

Militancia en internet: la experiencia de la radio y la televisión.

Mirta Mauro, Sheila Amado y MA. Cristina Alonso.

Cita:

Mirta Mauro, Sheila Amado y MA. Cristina Alonso (2011). *Militancia en internet: la experiencia de la radio y la televisión*. IX Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-034/670>

Militancia en internet: la experiencia de la radio y la televisión

Mirta S. Mauro, Cristina Alonso, Sheila Amado

Carrera de Sociología - Facultad de Ciencias Sociales – UBA

msmauro@ciudad.com.ar

alonso.cristina2007@gmail.com

mafaldaylamusica@yahoo.com.ar

RESUMEN: En los colectivos sociales y culturales se observan procesos de cambio en las formas de intervención social y política, siendo la comunicación el centro de actividades de estos grupos, la cual se manifiesta no solo en forma escrita sino también audiovisual, haciendo uso de los medios provistos por Internet en el marco de la denominada cultura digital, en donde expresan aperturas posibles en nuevas formas de comunicación.

En este documento se analiza la apropiación colectiva de las tecnologías por parte de grupos de radio y televisión digital de Buenos Aires, tales como Canal 4, Culebrón Timbal y FM en tránsito. Se describe y analizan los diferentes enfoques y formas de intervención militante que adoptan estos colectivos, las modalidades de utilización de los recursos de Internet y sus redes sociales para incorporar la radio y la televisión a este medio tecnológico, mediante sitios web propios y otras modalidades.

Palabras clave: comunicación alternativa – colectivos de radio – colectivos de televisión – formas de intervención

REFLEXIONES EN TORNO A LA CIBER CULTURA

El surgimiento del mundo virtual ha provocado el desarrollo de un agudo debate entre diferentes posiciones encontradas. Para algunos es la cúspide de la interacción en las relaciones sociales, en donde prima el mundo libre, igualitario, el inicio de la aldea global; otros lo consideran como el inicio de un complejo y oscuro problema de la época actual que nos remite a un cambio de valores, de las instituciones, una ruptura del tejido social, el hombre se modifica, se retrotrae a sí mismo.

Levy (1998) lejos de posiciones extremas, se refiere a la ciber cultura en un sentido evolucionista y la define como “una mutación de la misma esencia de la cultura”, como producto de la evolución donde se observa un cambio generalizado y un sistema cultural como totalidad, en donde la evolución humana se relaciona con la tecnología y el cambio cultural y social.

Se trata sin duda de nuevos protagonismos alrededor de la denominada “ciber cultura” y nos plantean interrogantes ante estas potencialidades. ¿Cómo caracterizamos a nuestra sociedad? ¿Qué transformaciones se producen en la sociedad y en los sujetos? ¿Cómo nos ubicamos en éste período histórico? ¿Hay un desplazamiento de lo físico a lo virtual?

Algunos de estos aspectos lo desarrolla Barbero (1998) considera a la época actual como de descentramientos de tres órdenes: el de los saberes, los territorios, los relatos. Agrega que debemos aceptar la incertidumbre como un elemento intrínseco del mundo actual y dejar de pensar en verdades absolutas.

Menciona que los procesos de construcción simbólica de la sociedad se destructuran y recomponen en nuevas lógicas sociales. Entonces estamos ante nuevas formas de sociabilidad que se desarrollan en el ciberespacio y no en las formas tradicionales de comunicarse como ser cara a cara, de encuentros físicos.

Otros discursos muestran a Internet, como una tecnología inherentemente democrática, e incluso libertaria ingobernable que rompió las fronteras de los estados-nación y de sus intentos de control, y que ejerce presión en una nueva cultura universal y en sus formas de interacción. Así internet nos dirige a un nuevo modelo cultural cuya forma está prefigurada en la propia tecnología.

La propuesta de Stratton (1998), marca otra dirección pues plantea que Internet forma parte del sistema capitalista, “es una tecnología más, como el telégrafo o el teléfono, y su objetivo es la progresiva desterritorialización de la producción, distribución y consumo de mercancías, cuya consecuencia es la disolución de las culturas locales.

También otros estudios sobre Internet, se centran en caracterizar a las interacciones que se dan dentro de la red como cultura on-line diferenciando de la cultura off-line. Las primeras se definen como una comunidad virtual que origina un estilo de vida particular.

Pero Internet reconfigura tanto lo on-line como off-line, todos los espacios virtuales, lo cual da nombre a la denominada cultura digital. Se trata de la popularización de las tecnologías digitales de la imagen, que junto con el desarrollo de programas informáticos y sitios web, introducen nuevas prácticas de producción, distribución y consumos de productos culturales.

Creemos que en estos escenarios, sitios como YouTube, Google Video, etc., permiten que cualquier usuario de Internet pueda colgar contenidos visuales y así poder compartir públicamente su producción de forma gratuita y llegar a miles de usuarios. Además estos sitios son también espacios de interacción social y de comunicación directa entre los participantes, que es a su vez pública y personal, entonces, en lugar de la localidad, el ciberespacio; en lugar de la presencia, los lazos virtuales.

Piscitelli (1995) nos proporciona una mirada similar a la ya expuesta. Se producen mundos de interacción compartidas, que se comunican con seres digitales, el cuerpo no requiere presencia para la interacción, es amputado; el texto y el correo electrónico ocupan su puesto es decir que las relaciones se desenvuelven en un nuevo espacio caracterizado por la desterritorialización y la inmaterialidad. Aquí los Individuos son liberados de su identidad y se les exigen interacciones en base a informaciones y texto, son nuevos mundos y nuevas maneras de construir el sentido, en donde lo primordial es la posibilidad de insertarse en la red.

Entonces la ciber cultura nos muestra nuevas significaciones y entre ella el debate en torno a las nuevas identidades.

Rueda Ortiz (2008) plantea que estamos ante nuevos escenarios, en los cuales los colectivos y movimientos sociales expresan aperturas posibles hacia nuevas posibilidades de expresión. Estamos ante una atmósfera social y cultural donde las tecnologías por sí solas no producen transformaciones políticas. Son las estructuras, las redes y las prácticas sociales en las que éstas se insertan las que le otorgan un nuevo significado a la cooperación y a las prácticas sociales.

En el presente trabajo se describen algunas características de colectivos sociales y políticos de Buenos Aires, que hacen uso de las tecnologías, en particular la radio y la televisión, no solo como instrumento para la militancia sino como formas de articularse en red, estableciendo vínculos con otros colectivos u organizaciones con objetivos parecidos que en general trascienden las fronteras nacionales.

Veremos en primer lugar un escueto relato histórico de estos colectivos, para luego conocer cómo se autodefinen, cuál es el público que los sigue, el uso de internet y de las tecnologías disponibles, las modalidades utilizadas para la producción de los contenidos.

BREVE HISTORIA DE LA RADIO Y TV COMUNITARIA EN ARGENTINA

En el último decenio del siglo XX se produce en la Argentina, así como en toda Latinoamérica, un marcado avance de las denominadas políticas neoliberales. La privatización de empresas, la desregularización de la economía y con ello el consecuente desmantelamiento del Estado desemboca en una crisis social y política que tiene como punto más álgido el levantamiento popular de diciembre de 2001.

En este contexto los grupos dedicados a la producción contrainformativa surgen como un actor clave tanto en la difusión de los hechos que se producían por aquel entonces, como así también en la organización de las clases populares. En este sentido, el estallido social de 2001 se presenta como un punto de inflexión en la organización política de los sectores populares a nivel nacional, donde por una

parte se consolidan experiencias previas y donde por otra se producen las condiciones necesarias para el surgimiento de nuevas experiencias.

En el caso de las radios comunitarias podemos rastrear sus inicios a mediados de la década de los 80, en el contexto del retorno de la democracia. Estas radios surgen como respuesta a un nuevo actor consolidado durante la dictadura militar: los medios masivos de comunicación. La complicidad de estos medios con la junta militar durante el periodo que va del 76 al 83, permitió a los primeros hacer grandes negociados y con ello adquirir un gran poder económico y social. De aquí en más los medios de comunicación se convertirían más que nunca en un actor político de creciente peso. Tal es así que la ley de radiodifusión sancionada durante la pasada dictadura militar regulará los medios por más de 30 años.

A la par de este fenómeno, la juventud comienza a tener cada vez mayor incidencia en la vida política, entre las distintas intervenciones en las que tienen participación encontramos la producción radial. De acuerdo con Ernesto Lamas (1) del colectivo La Tribu el fenómeno de las radios alternativas tiene múltiples causas:

- El abaratamiento de los costos tecnológicos y el acceso a una determinada posibilidad de emitir.
- Una nueva conciencia sobre los medios, como un espacio estratégico más que táctico.
- El fenómeno de crisis de los sectores de delegación y representación política clásica, como pueden ser los partidos, los sindicatos y las instituciones más reformistas.

La década de los 90 se presenta como una época difícil para las distintas radios comunitarias que por una parte peleaban por la legalización de sus señales y por otra sufrían los embates de una economía hostil para llevar adelante cualquier tipo de microemprendimiento que permitirá sostener los distintos proyectos. Frente a un gobierno que acentuaba las políticas neoliberales de desregularización del Estado y promovía la apatía política, las radios comunitarias lucharon por sobrevivir en un contexto difícil.

Respecto al surgimiento de las distintas televisiones alternativas y comunitarias, encontramos muchos puntos en común con la historia de las radios comunitarias. Estas también surgen a partir de los años 80 y son calificadas como experiencias piratas y sancionadas por el COMFER (comité federal de radio difusión). De acuerdo con María Cecilia Fernández (2) “El fenómeno televisivo de baja potencia surgió con la vuelta a la democracia siendo parte de un proceso de transformación político-social en la sociedad argentina. El imaginario colectivo reclamaba el uso de los medios para la creación de otro tipo de comunicación: participativa y democrática.” Según la misma autora hacia el año 1992 existían 250 canales en todo el país nucleados en la Asociación Argentina de Teledifusoras Comunitarias (AATECO).

El año 2001 encontrara a estas experiencias (tanto la radio como la TV) más fortalecidas a partir de las contradicciones que comenzó a generar el modelo menemista en su segunda presidencia, las dificultades económicas, la falta de políticas sociales, entre otros factores movilizaron a la sociedad civil en busca de un cambio político.

Otra de las variables que no podemos dejar de incluir en nuestro análisis es la innovación tecnológica que se da durante la década de los 90: la popularización y el abaratamiento de los costos de los ordenadores; la mejoran las características de otros artefactos tecnológicos necesarios para la producción audiovisual (cámaras, islas de edición, micrófonos, entre otros), favorecen la producción casera a bajo costo y permiten el inicio de nuevas expresiones mediante el formato web. De esta manera, los distintos colectivos experimentan y se apropian de un nuevo lenguaje, resignificando experiencias constituidas en formato analógico y dando lugar a nuevas producciones exclusivamente desde el formato digital.

LOS COLECTIVOS DE RADIO Y TELEVISIÓN DIGITAL: CÓMO SE DEFINEN

TV PTS, Barricada TV, Antena Negra, Canal 4 Darío y Maxi, se definen como grupo político que “hacen comunicación”, por una necesidad de comunicarse, o como medio de comunicación partidario, o grupo audiovisual de acción política, utilizando la comunicación como un frente más de lucha, entendiendo la comunicación como algo estratégico. Si bien utilizan una herramienta ligada al concepto de la estética, el objetivo es político.

En el caso de Ágora TV se definen como un grupo de afinidad política, libertaria, no pertenecientes a ningún partido ni a ninguna estructura superior.

Culebrón Timbal, de característica más barrial, se define como productora cultural comunitaria utilizando plurimedios, para diferenciarlo del término de multimedios por su connotación de índole comercial y capitalista, a través de su radio, canal de televisión y diario que se edita en red.

En general alguna coyuntura histórica en particular genera la necesidad de producir un medio de comunicación, como es el caso de los integrantes de Canal 4-Antena Negra que lo gestan básicamente porque perciben una campaña a partir de 2003 hasta estos días, de deslegitimación de los movimientos sociales, de criminalización de la protesta social, motivando la apropiación de esta herramienta de comunicación con el fin de generar cambios.

Algunos surgen en el contexto del movimiento piquetero (TV Barricada), conformado por compañeros que venían de experiencias previas en cine piquetero y la televisión piquetera. Algunos han participado de la experiencia de Utopía TV en los `90. Otros participan a su vez en organizaciones de trabajadores desocupados (Antena Negra).

El medio que mayor antigüedad tiene, entre los relevados, FM en Tránsito, nace como una cooperativa en el contexto de la primavera democrática alfonsinista, nucleando a un grupo de periodistas de la zona (Castelar) que no encontraban el espacio para escribir lo que querían expresar.

El objetivo en general de estos medios de radio y televisión es darle voz a los que no tienen voces, trabajando de manera horizontal y participativa, tomando decisiones colectivas y consensuando la toma de decisiones.

El público al que va dirigido, varía según el alcance de su difusión. Los que se pueden ver u oír por internet, en general el público suele ser heterogéneo aunque en general presenta determinada afinidad política que motiva el consumo de este tipo de comunicación. En el caso de aquellos medios que transmiten a través de la instalación de una antena con cierto alcance, que en general no supera los 6 km., el público habitual es el vecino de la zona.

INTERNET Y LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS DIGITALES COMO FACILITADORES DE LA COMUNICACIÓN.

El progresivo uso y penetración de Internet motivó la transmisión, en algunos casos, de televisión en vivo, a través de este medio, lo que posibilita una mayor expansión. A veces incluyen un canal de chat en la propia página, posibilitando que el público realice preguntas, lo que permite una comunicación participativa.

Perciben a internet y las nuevas tecnologías como facilitadoras de la comunicación, permitiendo que se desarrollen muchos más espacios de comunicación.

La experiencia de la radio on line permite trasladar los contenidos de lo que producen a diario en la radio tradicional a un soporte digital para que mucha más personas tengan acceso, y no sólo con alcance al área geográfica donde se encuentra instalada la antena. Así es, que no sólo puede ser escuchada, como en el caso de FM En tránsito, por los vecino residentes en zona oeste, sino también de cualquier lugar del país o del exterior, teniendo acceso de esta manera a los contenidos de un medio alternativo sumando audiencia.

Otros utilizan el espacio televisivo a través de internet, pero no con producción de televisión en vivo porque requiere muchas horas de trabajo de varios compañeros, y en todos los colectivos de comunicación, los integrantes trabajan en otras actividades para poder subsistir. Algunos hicieron la experiencia con mesas de debates combinados con editados, con formato parecido a lo que puede verse en un programa de televisión abierta o por cable, pero como Internet es otro tipo de formato, en internet, tiene mucha divulgación el producto comunicacional cuando se incorpora a la entrevista un montaje de imágenes y de informe.

TV PTS cuenta la experiencia de lo que significó internet cuando fue el golpe de estado en Honduras. Realizaron a través de internet una campaña de relaciones, no conocían a nadie en dicho país, y comenzaron a contactarse con mucha gente que incluso actuaban de corresponsales y que nunca llegaron a conocer personalmente. Les enviaban material que podían comunicar en directo por Internet, se hablaban por teléfono, realizaban entrevistas y publicaban en forma inmediata. Incluso en Honduras replicaron videos producidos por TV PTS. Esto demuestra la dinámica de este medio y en especial en los procesos de lucha de clases.

El temor de este grupo es que así como en otro momento histórico hubo prohibición de prensa, aparezca una nueva legislación que “van a reventar servidores, va haber distintos problemas para transmitir” (TV PTS).

La tecnología actual les facilita que entrevistas de buena calidad sean realizadas, a veces, por el propio fotógrafo, pues con la misma cámara de fotos pueden grabar y cubrir un determinado conflicto, que luego puede ser enviado vía e-mail. Algunos perciben esta etapa digital como un período de abaratamiento de los costos de la tecnología, ya que permite la circulación de la imagen audiovisual, con sólo portar una cámara digital y un mini DV en el bolsillo, cuando antes se requería de transportar una filmadora de 35 mm.

Los colectivos perciben que la homogeneización del formato tecnológico permite un estándar de reproducción que nada tiene que envidiar a un canal comercial. Antes la mala calidad de la imagen actuaba como excusa para la censura. Hoy se tiene acceso a una tecnología que tiene una calidad de registro que permite acceder a formas de distribución y de emisión con un estándar comercial; con cualquier cámara digital se iguala la calidad registrada por un canal comercial y profesional.

Pero lo que se viene, HD (high definition) de alta definición, preocupa a algunos.

LA PRODUCCIÓN DE LOS CONTENIDOS

La producción en casi todos estos medios de comunicación suele ser propia. En el caso de Antena Negra tienen tanto programas propios, -de información, de video debate, en el que presentan videos sobre determinados temas de la realidad y luego se realiza un panel de debate-; y por otro lado tienen producciones de terceros.

FM En tránsito, presenta una característica similar utilizando una producción combinada, de acuerdo a determinadas bandas horarias, es decir a partir de un determinado horario, en días de semana en una franja horaria muy amplia la producción es propia con participación de todos los socios de la cooperativa, quienes a su vez elaboran los costos de producción de los programas así como la explotación de la producción de los mismos, recibiendo apoyo de colaboradores

–no socios- con aporte de trabajo.

A partir de las 19:00 hs., los días de semana, se abre el espacio para las producciones independientes que pagan por el mismo y realizan su programa, existiendo criterios políticos e ideológicos para la aceptación de las propuestas. No obstante la venta de estos espacios, es la propia cooperativa la que toma las decisiones del departamento de técnica y arte, editando todas las piezas, separadores, aperturas, etc., las producciones independientes no editan, “por una intención de que tenemos que ser buenos técnica y estéticamente, no necesariamente una radio por ser popular, barrial, alternativa, comunitaria, tiene que sonar mal”. Tienen mucha rigurosidad en lo que respecta a la calidad del sonido, a la calidad del producto en general, porque “el oyente no discrimina entre producción independiente y la producción de la cooperativa” (FM En Tránsito)

El canal TV PTS intenta en sus producciones, por un lado, mantener una línea de actualidad con coberturas, con informes de coyuntura, con denuncias sobre hechos determinados o de agenda pública. La información que transmiten los grandes medios de comunicación para política nacional, pero desde otra perspectiva. Por otro lado, producciones quizás no tan asociadas con la actualidad, pero que a criterio del colectivo merecen ser analizadas o investigadas, y ligado siempre a los objetivos de la organización política de pertenencia, como es la reivindicación de las ocho horas de trabajo obligatorio, los distintos tipos de luchas sociales o de lucha de la clase obrera como la de los trabajadores de Kraft.

Barricada TV se propone contar el mundo desde su propia mirada a partir de lo específico del género periodístico, construir un noticiero popular que pudiera servir de base a su proyecto de montar una televisión. El noticiero popular es semanal y va en vivo, en oportunidades han cubierto episodios delictivos no informado por los medios masivos, como el asesinato de un joven en una comisaría. Producen sus propios programas buscando “un estilo propio que no sea el del capitalismo”. Transmiten desde las instalaciones del IMPA (primera fábrica argentina recuperada y mantenida por sus trabajadores).

Culebrón Timbal, la productora cultural comunitaria, que maneja, lo que ellos denominan un plurimedio –radio, canal de TV, diario-, por sus características tienen la concepción de que la radio es de todos, es del barrio, por tanto es la propia gente la que hace los programas “hay una señora que se llama Norma que tiene 3 años haciendo programas de chamamé y es la más escuchada”. En la televisión la concepción es similar intentando integrar al barrio a la escuela y al Culebrón.

En cuanto a la propiedad de la imagen, para los colectivos no debería tener propiedad privada, la imagen es para ser compartida, apropiada y difundida. Toda la producción publicada en la página web por estos grupos, puede ser bajada, utilizada y reutilizada.

REFLEXIONES FINALES

Los colectivos políticos y sociales utilizan la radio o la televisión a través del mundo digitalizado o no, como forma de militancia social o política, como medio para incluir a los excluidos de su uso, con impacto a los sectores más populares de la población, fomentando una lectura diferente o crítica de la información aportada por los medios masivos de comunicación, integrándose a otros colectivos de comunicación alternativa y de contrainformación, intentando que estos medios alternativos se constituyan en una forma de difusión de las ideas y de sus luchas, posibilitando que todas las expresiones del campo popular encuentren un espacio para su manifestación.

Para Castell ese mundo interconectado de múltiples nodos de comunicación, en donde la realidad es capturada por dicha circulación de imágenes y textos en donde no solo se comunica las experiencias, también se conforma el sentido colectivo de esas interacciones simbólicas, se construyen propósitos compartidos,

La comunicación es el objetivo, son esas experiencias compartidas donde lo sujetos conforman su identidad, sus acuerdos y desacuerdos con los sujetos digitales, son comunidades que podemos definir como agregaciones sociales mediadas por la computadora y nodos de telecomunicaciones.

Alfonso Gumucio Dagrón (3) especialista en comunicación, autor de varios libros sobre comunicación, cineasta, fotógrafo dice en un artículo titulado TV Comunitaria, publicado en la página web de Ágora TV, que “el gran reto de la televisión comunitaria es desarrollar una propuesta estético-televisiva y cultural que se convierta en uno de los sustentos principales de su legitimidad en el seno de la comunidad, que satisfaga los deseos y expectativas de una audiencia crítica y comprometida con su medio de comunicación”. Agrega que a diferencia de la televisión comercial, la comunitaria planta sus raíces en la cultura local, lo que implica la afirmación de una identidad propia.

BIBLIOGRAFÍA

Barbero, Martín, citado en Emilia Bermudez, Gilderdo Martínez. Los estudios culturales en la era del Ciber espacio. [en línea] [Consulta: 24 mayo 2011]. Año 8 N°26, Setiembre-Diciembre 2001 <http://redalyc.uaemex.mx> ISSN 1405-1435-p.12

Bresser Pereira L. (1991). América Latina: ¿Consenso del Washington o crisis fiscal?, en pensamiento iberoamericano, N° 19, México.

Castells, M. 1999. La era de la información. Vol II El poder de la identidad. “La otra cara de la tierra: movimientos sociales contra el nuevo orden global”, p. 92. Siglo XXI, México

Dagron, Alfonso Dumucio. TV comunitaria. En línea]. [Consulta: 3 de junio 2011]. Disponible en: < <http://www.agorativ.org> >

Fernandez, María Cecilia. Utopías en el aire. [En línea]. [Consulta: 3 de junio 2011]. Disponible en: < <http://www.agorativ.org> >

Lamas, Ernesto. Radios comunitarias: Lenguajes, características y preguntas. 2007. [En línea]. [Consulta: 2 de junio 2011]. < Disponible en: <http://www.vivalaradio.org/comunicacion-alternativa/radios/invitar-al-otro.html>>

Levy, P. Citado en Elisenda Ardévol, Josep Martí, y Joan Mayans. (2002-Setiembre) La cultura de Internet o el análisis cultural de los usos sociales de Internet. En IX Congreso de la Antropología FAAEE Barcelona.

Piscitelli. Citado en Emilia Bermudez, Gilderdo Martínez “Los estudios culturales en la era del Ciber espacio” [en línea] [Consulta: 24 Mayo 2011] Año 8 N°26, Setiembre-Diciembre 2001 <http://redalyc.uaemex.mx> ISSN 1405-1435.p.14

Rueda Ortiz, Rocío (2008). Cibercultura: metáforas, prácticas sociales y colectivos en red. Revista Nómadas, N° 28, abril, IESCO, Bogotá.

Stratton J. citado en Elisenda Ardévol, Josep Martí, y Joan Mayans.n(2002-Setiembre) La cultura de Internet o el análisis cultural de los usos sociales de Internet. En IX Congreso de la Antropología FAAEE Barcelona.

REFERENCIAS

(1) Lamas, Ernesto. Radios comunitarias: Lenguajes, características y preguntas. 2007. [En línea]. [Consulta: 2 de junio 2011]. < Disponible en: <http://www.vivalaradio.org/comunicacion-alternativa/radios/invitar-al-otro.html>>

(2) Fernandez, María Cecilia. Utopías en el aire. [En línea]. [Consulta: 3 de junio 2011]. Disponible en: < <http://www.agorativ.org> >

(3)Dagron, Alfonso Dumucio. TV comunitaria. En línea]. [Consulta: 3 de junio 2011]. Disponible en: < <http://www.agorativ.org> >