

LA CONQUISTA DEL ESPACIO RADIOFÓNICO. PRÁCTICAS DE COMUNICACIÓN ALTERNATIVA QUE MATERIALIZARON NUEVAS FORMAS DE SUBJETIVIDAD

Verónica Beatriz García Viale
Universidad de Buenos Aires (Argentina)
veronica_b_garcia@yahoo.com.ar

Resumen

Este artículo ha sido escrito en el marco del proyecto de investigación *Sujeto y subjetividad en la constitución de las prácticas* (UBACyT 2004-7). Sobre la base de que la especificidad de la industria cultural respecto de otros sectores de la economía se vincula a su dimensión sobresaliente en las matrices ontológicas e históricas de subjetividad, este trabajo busca elucidar qué relaciones se establecen entre la producción de experiencias comunicacionales contrahegemónicas y los procesos de institución de subjetividad enmarcados por sociabilidades alternativas a las establecidas. Se observa, en particular, que la miniaturización de los equipos emisores y receptores de radio y la crisis del servicio público de radiodifusión en Europa no operaron sólo como determinación material de la producción radial, sino que presentaron, como consecuencia de la intervención del debate político de la izquierda en la década del '70, la condición de posibilidad de la emergencia de los radios libres. La discusión en torno a este fenómeno resulta un punto de inflexión clave puesto que implica un salto cualitativo en la reflexión acerca de las prácticas comunicacionales alternativas por parte de sus propios participantes.

Palabras clave: prácticas de comunicación alternativa – producción de subjetividad – determinación material – radios libres.

I. Introducción: las prácticas de comunicación alternativa y su determinación material

A diferencia de lo que ocurre con otras tecnologías, las invenciones mediáticas tienen un rol preponderante en la producción de subjetividad y, por lo tanto, definen en gran medida un rasgo distintivo de nuestra época. En este sentido, en 1977, tienen lugar dos acontecimientos fundacionales, por un lado, la emergencia del fenómeno que ha sido definido como Sociedad de la Información, por otro, experiencias comunicacionales contrahegemónicas. En ese momento, mientras los radios libres conocían su breve florecimiento, Simon Nora y Alain Minc (1) preparaban un informe para el Estado francés en el cual, mediante la invención del concepto *Telemática*, previeron los múltiples efectos de la convergencia (2) entre las telecomunicaciones, los *mass media* y la Informática.

Desde entonces, Félix Guattari ha dedicado múltiples obras a analizar tanto las consecuencias del proceso de convergencia sobre la institución de subjetividad como las manifestaciones de una subjetividad instituyente en el accionar de medios alternativos. Según este autor, en la Sociedad de la Información, *“los medios y las telecomunicaciones tienden a ‘duplicar’ las antiguas relaciones orales y escriturales. Se ha de notar que la polifonía ya no asociará solamente voces humanas sino también voces maquínicas, con los bancos de datos, la inteligencia artificial, etc. La opinión y el gusto colectivo, por su parte, se verán trabajados por dispositivos estadísticos y de modelización como los producidos por la publicidad y la industria cinematográfica”* (3). Contando con los postulados de Guattari como condición de producción, este trabajo intentará elucidar el lugar de los fenómenos de la comunicación y los *mass media* en cuanto matrices ontológicas e históricas de subjetividad y su imbricación en los campos de la política y la economía, suponiendo la búsqueda de formas no substancialistas de considerar el sujeto. Se observa que los procesos de subjetivación como procesos histórico–sociales que nos constituyen, se instituyen sobre una materialidad que opera como condición de posibilidad. Esta condición de posibilidad es al mismo tiempo una instancia que instaaura un posible campo de resistencia. Esto nos permite sostener que hay un campo posible de subjetivación bajo la forma de prácticas de conformación de sociabilidades alternativas a las hegemónicas.

Distintas teorías sociales han observado que la especificidad de la industria cultural respecto de otros sectores de la economía se debe a su dimensión sobresaliente en los procesos objetivos histórico–sociales de subjetivación. Asimismo, han establecido que la importancia de esta industria se debe principalmente a que las tecnologías mediáticas funcionan como sector dinámico de la economía. Se considera que una perspectiva no excluye a la otra y que si bien, en principio, el objeto del debate que se analiza a continuación no es el concepto de sujeto, los argumentos de los oponentes implican presupuestos elementales acerca del tema.

A partir de la crítica al enfoque culturalista sobre el lugar del consumo en el funcionamiento de los *mass media*, la mencionada polémica aborda problemáticas pertinentes al presente trabajo. En el marco de una filiación marxista, Claudio Katz observa que la perspectiva de análisis de los estudios culturales se caracteriza por considerar que la tecnología *“está configurada en cada*

sociedad por los valores ideológicos dominantes" (4). En contraposición a lo sostenido por el marxismo, para la postura culturalista, la actividad de la ideología (en tanto parte de la superestructura) determina el desarrollo de la técnica, perteneciente a la infraestructura económica de la sociedad. En realidad, la innovación tecnológica está, según Katz, directamente determinada por las exigencias dependientes de las leyes del capital. En este sentido el concepto de modo de producción, puesto que posibilita relacionar ciertos "patrones culturales" con los principios de funcionamiento de la economía capitalista, resulta entonces vital para comprender las innovaciones tecnológicas. Si estas innovaciones existen es debido a que *"el empresario sólo las introduce bajo la compulsión de la competencia, para abaratar costos, e incrementar la productividad con el objetivo de aumentar la extracción de la plusvalía"* (5).

Katz demuestra, dentro su esquema, las razones que hacen necesaria a la innovación tecnológica. Pero si bien la forma concreta que ésta pueda adoptar tenderá a la confirmación de imperativos vinculados con la acumulación capitalista, nada asegura por completo que el producto tecnológico cumpla fehacientemente con estos imperativos y que no pueda ser utilizado de un modo subversivo. Del mismo modo, lo inverso es posible: es decir, ciertas invenciones tecnológicas creadas con afán democratizador (6) pueden ser puestas a trabajar en su beneficio por las grandes corporaciones empresariales.

Un argumento similar al sostenido por Katz, es esgrimido por Nicholas Garnhan en su crítica a los estudios culturales. Al perder de vista la determinación de la superestructura por parte de base económica, los teóricos de los estudios culturales han situado en las prácticas culturales relacionadas al esparcimiento un espacio de libertad para los consumidores. Sin embargo, recordar el rol de las estructuras de dominación que regulan las prácticas culturales no implica que la Economía Política sea *"un funcionalismo: no postula que ciertas superestructuras se crean porque el modo de producción así lo requiere. Una vez más la historia muestra que el modo de producción puede desarrollarse en el marco de una variedad de formas superestructurales heredadas: el único requisito es que sean compatibles con el modo de producción"* (7). Garnhan señala que existe para los sectores subordinados la posibilidad de reinterpretar y utilizar hacia fines propios el material cultural provisto por el sistema de producción capitalista. Pero también insiste en que la presencia de estructuras de dominación crea las condiciones para que las reinterpretaciones no sean azarosas sino que se dirijan en dirección al mantenimiento del sistema.

En su refutación de la crítica de Garnhan, Lawrence Grossberg afirma que si bien existe la capacidad por parte del capitalismo de determinar la distribución de las mercancías, éste no puede regular de idéntica manera la circulación del sentido. El deseo de las instituciones de la clase dominante de ejercer un control sobre *"la forma en que la gente interpreta los textos o lo que hace con ellos no significa que estas 'intenciones' determinen de hecho lo que la gente piensa y hace"* (8). Sucede entonces que al creer que el público está condenado por su lugar en la estructura productiva a reproducir las relaciones sociales dominantes, no es posible analizar el surgimiento de las contradicciones concretas y los cambios en la sociedad. De este modo, la subjetividad se piensa únicamente como simple efecto de los acontecimientos macrosociales. No obstante, la subjetividad instituyente se manifiesta en un hito fundamental de la historia de las prácticas de la comunicación políticamente radicalizadas, la acción pública política de las radios libres pone en cuestión significaciones sociales predominantes sobre los medios en el imaginario social de la época.

Félix Guattari en su modelo de la génesis de las formaciones técnicas y maquinicas utiliza un modelo complejo que invoca principios pertenecientes tanto a la Economía Política como al análisis de matriz culturalista, sin por ello caer en un eclecticismo estéril. De acuerdo a Guattari, toda máquina requiere ciertos requisitos para poder ser realizada de manera efectiva. Los factores que deben confluír son:

- 1) Un Universo diagramático con los planos de su 'factibilidad' teórica.
- 2) Universos tecnológicos que trasponen esa 'factibilidad' en términos materiales.
- 3) Universos industriales aptos para producirlos efectivamente.
- 4) Universos imaginarios colectivos correspondientes a un deseo suficiente de hacerlo nacer.
- 5) Universos políticos y económicos conducentes, entre otras cosas, a liberar los créditos de su puesta en práctica (9).

Los estudios culturales suelen centrar su análisis sobre la existencia de "un deseo social" (en este caso el factor Nº 4) que actuaría como potencia productora de los avances tecnológicos. Para Guattari, en cambio, el surgimiento de la innovación tecnológica debe alcanzar una alta consistencia en cada uno de estos factores para que el producto llegue a existir de manera fehaciente. El avión supersónico Concorde, por ejemplo, logró mostrar una alta consistencia en los cuatro primeros factores pero su falta de rentabilidad (vinculada en este modelo con el factor Nº 5) redujo su producción a sólo una docena de ejemplares. Sin embargo, en la actualidad, sólo subsiste como la raíz de un posible linaje de aviones supersónicos.

En el caso de la radio, los distintos factores comienzan a tomar consistencia a principios de la década de 1920. Las investigaciones acerca de posibilidad de la transmisión sin cables que tenía su antecedente en el telégrafo inalámbrico, la

existencia de una industria del electrodoméstico, la concentración de la población en las regiones urbanas, la aparición de lo que Adorno y Horkheimer (10) denominaron la industria cultural, la necesidad del Estado de disponer con un medio de propaganda masiva y la viabilidad económica: son los factores que contribuyeron históricamente a la aparición y expansión de la radio.

II. Breve historia de la radio, descripción técnica

Desde sus orígenes (fue bautizada oficialmente en 1920), la radio conjuga el aparato de telefonía y la radiotelegrafía inalámbrica. Antes de que se divulgaran los micrófonos dinámicos (en los que la misma presión acústica desplaza al conductor en su campo magnético) en la radio se empleaba el arcaico micrófono de carbón que se había usado en la telefonía. También en principio, los auriculares para radio funcionaban como los de la telefonía basados en efectos magnéticos hasta que se difundieron los auriculares dinámicos que funcionan como el altavoz.

La transmisión de audio a grandes distancias se obtuvo con la invención de las válvulas termoiónicas amplificadoras. El sonido se convierte en ondas en el micrófono del transmisor. Es decir, los micrófonos transforman la energía acústica en energía eléctrica (conservando, con mayor o menor sensibilidad, la proporción entre la intensidad del sonido captado y la tensión eléctrica de salida). Luego la señal se transforma en corriente alterna de baja frecuencia a través de una antena. Finalmente, el receptor de radio amplifica las señales y las convierte en sonido en el parlante.

Se llama equipos de baja frecuencia a los que generan, captan y manejan la señal que será transmitida. Es decir a los que crean la señal, o la información. Y se denomina equipos de alta frecuencia a los transmisores de la señal en forma de ondas electromagnéticas que viajan por el espacio.

En 1947, se construyó el primer transistor, que permitía amplificar una señal hasta cien veces y la *Radio Regency Electronics* de 1954 fue el primer aparato de radio totalmente transistorizado (a diferencia de los radios a válvulas no necesitaba calentarse para funcionar). La reducción de los aparatos de emisión y recepción creció en forma directamente proporcional al abaratamiento de la adquisición y mantenimiento de los equipos y la difusión del acceso y la participación en la radio. Por eso se resalta, como lo hace Claude Collin, la importancia de la popularización de los transistores en la década de 1960: *“El descubrimiento de los transistores ha permitido la fabricación barata de estaciones de radio en miniatura, fácilmente transportables, accesibles a todos los bolsillos. Esto asegura a la radio una audiencia masiva potencial enorme. (...) Las razones de orden económico tienen también su importancia. La radio, en razón de la relativa simplicidad del equipo necesario para su producción y difusión, es el medio que posee la mejor relación costo–penetración”* (11).

Las formas típicas de codificar o modular una frecuencia de una emisión (o la onda portadora de la señal) son en amplitud (Amplitude Modulation o AM) y frecuencia (Frequency Modulation o FM). El alcance del emisor es mucho más reducido en la FM que en la AM eso permite que se multipliquen el número de emisoras locales que emiten en la misma frecuencia en regiones amplias. Con el uso de esta banda, la radio acentúa los rasgos que la caracterizaban: la flexibilidad y la instantaneidad.

III. Europa, hegemonía y crisis de legitimidad del servicio público

Como señala Guillermo Mastrini, durante la vigencia del *welfare state* existió un extendido consenso acerca de la presencia estatal tanto en las principales industrias como en el campo cultural. *“Mas allá de la restricción de tipo técnico, la economía europea necesitaba recuperarse una vez finalizada la guerra y no existía consenso para crear una estructura de medios competitiva, por parte de los principales actores sociales”* (12). Con la crisis del petróleo y el comienzo del fin del Estado de Bienestar, el consenso iba a empezar a mostrar fisuras cada vez más visibles. Si como sostiene Becerra *“la centralidad del rol del Estado en la regulación del audiovisual como servicio público o de interés público estuvo vinculada a la escasez del recurso de las ondas hertzianas”* (13), la difusión de la FM, por poseer los principios técnicos que ya hemos descrito, va a poner en cuestión la escasez como fundamento de la legitimidad de la regulación estatal. A ello se le sumará, la aparición de movimientos políticos contestatarios que pondrán en duda la legitimidad global del Estado para regular la vida social. La confluencia de estos dos factores determina en gran medida la aparición de las denominadas radios libres.

En 1922, se establecieron los primeros servicios radiofónicos permanentes en Gran Bretaña. Así, en la región que este trabajo focaliza, la radio superó al uso como sistema de transmisión de información en operaciones militares, navales, de Estado y del entretenimiento amateur y se desarrolló como medio de comunicación social.

En el mes de octubre de ese año, se creó la British Broadcasting Company (BBC), la empresa comercial que pronto se convertiría en el ente que sirvió durante 50 años como modelo de servicio público. Durante un período inicial las transmisoras tenían alcance local debido al uso de receptores de cristal y válvulas, se financiaba por la venta del aparato y después por la de la licencia. Con el empleo del mito de la escasez de frecuencias, entre otras argucias, se justificó primero el monopolio y luego la hegemonía del Estado sobre la radio, su gestión en manos especializadas y su concepto: el paternalismo. El servicio público se define en

oposición al modelo de libre mercado norteamericano en el que prima el fin de lucro, que se financia por la publicidad y por lo tanto trata a los oyentes como consumidores a segmentar. Predica la universalidad, el control unificado, elevar la calidad de los contenidos, no confundir los intereses nacionales y regionales con los gubernamentales e identifica a la comunidad geográfica con una comunidad de intereses. Los oyentes son objetivos a informar y perfeccionar por la diplomacia de los mejores en el ámbito local y nacional, se promueve que la cultura de elite eleve a las masas moralmente.

En la década de 1960, las radios piratas comerciales transmitían desde embarcaciones ubicadas en las costas británicas y alcanzaban a millones de oyentes, tenían pautas muy exitosas a pesar de que se hacían en negro. Mientras la televisión también le quitaba lugar, la BBC, la “tía”, cambiaba sus horarios y contenidos y apostaba a la radio local, pero su imagen no logró desvincularse del *establishment*. En esa misma década, comenzó a emitirse programación original para la FM. A partir de ese momento, esta banda reunió música, militantes radicalizados y “cultura juvenil”.

A diferencia de lo que sucedía históricamente con la BBC, la RAI carecía de autonomía frente al poder político. Hasta tal punto que la política de “compromiso histórico” se veía reflejada en la distribución de las frecuencias a los diferentes partidos políticos. La presión de Partido Comunista (PCI) y el Socialista (PSI) logró en abril de 1975 que se aprobara una ley por la cual la RAI salía de la órbita del Poder Ejecutivo para pasar a depender del Poder Legislativo. Se produjo entonces una política de distribución del ente estatal que se denominó *lottizzazione*. Esto implicaba que la coalición gobernante de la Democracia Cristiana y el PSI controlaban la primera y segunda cadena de la RAI, en tanto que el PCI se encargó de manejar la Cadena Regional creada en 1979 (14). Esta situación, convirtió a la RAI en un blanco predilecto de los movimientos autonomistas italianos.

IV. 1968, el debate por el uso de la radio en la izquierda

Frente al avance de la miniaturización y la portabilidad de las tecnologías radiofónicas (y la difusión del teléfono y los grabadores que también contribuyeron a hacer factible el *feedback*), y a la luz de los sucesos del mayo del 68, surgió en ámbitos de izquierda un debate por uso de los medios de comunicación audiovisuales para fines de propaganda política. Las posiciones enfrentaron a Hans Magnus Enzensberger y Jean Baudrillard. El primero evaluaba ingenua la postura de los estudiantes franceses de tomar el Teatro Odeón en lugar de ocupar las sedes de la radio y televisión francesa (la ORTF).

Enzensberger critica la actitud defensiva que la izquierda (en especial quienes formaron parte de los movimientos de mayo del 68) toma frente a los medios masivos de difusión que provocan la movilización que ella no puede activar: “*En la hostilidad de la Nueva Izquierda hacia los medios, parecen reproducirse con progresivo disfraz los viejos temores burgueses –tales como el temor ante las “masas”- así como los viejos anhelos burgueses de volver a una situación pre-industrial*” (15). Los supuestos progresistas se caracterizan por su falta de disposición a la “discusión racional” y eso los conduce a la demonización de lo nuevo y al aislamiento en lugar de a la movilización, niegan las contradicciones del capitalismo: todo objeto de cultura se define justamente por ser un singular acto de manipulación de la naturaleza. Enzensberger consideraba que los nuevos medios reunían condiciones para hacerlos útiles a una iniciativa de la izquierda: poseían una estructura igualitaria porque permitían a cualquier persona participar en ellos, los programas eran reproducibles a voluntad.

La conclusión de Enzensberger es que el miedo a la “integración” no debería ser una razón para que la izquierda se privara del uso de un medio como la radio, a la que ya Bertolt Brecht le había descubierto su potencial como vehículo de ideas progresistas. La radio es el medio masivo de difusión que contiene mayor posibilidad de *feedback*, en poder de las mayorías habilita la “*participación masiva*” (16). Cualquier receptor es una emisora, a la comunicación no se presentan obstáculos técnicos sino estrictamente derivados del oligopolio de la producción y de la comercialización. La “*estructura*” de los nuevos equipos y redes supone la reversibilidad, se difuminan las diferencias entre los que fueron diseñados para la transmisión punto a punto de los que se instituyeron para la punto a multipunto. Según el autor, técnicamente la radio es tan reversible como un *walkie-talkie*. Es “estructuralmente” igualitaria “*Gracias a un sencillo procedimiento de conmutación, cualquier persona puede participar en ellos*” (17).

Los programas de radio son o pueden ser democráticos a la inversa de los libros o las pinturas que son necesariamente clasistas. Pues desplazan y superan: el individualismo, “los privilegios de la enseñanza” y por consiguiente al “monopolio cultural”. Promueven la acción presente y no la pasividad de las artes burguesas, como único verdadero banco de datos “socializado” sirve a la memoria de los pueblos y a la divulgación del saber hacer para el consumo y para la producción de la cultura de masas. Para Baudrillard, Enzensberger cae en una “veleidad contradictoria”. El problema de Enzensberger para Baudrillard resulta de su apego al marxismo vulgar que cree en el valor de uso objetivo y natural, para el que: “*el carácter fetichista de las mercancías se logra imponer por completo a su valor de uso*” (18).

El medio por sí mismo no democratiza la palabra, aunque Enzensberger sostenga que el saber hacer en los *media*, sus regímenes de producción no tienen nada que ver con los soportes y finalmente con la técnica y los fines de sujeción para los que

fueron diseñados. Esa sacralización y dependencia del amplificador en sí mismo justifica las tesis sobre la sociedad del espectáculo. Desde la postura de Baudrillard, los medios entonces se caracterizarían por ser antimediadores, intransitivos, productores de no-comunicación, entendida la comunicación como el espacio recíproco de una palabra y una respuesta. Los medios son por lo tanto *“lo que veda para siempre una respuesta (...) Toda veleidad de democratizar los contenidos, de subvertirlos, de restituir la ‘transparencia de código’, de disponer de una reversibilidad de los circuitos o de tomar el poder sobre los media, carece de importancia como no se rompa el monopolio de la palabra”* (19).

Veinte años después de aquellas polémicas jornadas de mayo de 1968, otros autores retomaron la discusión y agregaron una tercera postura: si los estudiantes no intentaron copar la radiodifusión francesa fue porque *“recibían de al menos dos (emisoras) un trato comprensivo por sus acciones. Estas eran las periféricas RTL y Europa-1, cuyos informes detallados de los movimientos policiales las hicieron merecedoras del nombre de ‘radio barricada’, como las denominaba el Ministerio de Interior. El precio fue la subsiguiente purga en la radiodifusión francesa de los equipos próximos a la izquierda efectuada por los gobiernos de De Gaulle y Pompidou, y la división de ORTF en siete partes propiciada por Giscard d’Estaing”* (20).

V. Las radios libres no juegan a favor de las comerciales

En 1976, el Tribunal Constitucional declaró que la RAI, la radiodifusión estatal italiana, no poseía el monopolio en el ámbito local. A partir de ese momento se multiplicaron enormemente las emisoras comerciales (que ya existían en las periferias italianas y francesas), principalmente en la banda de FM por la falta de regulación.

En la década del 70, también tuvieron lugar las radios libres. El modelo de radio alternativa o libre, se postula no neutral políticamente y estima que sus oyentes son sujetos que tienen que participar críticamente, es decir, deben asumir su palabra sin intermediarios. *Radio Bologna per l’Accesso Pubblico* (1974) duró pocas semanas, estuvo a cargo de trabajadores, estudiantes y profesionales de radio vinculados al PCI y criticaba a la RAI que se hallaba bajo la esfera de influencia de la Democracia Cristiana.

Luego de la experiencia de Radio Bologna per l’Accesso Pubblico, en esa misma ciudad, y poco tiempo después, funcionó Radio Alice. En Milán (sobre todo en 1977, en momento más álgido de las luchas sociales italianas de la década del setenta) hubo otras emisoras sostenidas por voluntarios. Tras la experiencia de las radios libres italianas, distintos sectores de la izquierda francesa emprendieron la creación de emisoras similares. Los verdes las usaban porque creían en una radio autogestionada y descentralizada. Las radios libres compartían un ideario que fue expresado en el encuentro de radios libres europeas que se llevó a cabo del 25 al 27 de marzo de 1978: *“un objetivo de las radios libres, expresaba la declaración de esa reunión, debe ser el convertirse en un medio que invite a la comunicación al margen de la propia radio, es decir, que potencie lugares de encuentro entre diversos sectores o personas”*.

La expansión de las radios locales cobra un carácter inusitado. Entre noviembre de 1974 y julio de 1976 hacen su debut en el éter unas 700 emisoras. Hacia 1978 la cifra alcanzaba las 1.637, y para 1979 ya eran unas 2.500. No todas ellas pertenecían al movimiento de las “radios libres”. Desde el Estado, a partir de la declaración de inconstitucionalidad del monopolio de la RAI, hubo un tratamiento diferencial hacia las FM locales comerciales y las pertenecientes al movimientos de las radios libres. A las primeras se les posibilitaba transmitir a través de medidas cautelares judiciales, en tanto que las otras se las presionaba para que dejaran de emitir sus programas. En muchos casos, como por ejemplo en Radio Alice, la policía ingresó a punta de pistola en los estudios durante la emisión de un programa para poner fin a esta inédita experiencia radial. Al mismo tiempo que se clausuraba Radio Alice, Radio Milan Internazionale (una radio comercial de música sin licencia) recibía una sentencia judicial favorable que dictaminaba que podía seguir al aire en tanto no interfiriera otras señales ni tendiera al oligopolio.

Los ataques contra Radio Alice no sólo provinieron del Estado, sino también de las fuerzas políticas de izquierda. El PCI acusó a las radios libres de ser una suerte de ariete de los medios privados contra el sistema público de comunicación. Desde esta perspectiva, la experiencia libertaria de Radio Alice en realidad le hacía el juego a los intereses privados, que querían destruir el monopolio estatal de las licencias de radiodifusión para mercantilizar el éter. La evolución posterior de la regulación legal y la formación de grupos multimedia parecería darle la razón a la crítica del PCI. Según Franco Berardi (21), uno de los principales animadores de Radio Alice, esto dista ser así puesto que el fin del monopolio estatal no fue un efecto de la irrupción de las radios libres, sino que estaba inscripto en la evolución de las tecnologías de la comunicación. Es decir, independientemente de la aparición de las radios libres, el nacimiento de los grupos oligopólicos de la comunicación era sólo una cuestión de tiempo. Por otro lado, considera que es mejor una libertad de expresión en la cual exista el riesgo de una utilización comercial de los medios, que la centralización estatal de los medios.

VI. Conclusiones

Con el fin de analizar prácticas de comunicación alternativa como fenómenos de materialización de nuevas formas de subjetividad y sociabilidad que cuestionaron relaciones de poder micro y macrosociales ha sido indispensable el aporte de dos protagonistas directos de la experiencia de las radios libres: Félix Guattari y Franco Berardi. Ellos advirtieron en su momento que las radios libres suponen la autogestión, y deben enfrentar, en primer lugar, la tentación a ceder ante su propia institucionalización, para no reproducir las jerarquías vigentes en otros ámbitos de la sociedad. Esa pelea es cotidiana y se da adoptando la forma de lenguas menores, deviniendo minoritarios.

Guattari observó dos tendencias opuestas en los medios: la concentración por parte del Estado y la miniaturización de los equipos que facilita no sólo el acceso masivo, sino también la participación de las minorías. Una tecnología arcaica en Italia y Francia, la radio, tomó la segunda opción porque “depende de la inventiva, del bricolaje de sus promotores” (22) antes que de un oligopolio que controle la industria como en el caso del cine o el video. Otro beneficio del “medio pobre” radica en que sirve para evadir la persecución: “la única forma de resistir con eficacia a las interferencias y a las investigaciones judiciales consiste en multiplicar el número de emisoras y en miniaturizar el material para minimizar los riesgos”(23).

El ejemplo de radio libre, para Guattari, es Radio Alice porque quienes la sostuvieron complementaron su participación con otras actividades políticas. Además, desde esta radio no se buscó representar a nadie más que a los que colaboraban directamente en su emisión, así se diferenció de un rasgo característico de las transmisiones de los Estados controladas por tecnócratas. Tampoco se la usó para “bajar línea” como lo hacen las que responden a la izquierda tradicional.

Paradójicamente, no fueron los postulados teóricos de Enzensberger sino los de Baudrillard los que iban inspirar las experiencias más radicalizadas de las radios libres italianas. Berardi, al trazar una mirada retrospectiva sobre su práctica mediática, sostiene que “Baudrillard nos permitía comprender que el efecto de la comunicación sobre la sociedad depende en buena parte de las modalidades relacionales que la tecnología pone a disposición de los actores de la partida, y no sólo de las intencionalidades ideológicas o políticas de los actores sociales” (24). El error de Enzensberger, para Berardi, consistía en limitarse a extrapolar al campo comunicacional, la idea marxista de una contradicción entre el desarrollo de las fuerzas productivas y las relaciones de producción. Baudrillard, en cambio, había entrevisto que la subsunción del proceso de producción de significaciones a la producción capitalista trastornaba los términos en que debía afrontarse la cuestión. Se estaba ante una integración de la economía y la semiótica que tenía por resultado la remodelación de los campos comunicacionales y productivo. Era necesaria entonces una nueva práctica comunicativa. El discurso de Radio Alice no se proponía “desenmascarar la mentira de los medios burgueses”, sino intervenir discursivamente para poner en cuestión los mensajes dominantes sobre el mundo del trabajo, la sexualidad, el orden, la disciplina, entre otros temas. No se trataba de recuperar, a la manera de Enzensberger, una verdad de la información y reafirmar el valor de uso de la comunicación, sino de poner en circulación flujos delirantes. Como el propio Berardi reconoce, Radio Alice funcionaba como aquello que Guattari denomina *agente colectivo de enunciación*, es decir, “un mecanismo que permite a una comunidad sin raíces comunes encontrar sus propias reglas de identificación” (25).

Berardi y Guattari se encargaron de responder al Estado que acusaba a las radios libres de no respetar su reglamentación monopolista y, de esta manera, aumentar el margen de acción de los medios que buscan fines económicos. Para ambos, el argumento presenta una falsa dicotomía ya que el Estado puede reglamentar la publicidad sin necesidad de conservar el monopolio de la transmisión y de castigar a las radios libres. No es el Estado quien protege a las masas de la publicidad. Lo que todos necesitan es participar y elegir opciones políticas y culturales distintas a las que admiten las relaciones de dominación en las que se apoyan esas megacorporaciones que presionan por transmitir sus señales hegemónicas en los regímenes de libre mercado.

Si en una mirada retrospectiva se puede apreciar que algunos aspectos de estas prácticas comunicacionales alternativas fueron asimilados por los *mass media* como mecanismos formales, esto no implica que en su momento no hayan tenido un carácter antagónico respecto de la regulación estatal de la vida social. De modo contrario, no habrían sido reprimidas para ponerles fin de cuajo. Berardi reconoce que Radio Alice fue pionera en la utilización del trabajo creativo ligado a la tecnología mediática. Con la consolidación de la Sociedad de la Información, el vínculo del trabajo creativo y las tecnologías de última generación iba a caracterizar a los sectores más dinámicos de la economía. Es decir, que una práctica nacida al calor de los movimientos contestatarios de los años sesenta y setenta fue reapropiada por la organización capitalista de la economía para producir mayores beneficios.

Sin embargo, hay un aspecto de las radios libres que permanece irreductible a la institucionalización. Estas emisoras van contra la especialización, buscan que todo tipo de grupos sociales tomen la palabra directamente, sin presentadores, comentaristas o analistas profesionales. Que no haya delegación implica que no hay palabra primera ni última, hay siempre nuevas materias y formas de la expresión contradictorias entre sí y siempre resignificadas en la disputa política. Por eso la radio libre es la “experimentación de un nuevo tipo de democracia” (26). Es la única que posibilita un *feedback* real.

Notas

- (1) NORA, Simon y Alain Minc, *La informatización de la sociedad*. México, FCE, 1980.
- (2) Por convergencia se entiende “la homogeneización de los soportes, productos, lógicas de emisión y consumo de las industrias info-comunicacionales” que sirven de fundamento a la Sociedad de la Información (cfr. BECERRA, Martín “De la divergencia a la convergencia en la sociedad informacional: fortalezas y debilidades de un proceso inconcluso”, en *Zer* nº 8, Facultad de Ciencias Sociales y de Comunicación, Universidad del País Vasco, Bilbao, 2000, p. 93-112).
- (3) GUATTARI, Félix, *Cartografías esquizoanalíticas*, Buenos Aires, Manantial, 2000, p. 25.
- (4) KATZ, Claudio, “El culturalismo en los estudios de tecnología”, en revista *Causas y azares*, nº 6, primavera de 1997, Buenos Aires, 1997, p. 108.
- (5) KATZ, Claudio, Op. Cit., p. 114.
- (6) He aquí un punto débil en la argumentación de Katz, cuando considera que los únicos capaces de crear innovaciones tecnológicas son los empresarios. Existe, aunque muy debilitada, toda una tradición popular de creación de aparatos tecnológicos precarios, que muchas veces, como en el caso de las Dishwallas, tienen como objetivo un cierto afán expropiatorio de los productos mediáticos corporativos (sobre este fenómeno cfr. FORD, Aníbal, *Navegaciones*, Buenos Aires, Amorrortu, 1994). Algo similar puede sostenerse en relación con la creación de software gratuito por parte de aficionados a la Informática.
- (7) GARNHAM, Nicholas, “Economía política y estudios culturales: ¿reconciliación o divorcio?”, en revista *Causas y azares*, nº 6, primavera de 1997, Buenos Aires, p. 39.
- (8) GROSSBERG, Lawrence (1997) “Estudios culturales vs. economía política: ¿quién más está aburrido de este debate?”, en revista *Causas y azares*, nº 6, primavera de 1997, Buenos Aires, p. 53. Podemos considerar válido aquello que Grossberg sostiene acerca de los textos, en relación con el uso de las tecnologías que constituyen el tema de este trabajo.
- (9) GUATTARI, Félix, *Caosmosis*, Buenos Aires, Manantial, 1996, p. 65.
- (10) ADORNO, Theodor y Max Horkheimer, *Dialéctica de la Iluminismo*. Madrid, Editora Nacional Madrid, 2002.
- (11) COLLIN, Claude, *Radiopoder*. México, Folios, 1984, p. 69.
- (12) MASTRINI, Guillermo, “Servicio público en Europa: dinámica de un concepto”, en revista *Causas y azares*, nº 3, primavera de 1995, Buenos Aires, p. 103.
- (13) BECERRA, Martín, “De la divergencia a la convergencia en la sociedad informacional: fortalezas y debilidades de un proceso inconcluso”, en *Zer* nº 8, Facultad de Ciencias Sociales y de Comunicación, Universidad del País Vasco, Bilbao, 2000, p. 93-112.
- (14) MOGLIATI, Sergio, “El negocio de lo público. Sistema de medios en Italia”, 1993, Mimeo.
- (15) ENZENSBERGER, Hans Magnus, *Elementos para una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona, Anagrama, 1971, p. 22.
- (16) ENZENSBERGER, Hans Magnus, Op. Cit., p. 11.
- (17) ENZENSBERGER, Hans Magnus, Op. Cit., p. 27.
- (18) BAUDRILLARD, Jean, “Réquiem por los media” en *Crítica de la economía política del signo*, México, Siglo XXI, 1987, p. 196.
- (19) BAUDRILLARD, Jean, Op. Cit., p. 203.
- (20) LEWIS, Peter y Jerry BOOTH, *El medio invisible*, Barcelona, Paidós, 1989, p. 198.
- (21) BERARDI, Franco, “25 años después: democracia y totalitarismo mediático”, epílogo de *Alice è il diavolo: Storia di una radio sovversiva*, Shake Edizioni Underground, 2002.
- (22) AAVV, *De las radios rojas a las radios libres*. Barcelona, Gustavo Gili, 1981, p. 232.
- (23) *Ibidem*.
- (24) BERARDI, Franco, “25 años después: democracia y totalitarismo mediático”.
- (25) *Ibidem*.
- (26) AAVV, *De las radios rojas a las radios libres*, p. 234.

Bibliografía

- ADORNO, Theodor y Max Horkheimer, *Dialéctica de la Iluminismo*. Madrid, Editora Nacional Madrid, 2002.
- AAVV, *De las radios rojas a las radios libres*. Barcelona, Gustavo Gili, 1981.
- BAUDRILLARD, Jean, “Réquiem por los media” en *Crítica de la economía política del signo*, México, Siglo XXI, 1987, p. 194–223.
- BECERRA, Martín, “De la divergencia a la convergencia en la sociedad informacional: fortalezas y debilidades de un proceso inconcluso”, en *Zer* nº 8, Facultad de Ciencias Sociales y de Comunicación, Universidad del País Vasco, Bilbao, 2000, p. 93-112.
- BERARDI, Franco, “25 años después: democracia y totalitarismo mediático”, epílogo de *Alice è il diavolo: Storia di una radio sovversiva*, Shake Edizioni Underground, 2002.
- COLLIN, Claude, *Radiopoder*. México, Folios, 1984.
- ENZENSBERGER, Hans Magnus, *Elementos para una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona, Anagrama, 1971.
- FORD, Aníbal, *Navegaciones*, Buenos Aires, Amorrortu, 1994.
- GARNHAM, Nicholas, “Economía política y estudios culturales: ¿reconciliación o divorcio?”, en revista *Causas y azares*, nº 6, primavera de 1997, Buenos Aires, p. 33-46.
- GROSSBERG, Lawrence, “Estudios culturales vs. economía política: ¿quién más está aburrido de este debate?”, en revista *Causas y azares*, nº 6, primavera de 1997, Buenos Aires, p. 47-62.

GUATTARI, Félix, *Caosmosis*, Buenos Aires, Manantial, 1996.

GUATTARI, Félix, *Cartografías esquizoanalíticas*, Buenos Aires, Manantial, 2000.

KATZ, Claudio, "El culturalismo en los estudios de tecnología", en revista *Causas y azares*, nº 6, primavera de 1997, Buenos Aires, p. 107-122.

LEWIS, Peter y Jerry BOOTH, *El medio invisible*, Barcelona, Paidós, 1989.

MASTRINI, Guillermo, "Servicio público en Europa: dinámica de un concepto", en revista *Causas y azares*, nº 3, primavera de 1995, Buenos Aires, p. 101-106.

MOGLIATI, Sergio, "El negocio de lo público. Sistema de medios en Italia", 1993, Mimeo.

NORA, Simon y Alain Minc, *La informatización de la sociedad*. México, FCE, 1980.