

Un aporte destacable es el ejercicio de caracterizar y precisar los conceptos cruzados y a veces contradictorios de radio popular, comunitaria, ciudadana, alternativa, educativa. No deja de aparecer la vieja disputa organizacional frente a la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC), y el intento de diferenciar a 'buenos' de 'malos' en el tema de hacer radio de calidad.

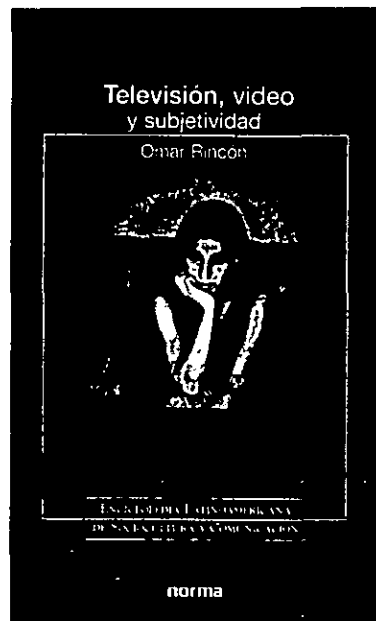
No es, en cambio, tan consistente el marco de análisis de la información que se plantea desde los conceptos de vigencia e incidencia. Muy marcados por los cambios en las realidades políticas y sociales de América Latina y el mundo, ALER y sus investigadores se esfuerzan por analizar su historia sin terminar de aceptar que el proyecto popular ha entrado en un momento en el que éste se reformula completamente o pierde validez. De ahí que «el concepto de vigencia introduce la dimensión histórica del estudio [...] preguntar si una radio tiene vigencia es preguntar si tiene vida, si mantiene vitalidad. Para una radio popular esta vigencia se mide por su práctica válida que contribuye a lograr una transformación social». El otro concepto guía, la incidencia, nos habla de «el peso de su presencia y de su influencia en la sociedad, los procesos que genera, la mella que hace para provocar un cambio a favor o en contra de algo [...] Una radio que incide, deja una marca, es una radio protagonista que no se puede obviar».

Desde estos conceptos, un tanto incluyentes entre sí, el libro construye una buena radiografía de la situación de capacitación, tecnologías, formas de financiación y gestión, etcétera, que nos permite, si se realiza la correspondiente lectura crítica de la información recolectada, tener una buena mirada sobre el estado actual tanto de emisoras como de centros de producción y redes regionales. Sin embargo, las conclusiones no llegan a ser tan claras, pues se ve que todavía cuesta trabajo asumir el paso de la radio alternativa, que centraba su proyecto en el sueño de un cambio social radical, a la radio local, que busca audiencias en competencia de calidad radiofónica con toda la radio globalizada, y no en la consecución de oyentes por razones ideológicas.

Gabriel Gómez M.

Departamento de Comunicación

Coordinador Campo Profesional de Producción Radiofónica



Las formas audiovisuales de la sociedad contemporánea

Rincón, Omar, *Televisión, video y subjetividad*, Buenos Aires, Editorial Norma, 2002.

Bajo el título de *Televisión, video y subjetividad*, el conocido comentarista de televisión, profesor e investigador de la comunicación, Omar Rincón, hace una serie de interesantes entradas al complejo mundo de la televisión y el video, así como a las influencias que estos medios de comunicación ejercen sobre la formación de la subjetividad.

Este «hijo de la tele» como se autodenomina el autor, es enfático en señalar que las formas audiovisuales de la contemporaneidad ejercen una clara influencia sobre la conformación de la subjetividad, en la medida en que su acción continua promueve en los individuos la emergencia de sensibilidades, esto es, de formas de expresión sin pretensiones trascendentales, cuyo punto de referencia no es la razón sino la estética.

Sostiene Rincón que las formas audiovisuales se vuelven claves para los individuos debido a que proporcionan los temas de conversación y los esquemas o modelos a partir de los cuales comportarse, hablar, soñar e interpretar la realidad. Por esta vía, no duda en caracterizar a la televisión como una institución social, gracias a que actúa como agente socializador, a través del cual se aprenden normas y valores que guían la acción individual y colectiva; como un lugar para la política,

en la medida en que determina parcialmente, las formas de hacer la vida pública; y como un lugar educativo, debido a que proporciona un saber, formal o informal, útil para la sociedad.

Sin embargo, para el autor la definición de la televisión no se agota en su caracterización como institución social (y en esto reside uno de los aportes de este libro) sino que es preciso reconocer su carácter industrial y comercial, que busca la satisfacción del gusto de sus consumidores, para poder hacerse rentable ante sus inversionistas. Ante esta circunstancia inevitable, el autor promueve la apuesta por la recuperación de una ética que ha estado ausente en los negocios y específicamente en este, el de la tele, en el cual no sobra la aspiración a que «en cada pregunta, en cada nota, en cada diálogo, en cada imagen se esté luchando la vida; cuando se informa, se entretiene y se construyen historias que se juegan por explorar las verdades posibles, con un profundo amor por ese privilegio de asistir a la realidad, comprenderla y explicarla».

La televisión también es para el autor lugar de narración y forma de contar, que se expresa a través de distintos géneros encargados de establecer conexiones, que proponen pactos de comunicabilidad, entre los productores y las audiencias.

Aunque la televisión es un lugar de creatividad que busca recrear y recomponer las hablas, las situaciones y los escenarios locales, regionales, nacionales y globales, no es un lugar para la experimentación; esto queda reservado para el video, cuyos productores están dispuestos a desafiar las fórmulas convencionales que aparecen como garantía de éxito.

La forma de ver el video no es el ojo, «es la mente, el espíritu, la conciencia. La imagen videológica se volvió pensamiento y la llave de infinitos mundos posibles». (p. 23). «El artista del video busca descubrir las potencialidades adormecidas o desconocidas en las miradas masivas de la tele y en las rutinas perdidas de los ciudadanos, inventa para armar el universo de posibilidades conocidas para el mundo y su dispositivo de expresión» (p. 106).

El video busca ser vehículo de liberación de la imaginación y el lugar en donde se reflexiona a partir de la imagen; su pretensión no es siempre la de contar historias pues también trabaja desde las lógicas del fragmento y la discontinuidad. En relación con la televisión, el video se constituye en una especie de laboratorio en donde se experimentan las nuevas formas de narrar pero también de interpelar a los destinatarios.

Una observación final: es evidente que las formas audiovisuales de la televisión y el video tienen una fuerte

incidencia sobre la conformación de la subjetividad, debido a que buena parte de la realidad es experimentada a través de los medios y a que estos proporcionan materiales simbólicos a partir de los cuales es posible construir la imagen de uno mismo, pero la pregunta es si es hora de abandonar la experiencia vital, cotidiana, como un referente importante para construir la identidad tanto individual como colectiva. Este es un interrogante que queda abierto para los lectores de este libro.

Mirra Villadiego Prins

Departamento de Comunicación