

se halla disuelta en las intersecciones de los objetos que se abordan desde transdisciplinariedad que se funda entre las ciencias sociales. Consecuente con esto, la autora prefiere hablar de un campo de la comunicación y no de una disciplina de la comunicación, en parte porque sostiene que la legitimidad del conocimiento no se basa solamente en la rigurosidad con la cual se aborden los objetos de estudio sino en los consensos que se establezcan entre las distintas comunidades científicas, entre otras razones porque encuentra válida y fructífera la diversidad de influencias que las distintas ciencias sociales ejercen sobre la comunicación.

Finalmente, más allá del debate de los autores que defienden la transdisciplinariedad como pertinente y deseable, no hay que olvidar que aún en ese espacio híbrido la comunicación debe aportar puntos de vista, tomar posiciones y hacer valoraciones, esto es, tener claridad, así sea mínima, de lo que entendemos por comunicación y lo que podemos estudiar desde ahí. De lo contrario estaremos corriendo el riesgo de nadar en un mar de especulaciones infinitas, sin poder producir un conocimiento confiable, que oriente el rumbo de las sociedades que estudiamos.

Mirla Villadiego Prins

Departamento de Comunicación



La radio popular en el nuevo siglo

Geerts, Andrés y Oeyen, Víctor Van, *La radio popular frente al nuevo siglo: estudio de vigencia e incidencia*, Quito, Aler, 2001.

Para conmemorar sus primeros 30 años, la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER), con sede en Quito, realizó una investigación que pretende resumir la realidad de la radio popular en América Latina.

Un punto de partida saludable es el reconocimiento de la crisis que enfrenta actualmente la radio popular, todo un modelo de producción radiofónica originado en la región, a partir de las viejas Escuelas Radiofónicas nacidas en Sutatenza (Colombia). Esta crisis se hace evidente en la década de los 90, de manera concomitante con la situación del movimiento popular en Latinoamérica.

Aunque el libro es extenso y las formas de investigación fueron variadas—desde la encuesta estructurada hasta la entrevista en profundidad—se hecha de menos la precariedad de la muestra, tanto en cantidad (74 emisoras en total) como en calidad (no es aleatoria, sino de conveniencia) lo que da un resultado indicativo del que a veces se sacan conclusiones generales, para la realidad latinoamericana o nacional, que la buena técnica estadística no permite validar (lo decimos por el caso de Colombia, en particular, pues se afirma que la muestra no fue representativa y sin embargo se hacen afirmaciones concluyentes sobre su realidad radiofónica).

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.

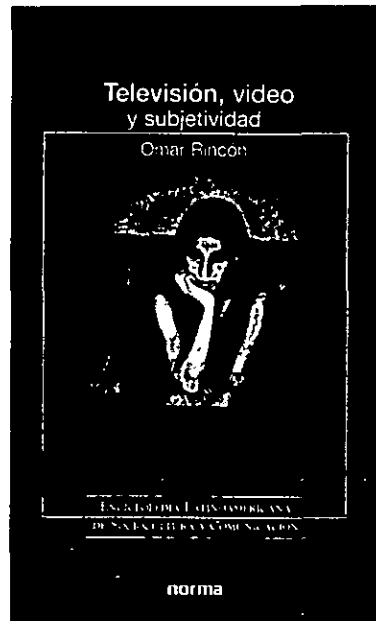
No es, en cambio, tan consistente el marco de análisis de la información que se plantea desde los conceptos de vigencia e incidencia. Muy marcados por los cambios en las realidades políticas y sociales de América Latina y el mundo, ALER y sus investigadores se esfuerzan por analizar su historia sin terminar 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,