Cuando hablamos y pensamos en la radio inevitablemente la asociamos a la comunicación.

En términos genéricos la comunicación está asociada al intercambio. A un traslado de algo desde un lugar o sujeto a otro. Aquello que se traslada puede ser información inmaterial, seres u objetos materiales, personas.

Dentro de este concepto pueden incluirse entonces desde vías de comunicación como las carreteras, a través de las cuales transitan personas y vehículos, hasta los casi inmateriales intercambios de información de una célula cerebral a otra. Todos los seres vivos utilizan diversos medios químicos y biológicos para dar y recibir información.

Las células de un organismo se comunican mensajes entre sí.

Son bien conocidas las vías de transmisión nerviosa a través del cuerpo humano y, en otro nivel de especialización, los son también los procedimientos fisicoquímicos por los que actúan, intercambiando información y llevando a cabo de esa manera su función rectora del organismo. Los animales se comunican entre sí, y gracias a los sentidos. El olfato, la vista y el oído. Pueden realizar esa comunicación a través de grandes distancias espaciales o temporales.

Cuando en la sabana africana el Leopardo intenta marcar su terreno, la orina constituye un eficaz medio de comunicación, ya que su olor informa a otros miembros de la especie de que aquel lugar está "ocupado" por él. Algunos insectos son capaces de comunicarse olfativamente a través de decenas de kilómetros: los vivos colores y el aroma de las flores primaverales son una señal para los insectos polinizadores, cuyos sentidos reciben puntualmente el mensaje de la existencia de un depósito de alimento: la flor.

Evolución histórica de la tecnología de la comunicación

Los seres humanos desarrollaron, hace unos cien mil años un método de comunicación muy completo, enormemente eficaz, que sólo rudimentariamente habían utilizado antes que ellos los animales y que iba a permanecer como patrimonio exclusivo del género humano: el lenguaje hablado.

Gracias a él fue posible la organización de las sociedades humanas y la transmisión a lo largo de las generaciones de conocimientos imposibles de integrar en la herencia genética.

No puede conocerse el camino que siguió el desarrollo del lenguaje desde sus primeros balbuceos hasta llegar a conformar un código de señales bien articulado. Pero puede suponerse que su perfeccionamiento fue sumamente lento y muy complejo.

En el mundo actual hay miles de lenguas diferentes utilizadas por los humanos cuyas facultades auditivas y fonativas son, sin embargo, básicamente las mismas. Ello es indicativo de las intrincadas vías por las que poco a poco se amplió la capacidad de comunicar del ser humano.

La invención de la escritura, unos cuatro mil años antes de nuestra era, constituyó un salto cualitativo de primer orden. La comunicación contaba ya con un instrumento técnico que permitía un enlace indirecto entre los individuos, aunque fueran grandes distancias físicas y temporales. Gracias a la escritura era posible almacenar información, guardar memoria de las cosas, de los acontecimientos, por un procedimiento ajeno e independiente de los procesos del cerebro humano.

Merced a la escritura las sociedades pudieron hacerse mucho más complejas: antes de su invención, se habían creado ya obras maestras de la literatura, que se conservaban memorizadas, como La Ilíada; pero sin anotaciones escritas no hubiera sido ni el comercio a gran escala ni la administración de grandes territorios.

Al generalizarse el empleo de la escritura, la concepción de lo verdadero, que anteriormente se encanaba en la memoria colectiva, pasó a radicarse en los textos escritos, cuyo significado se mantenía inalterable a través del tiempo y que comenzaron a

constituir pruebas en juicio, archivos de la historia e incluso depositarios de la verdad religiosa.

Sucesivos perfeccionamientos dieron como resultado, primero la escritura pictográfica, luego la ideográfica, y más tarde la fonética, que ha constituido, desde el primer milenio anterior a nuestra era, la base material de la cultura occidental.

Las diferentes civilizaciones que han conocido la escritura han empleado para llevarla a efecto técnicas muy diversas: las tablillas de arcilla blanda de los sumerios, tablillas de cera de griegos y romanos, el pergamino de los egipcios y el papel mucho, más tarde utilizado por los chinos.

Europa se puso a la cabeza de la innovación tecnológica utilizando el papel traído de Asia a la península ibérica por los árabes. Un ingenioso artesano alemán de Maguncia reinventó en su taller los tipos móviles. Digo reinventó porque los coreanos ya habían avanzado sobre la materia en el siglo XIV.

Así nació la imprenta de Johannes Gutenberg. Vino un gran cambio cultural y los escribanos fueron multiplicados por cien. La letra gótica pronto fue remplazada caracteres latinos, más sencillos de fabricar y más cómodos de imprimir. La ideas revolucionarias se extendieron por el mundo con gran rapidez. La velocidad de la comunicación provocó cambios explosivos dando origen al mundo moderno.

Los países que más publicaron se pusieron a la cabeza de las innovaciones comerciales, económicas, ideológicas y religiosas. La revolución industrial fue la etapa culminante de un proceso espectacular en el desarrollo de la humanidad.

La era de las telecomunicaciones

El gran salto de las tecnologías de las comunicaciones produjo a partir de la década de 1830, cuando por vez primera fueron empleadas las propiedades de la electricidad para crear los primeros rudimentarios sistemas telegráficos que coincidieron con la expansión del ferrocarril. Así nacieron las telecomunicaciones.

En la década de 1860 fue tendido el primer cable telegráfico bajo el Atlántico, uniendo Irlanda y Terranova.

El mundo comenzaba a enredarse en una madeja de hilos de cobre por donde se desplazaba la información a la velocidad del rayo. Desde entonces cualquier acontecimiento en algún lugar del planeta, por muy apartado que esté, es conocido casi instantáneamente en toda la superficie del planeta.

El telégrafo eléctrico dio origen a una nueva en las telecomunicaciones.

Sin embargo su reinado sería muy corto ya que en 1870 surge otro invento asombroso: el teléfono. Una maravilla capaz de recoger, transmitir y reproducir la voz humana mediante un circuito eléctrico, consiguiendo una comunicación más rápida y directa al evitar el cifrado y descifrado en lenguaje Morse al que el telégrafo obligaba.

El teléfono acercó aún más al emisor y el receptor del mensaje, penetrando en la oficina y el hogar.

En la transición del siglo XIX al XX, la técnica alcanzaba el logro casi milagroso de enviar, gracias a las ondas electromagnéticas, señales radiotelegráficas a través del espacio, sin cable alguno que uniera emisor y receptor. La telegrafía sin hilo fue empleada muy pronto en lugares aislados y en barcos en alta mar. Muy pronto apareció la telefonía inalámbrica. La primera guerra mundial aceleró el desarrollo de las nuevas tecnologías y poco después de su término comenzó el desarrollo de la radiodifusión comercial que llegó casi de la mano con la cinematografía sonora.

Eran los días de radio que coparon varias décadas estructurando el gran teatro de la mente.

Pero la velocidad de las nuevas tecnologías seguía un desarrollo cada vez más vertiginoso y el planteamiento técnico de la televisión estaba resuelto antes de la segunda guerra mundial, pero el medio se masificó en los países del primer mundo sólo después del término de la conflagración bélica.

Telégrafo, teléfono, radio. Cine, televisión, telefax, teletipo, télex, teleproceso. Que duda cabe: el siglo XX fue de todas maneras el siglo de la revolución electrónica.

La historia que vino después se hizo aún más veloz: La informática y la nueva revolución de la información con el desarrollo de la red

de redes donde todos pueden participar y todos los medios se encuentran en la misma plataforma: INTERNET.

La radio tiene su historia

Si hay un medio noble que se relaciona espléndidamente con las personas ese es la radio.

No requiere atención exclusiva, acompaña a todas partes y en cualquier lugar del planeta con una variedad impresionante en lo que sabe hacer con maestría: informar, entretener y educar.

La radiodifusión nace con el siglo XX y tiene un desarrollo esplendoroso que Woody Allen expresa magistralmente en el cine en su DIAS DE RADIO.

Acosada por el diario que la ve como un competidor peligroso, logra sobreponerse y convivir con la reinención de Gutenberg, pero como medio de comunicación de masas a poco andar enfrenta otro gran desafío: la aparición de la televisión.

Muchos vaticinaron la muerte de la radio, pero su optimización tecnológica de la Amplitud Modulada a la Frecuencia Modulada marcaría una nueva etapa. Los contenidos programáticos también evolucionan junto con el mejoramiento de la calidad técnica en las emisiones.

La radio estaba pasando a otra etapa de su desarrollo. De ser familiar, generalista se transformaba en una radio temática. En Chile existen más de 1.000 radios repartidas en todo el territorio nacional y más del 90 por ciento transmite en frecuencia modulada programas dirigidos a públicos segmentados por edades, sexo, grupos socioeconómicos y las mixturas que queramos imaginar de estos conceptos. Más del 95 por ciento de los chilenos prefiere escuchar FM según un estudio del Departamento de Estudios Sociales de la Escuela de Sociología de la Universidad de Chile, el último realizado en esta materia y solicitado por la Asociación de Radiodifusores de Chile, ARCHI, la organización empresarial que agrupa al sector.

Pero a estas alturas la radio también tiene su espacio en Internet ya sea sólo en esta plataforma multimedia o como una extensión física de las transmisiones en los sistemas convencionales o analógicos con el carácter de la onda corta que conocimos en la historia de la radio, claro que con una calidad superlativa.

La producción de programas en casi todas las emisoras grandes ya es digital con una reducción de costos considerable. Si a esto agregamos la formación de grandes cadenas satelitales, el cambio experimentado en poco tiempo es inmenso.

Así entonces quienes quieran mantenerse tal como estaban hasta hace algunos años están perdidos. Nadie se puede excluir del flujo integrador de los sistemas técnicos de los medios de comunicación. Una vez más la radio enfrenta un cambio radical en su vida.

Si alguien vio a la radio a punto de morir con la aparición de la televisión podrá advertir que el transistor la hizo florecer con nuevos bríos. La radio va a todas partes sin problemas. Luego la frecuencia Modulada la transformó en un espacio de deleite sonoro de los oyentes. Y ahora se nos anuncia en gloria y majestad la radio digital.

En este momento Estados Unidos y Europa ya realizan transmisiones experimentales y se pretende homologar los dos sistemas con el propósito que la fabricación de receptores y equipos no sean una complicación sino más bien una solución. Seguramente los primeros receptores serán onerosos, pero una vez que se masifique su comercialización otro será el precio. Así pasó con los primeros receptores de radio y televisión, con los teléfonos celulares y para seguir.

Hasta ahora conocemos el sistema americano conocido como IBOC y el Digital Audio Broacasting, DAB de los europeos.

Que duda cabe. La radio digital será un factor desencadenante y catalizador de transformaciones que experimentará la radio como medio de comunicación en las próximas décadas.

En breve la radio digital se puede explicar comparándola con la frecuencia modulada. En el dial tienen cabida unas 50 estaciones de emisoras. En ese mismo espacio se podrán incluir unas 300 emisoras. Será otra banda y sus códigos tendrán su base en el sistema binario. Cada una con programas diferentes y con la posibilidad de tener receptores que sean capaces de decodificar datos desde la estación emisora de acuerdo a un menú propuesto por la estación de acuerdo al segmento de público objetivo en que serán atendidos intereses particulares. O sea una radio mucho más interactiva que la de hoy.

Sin duda que las ventajas comparativas de radio digital serán apreciadas tanto o más que la FM en su momento.

Veamos:

1. Resistencia de la información contenida en la señal digital
2. Facilidad de transporte y almacenaje sin degradaciones
3. Introducción de un sistema de corrección de errores en el receptor y
4. Disminución del espacio que ocupa la señal digital, sea para su transmisión por vía terrestre, cable o satélite.

Ya está visto que en la faceta de producción, la incorporación de equipos digitales con programas como el DALET francés nos brinda mejor calidad sonora y facilita las operaciones de montaje y permite un ahora importante en soporte magnético. Además del ya popularizado Compact Disc, actualmente existen tres formatos de audio digital que se utilizan en la producción y conservación de programas: el digital audio tape (DAT), el digital compact cassette (DCC) y el mini disc (MD). Los tres utilizan diferentes tecnologías digitales de registro. Son muchas las ventajas de calidad y espacio.

La radio en la era de internet

Internet ha modificado todas las concepciones tradicionales. No es un medio como se pretende por algunos cortos de vista, sino una plataforma de comunicaciones, medios y servicios. No es tanto una red de difusión de medios ajenos, sino una red que, por una parte, requiere la adaptación a sus exigencias y, por otra, aporta recursos que modifican sustancialmente a los propios medios.

Ahora estamos hablando de la radio por Internet o del diario por Internet pero no correcto hablar así. No fue correcto en su momento decir "diario hablado" ni diario por televisión cuando decimos "telediario". La radio pagó caro el costo ya que le demandó tiempo descubrir sus particularidades positivas y negativas que la hacían totalmente distinta a un periódico. No es lo mismo escribir una noticia para ser leída que escribir una noticia para ser escuchada. No podemos incurrir en lo mismo a la hora de abordar Internet. No se trata tanto de radio por Internet sino de una

información sonora acompañada de otros elementos paralelos escritos y visuales con capacidad de enlaces, de navegación, de ruptura del sincronismo para dejar libertad al usuario temporal y especialmente para que acuda cuando quiera.

La radio por Internet es otra cosa diferente a la radio. Habrá que ser más precisos.

Además Internet genera servicios propios, ha creado emisoras específicas y modalidades informativas diferentes.

En consecuencia, la información radiofónica debe cambiar su enfoque en la nueva era. Internet puede ser competitiva con la radio pero también su gran aliada. La cuestión radica ahora de optimizar las relaciones, en conseguir un reajuste de campos y una armonización dentro del sistema competitivo multimediático.

Sin duda que el cambio de tecnologías nos hace transitar por caminos nunca antes recorridos, pero cuestiones que permanecen intactas como principios que los periodistas no debemos olvidar en este desarrollo tecnológico. Las raíces del periodista están en su capacidad para investigar la información, contrastar las fuentes, seleccionar y valorar los acontecimientos conforme a criterios profesionales y éticos rechazando las imposiciones motivadas por intereses económicos o políticos a menos que decida dejar de ser profesional de la información.

El compromiso de radio como medio de comunicación y por lo tanto, de sus profesionales no es con la empresa sino con la sociedad. El profesional no es intermediario entre la información y la empresa sino entre los hechos y la sociedad a que se debe en todo momento.

La radio empieza a entrar en los denominados productos y servicios de la convergencia; es decir, en lugar de que lleguen al usuario y consumidor de manera separada se integran en paquetes compactos para que sea él quien los utilice según sus necesidades. En lugar de que acuda a cada uno de manera aislada que los tenga todos al lado. La estrategia de la radio será desarrollar un marketing para que dentro de la marca global de la oferta sobresalga y se distinga el producto o servicio radiofónico.

La sociedad de la información lleva consigo la convergencia de medios. La radio se integra también en tal convergencia, pero su supervivencia dependerá de que aporte a tal desarrollo

profundizando en lo que le es más característico, en el incremento de su poder informativo inmediato para mantenerse en el lugar de vanguardia, en el servicio a una audiencia amplia y a la vez en el desarrollo de una creciente especialización de sus contenidos para tender las necesidades de otros grupos minoritarios, aunque suficientemente numerosos o gravitantes para entregarse a ellos.

Existe urgencia de incorporar a los jóvenes entre la audiencia radiofónica. Si sienten atracción por los programas musicales hay que crear situaciones informativas con estrategias adecuadas para incorporar a la audiencia informativa a este sector pensando que en Chile es mayoritario. Selección de contenidos y tratamiento de las informaciones es la clave. Los jóvenes tienen objetivos y pautas distintas que los adultos. Los adultos y los jóvenes periodistas deberían escribir más para los jóvenes que para los adultos. Hoy se da la paradoja que los adultos y los jóvenes periodistas escriben para adultos. Internet se transforma así en una herramienta eficaz para seducir a un público que está inmerso en la sociedad chilena pero que no se siente atraído por la radio informativa.

La globalización nos lleva de la aldea global al universo local

Por estos días es claro que la globalización de la economía y de todo cuanto arrastra este concepto tan complejo como es la globalidad de las empresas, la convergencia de las tecnologías y la universalización de las comunicaciones, los negocios y la cultura. La globalidad es un fenómeno superradiofónico: Concierno a la economía, a la comunicación en general y a cada uno de los medios en particular.

Parte de una congregación empresarial comunicativa y tiene sus repercusiones inmediatas en el control ideológico de las programaciones, de las informaciones, del entretenimiento y, en suma, de la cultura mediática. Algunos autores lo han identificado como el auténtico Big Brother (gran hermano), una fuerza que controla y domina las sociedades por encima de los estados y que concierno a todos los procesos económicos, políticos, sociales y comunicativos. Nada escapa a su dominio.

Estamos ante un megapoder que trata de controlar lo universal y lo local, es decir, cualquier situación que se le pueda restar fuerza. Es un poder hegemónico con tendencia a lo absoluto y totalitario que empieza a tener manifestaciones sociales en contra y la crítica de

unos intelectuales frente a otros propagadores, previo pago, de las bondades del sistema.

La radio vive sometida a este doble proceso. Por una parte, a la concentración de emisoras en pocas cadenas (Iberoamerican, Caracol...) a la integración de las cadenas en grupos mediáticos potentes y la entrada de tales grupos en holding transnacionales tanto multimediáticos como multisectoriales. No quiere desperdiciarse nada. El caso de IBEROAMERICAN es representativo de lo que estamos diciendo. Es dueña de 8 cadenas nacionales con más de 100 estaciones conectadas satelitalmente, un sitio WEB denominado EL SITIO, un canal de televisión, CHILEVISIÓN y un diario, EL METROPOLITANO que acaban de comprar*. A su vez están asociados a otras cadenas radiales. En Estados Unidos, México y Centroamérica tienen más 1.000 estaciones de radio. La composición de los capitales es diversa para cada negocio. Para competir y reducir terreno a los demás se pacta lo que sea con tal de especular con el incremento de beneficios que pueden alcanzarse por las partes implicadas. En los medios se practica la economía de escala reduciendo considerablemente los costos operacionales, cuestión que afecta a los medios locales más pequeños, obligados a competir con verdaderos monstruos de la multimedia. Demás está decir que los profesionales se transforman en recurso humano fundamental, pero prescindible en los momentos de crisis como acaba de ocurrir con el poderoso grupo MARCONI de Inglaterra donde de la noche a la mañana más 1.000 profesionales fueron lanzados a la calle.

Así entonces el universo se convierte en un gran zoco, en una casa de juegos controlados por los imanes del gran poder, en una bolsa especulativa.

Y por otra parte, lo local emerge como el reducto de la cultura autóctona, el refugio de la comunidad con identidad propia y en su extremo opuesto, como una reivindicación y ultradefensa de valores atávicos, excluyentes e impuestos a los demás.

Sin duda que la confrontación de globalidad y proximidad requiere de un análisis de la realidad en toda su complejidad con el propósito de no caer en esquematismo de conclusiones excesivamente ligeras. El pesimismo podría ser un camino equívoco especialmente para nosotros como periodistas. Nuestra tarea

* Aunque éste circuló entre mayo de 1999 y junio de 2002

consiste esencialmente en aprovechar las fortalezas positivas de la globalización para desarrollar los medios locales.

Es cierto que tenemos al frente de una especie de neoimperialismo empresarial que amplía los desequilibrios entre países y grupos sociales, que fortalece al fuerte y debilita más aún al débil.

Pero la globalidad ofrece también una cara positiva en cuanto permite contrastar formas de vida de unos países con otros, plantear los problemas humanos a escala mundial para su mejor solución (contaminación, racismo, bosques, agua, energía, etc.), fomentar la solidaridad entre los pueblos. Depende de los usos que se dan y de los controles y contrapoderes que se establezcan.

La globalización radiofónica

La globalización de la radio se plasma en la tendencia hacia una internacionalización de la misma mediante el desarrollo tecnológico de los satélites e Internet que va más allá de la concepción tradicional de la radio de Onda Corta y la unión de organizaciones empresariales como instrumento de copar mercados e incrementan la rentabilidad económica.

La Radio Exterior tradicional como sistema exclusivo de difusión del Estado (de España, Holanda, Alemania, VOA; BBC. Moscú, Habana) queda superada por la nueva situación.

Cualquier emisora, incluso las locales, pueden tener una difusión internacional. Pero, se requiere ahora de nuevos planteamientos. El satélite transforma automáticamente a la radio en un sistema de global de comunicación. Esto se consigue a través de diversas plataformas ya sea directamente con estaciones reproductoras de señal o través de los paquetes de cables televisivos. (Metrópolis, VTR, SKY, etc). La compañía de cable ofrece una mayor variedad de contenidos en sonido y la radio extiende su señal al mundo. Pasando y pasando.

Globalidad de internet

Internet revoluciona lo grande y lo pequeño. Una empresa puede funcionar en un metro cuadrado y no por eso es una empresa chica. El tamaño de una empresa está determinado por las redes. Internet conecta todo y en todas direcciones. Internet rompe fronteras,

modifica los esquemas de análisis anteriores y trae un nuevo mundo con sus espacios sin fronteras y sus tiempos modificados. El autor y especialista Nicholas Negroponte denuncia el grave error que se está cometiendo al pronosticar el futuro de Internet a la vez que señala el suyo. Leo el diario El País de España: " La descripción típica de futuro de Internet indica que el 50 por ciento corresponde a Estados Unidos, el 40 por ciento Europa, el 5 por ciento a Japón y Corea y el 5% restante al resto del mundo. En un plazo de 3 años, el mundo en vías de desarrollo representará el 50% de Internet. Tres años después el idioma más utilizado en la red será el chino". Con Internet la emisora creada en un hogar trasciende los espacios los espacios físicos y se integra en la redes de difusión, se convierte en emisora universal.

Es importante saber que el fenómeno de la globalización es un esfuerzo de unión de fuerzas no sólo para intervenir sólo con ofertas universales sino también con diversificación de aportaciones para coberturas nacionales, regionales y locales. La globalización introduce lo local en lo universal, pero también lo universal en lo local.

La perspectiva laboral de los periodistas con futuro

A mi juicio la plataforma multimedia será el escenario de los periodistas. La radio será un polo desarrollo porque hacia allá convergen los sistemas de comunicación.

En ese contexto la tendencia hacia la especialización será cada más fuerte en los diversos ámbitos de contenidos: informativos, musicales, combinación de ambos, comunitarios, culturales, educativos, de atención a públicos específicos.

Si recapitulamos el sentido de la radio digital como tecnología del futuro que ya está disponible, nos encontramos que las posibilidades de comunicación radiofónica se amplifican. Quizá el gran problema será la búsqueda de contenidos, la selección de contenidos y el formato para expresar esos contenidos en el nuevo soporte. Ese será el gran desafío para la formación de nuevos periodistas que sean creativos, innovadores con capacidad de gestión integral en el sistema multimedial y en particular en la nueva radio.

Es claro que la participación en el sistema democrático va más allá de concurrir a votar en una elección. La gente quiere y tiene

derecho a discutir y buscar soluciones a sus problemas locales. La radio puede ser el gran escenario para un debate dinámico, aportador de ideas que plasme el sentido de una democracia integral. ¿Por qué no? Los alcaldes poco y nada comunican sus contenidos programáticos para las comunas de Chile. ¿Acaso la radio local no podría ser el catalizador de la ciudadanía? ¿Los periodistas seremos capaces de responder a esos nuevos requerimientos de la sociedad?

¿Y los jóvenes? ¿Y las minorías? La lista es larga y queda como tarea para la casa o si ustedes prefieren para la discusión. La inserción de la radio en la convergencia multimedia es una preocupación nueva y los periodistas tenemos que marchar a la vanguardia. Claro... si queremos ser periodistas del futuro y periodistas con futuro. Para eso hacen falta profesores inquietos, profesionales, motivadores con dominio teórico de lo nuevo y con capacidad de gestión y realización.