



Las radios comunitarias en el contexto de la elección de la norma digital en Brasil

*Bruno Lima Rocha Beaklini** y *Anderson David Gomes dos Santos***

Resumen

Brasil vive un momento importante en la difusión de las tecnologías de la información, con el proceso de digitalización. En este nuevo contexto, este artículo pretende discutir, desde el punto de vista de la economía política de la comunicación, la situación de las radios comunitarias en Brasil hoy y los posibles problemas relacionados con el proceso de elección de un modelo de radio digital. El artículo refiere que los medios comunitarios son esenciales y presenta también la definición del proceso de televisión digital terrestre en Brasil.

Palabras clave: Economía política de la comunicación, políticas de comunicación, radios comunitarias, digitalización.

As rádios comunitárias no contexto da eleição da norma digital em Brasil

Abstract

O Brasil vive um momento significativo da difusão de tecnologia de informação, com o processo de digitalização. Neste novo contexto, o presente artigo tem como objetivo discutir em termos de economia política da comunicação, a situação das rádios comunitárias brasileiras na atualidade e os possíveis problemas relacionados ao processo de es-

Recibido: Junio 2012 • Aceptado: Febrero 2013

* Profesor de la Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos, Brasil). blimaro-cha@gmail.com.

** Universidade do Vale do Rio dos Sinos.(Unisinos, Brasil). anderson.santos@gmail.com

colha do padrão digital do rádio brasileiro. Entendendo os meios de comunicação comunitários como essenciais, traz-se à tona como se definiu o processo da televisão digital terrestre brasileiro.

Palavras-chave: **Economia** política da comunicação, políticas de comunicação, rádios comunitárias, digitalização.

Community Radios in the Context of Choosing the Digital Standard in Brazil

Abstract

Brazil is experiencing a significant moment in the diffusion of information technologies, with the digitalization process. In this new context, this article intends to discuss, from the viewpoint of the political economy of communication, the situation of community radios in Brazil today and possible problems related to the process of choosing a digital radio model. The article mentions that community media are essential and also presents a definition of the digital land television process in Brazil.

Keywords: political economy of communication, communication policies, community radios, digitalization.

Introducción

En Brasil no avanzan las discusiones sobre la reglamentación en lo que concierne al sector audiovisual de acceso gratuito. Así, no se puede siquiera debatir, por ejemplo, la distribución de las concesiones públicas de radiodifusión o la norma que dice que “los medios de comunicación social no pueden, directa o indirectamente, ser objeto de monopolio u oligopolio” (Brasil, 2011a: 59). Mucho menos se abre espacio para la actuación efectiva de personajes sociales organizados.

Aunque la situación narrada arriba sea dura, la clase oprimida aún tiene alguna capacidad de respuesta. Ninguna audiencia o público receptor es enteramente pasivo, nadie acata y reproduce todo lo que se le quiere imponer. Sin embargo, más importante que resistir o agujerear el bombardeo de los medios masivos comerciales, es generar medios de comunicación bajo el control popular. Solo tendremos enunciados políticos

discutidos en comunidades populares y elaborados por los trabajadores cuando éstos sean capaces de generar todo el proceso de construcción de la noticia.

En el actual contexto de digitalización de los medios de comunicación con mayor recepción en Brasil, este artículo pretende debatir, desde la perspectiva de la economía política de la comunicación (EPC), la situación de las políticas públicas de comunicación teniendo como base la situación actual de las radios comunitarias brasileñas y los posibles problemas relacionados al proceso de elección del modelo digital de la radio brasileña, cuya elección por parte de los mayores grupos de comunicación ha encontrado problemas de orden técnico. Como comparación, mostramos la forma como se definió el proceso de elección del modelo brasileño de televisión digital terrestre.

Los problemas en el sector audiovisual brasileño

Diferente de lo que ocurre en otros países, en Brasil, tanto en radio como en televisión, los principales medios de comunicación masivos surgieron de iniciativas particulares, con actuación mínima del Estado como partícipe del proceso. A cargo de éste quedó la distribución de las concesiones y la regulación, que se presenta históricamente como mínima, de los canales utilizados.

En este contexto, especialmente después de años de censura bajo el régimen de gobiernos militares (1964-1985), la noción de derecho a la comunicación continúa siendo muy poco explorada en Brasil. Los raros artículos de la Constitución brasileña que versan sobre el tema, entendido como el derecho de recibir cualquier contenido, así como de producirlo, carecen de reglamentación. De esta manera, en el funcionamiento de las industrias culturales locales el negocio está por encima de cualquier tipo de interés público.

Peruzzo (2011: 125) explica que el proceso debería ser entendido, más allá de los intereses mercadológicos:

“En suma, se entiende por políticas públicas de comunicación un conjunto de principios y disposiciones procesales consustanciados con leyes, normas y otros mecanismos reglamentarios que orientan el funcionamiento de los medios

de comunicación, de las tecnologías asociados a ellos y de su papel en la sociedad”

En la base de la ley, la libertad de prensa es garantizada, pero toda y cualquier empresa de difusión de masas (radio y televisión) es una concesión de orden público. Se entiende al Estado como gestor de lo público y con un mandato generado a través de un contrato social, incluido en éste el monopolio de la violencia y la reglamentación de la vida en sociedad.

Así como es impensable una sociedad estructuralmente injusta donde los ejecutores del mecanismo de injusticia (la clase dominante) no se vean representados con privilegios, es igualmente prácticamente imposible una exclusión social sin consenso. En Brasil, uno de los factores básicos de este consenso es la “nacionalización” de bienes simbólicos.

Dentro de los códigos actuales y hegemónicos (por lo tanto nada populares), es generada una programación que refuerza la expectativa de los valores necesarios para mantener la exclusión social. Se actúa en el universo de los bienes simbólicos y de la generación de sentidos. La manipulación del consenso excluyente será más o menos sutil según el nivel de las contradicciones que viva esta misma sociedad y su lucha de clases.

Como vehículo de comunicación de masas, la televisión es la de mayor penetración en la vida cotidiana de los brasileños. La totalidad del territorio nacional es cubierta por la televisión brasileña. Del modelo concentrador al nivel económico, se aplicó simultáneamente una versión oficial, asociando la televisión líder de audiencia, la Red Globo, al régimen que la favoreció. Finalizada la dictadura, la concentración económica permanece, manifestándose ahora a nivel global, con mega conglomerados de comunicación que actúan en varios medios simultáneamente.

Al observar el caso del mercado brasileño de comunicación, Bolaño (2000: 75) expone de la siguiente manera la situación de la industria cultural local:

“Não tenho conhecimento de nenhum caso no mundo desenvolvido onde se pratique, na indústria cultural, capitalismo tão selvagem. Nem sequer uma legislação anticoncentracionalista como a norte-americana existe no Brasil e o pouco que acabou sendo incorporado ao nosso sistema legal (como a proibição da propriedade de duas emissoras numa mesma localidade ou de cinco no país) são sistematicamente burladas

ou contornadas por artifícios legais. Nenhuma legislação contra a concentração multimídia, nenhum acesso do setor público às verbas publicitárias, nenhuma competitividade à televisão pública, nenhum freio ao monopólio da informação, nenhum limite objetivo ao poder das grandes empresas oligopolistas que dominam o setor de cultura.”

Es posible apuntar también a una total incompatibilidad entre las funciones públicas y mercadológicas de la televisión. O sea, entre el interés colectivo de las mayorías y el privado de las grandes corporaciones. Pero, siendo necesaria la “credibilidad” como un valor agregado del producto informativo de las emisoras, es posible algo como la “teoría de la brecha”. Esta ocurre cuando algunos productos de información se hacen relevantes para el interés popular, sea por su relevancia o por la capacidad crítica-argumentativa de los trabajadores de comunicación que lo produjeron.

Sin duda, en el momento actual una televisión estatal de integración nacional, es una potencia. Hasta podía ser en parte complementaria de las redes públicas bajo control de la radiodifusión comunitaria y de las televisoras comunitarias. Pero no, lo que fue creado por la TV Brasil, a través de la Empresa Brasil de Comunicación (2007), es el viejo modelo verticalizado de producción para solo ser consumida, no coproducida.

La misma concepción tendrá como espejo a los pioneros de los medios electrónicos nacionales: la radio y la cadena con ocho radios estatales-federales ligadas a la propuesta de la red espejo de la TV del gobierno central.

Por su parte, la industria en sí se equilibraría entre las razones de mercado, las tablas de anunciantes, los choques y las confluencias de intereses. Esto sin perder de vista que su producto es información y su marca la credibilidad. Así, las políticas públicas de comunicación, que pasan lejos de las preocupaciones de los entes de mercado:

São cada vez mais combatidas, genericamente enquadradas como interferência estatal em negócios privados. De um lado, o neoliberalismo econômico condena toda ação do Estado sobre o mercado, acusando-o de diminuir a competitividade, a qual só seria proporcionada pelo livre mercado. De outro lado, o pensamento político liberal também se posicio-

na contrariamente à fiscalização dos conteúdos culturais, por temer um retorno da censura (Brittos, 2005: 5).

Los espacios para medios comunitarios, por lo tanto, son mínimos. A partir de aquí, veremos rápidamente como las radios, en principio de perfil educativo y elitista, pasaron por momentos áureos y vieron como los movimientos sociales y comunitarios se fortificaron al punto de crearse una ley específica para su regularización, pero aún así con demasiados problemas cuando es aplicada en la práctica.

De elitista a la necesidad de creación de radios comunitarias

La radio en Brasil tiene una historia que necesita ser remitida a la creación de este medio de comunicación. En 1893 el padre de Rio Grande del Sur Landell de Moura desarrolló el primer emisor de ondas sonoras, lo que después vendría a ser la radio, pero en vez de darle prioridad al registro de esta creación, fue visto como un loco, incluso por la Iglesia. Al contrario de lo que ocurrió con Santos Dumont y la invención del avión, oficialmente es el italiano Guglielmo Marconi, con una primera transmisión en 1896, a quien se le atribuye el término del “inventor de la radio”.

Solo después de casi tres décadas de la primera transmisión oficial radiofónica comienza la radio en Brasil. Hay indicios de que las primeras emisiones de este medio habrían sido realizadas en 1919, en el estado de Pernambuco. El material de transmisión fue encomendado a la empresa británica Westinghouse Electric International, de forma de que se pudiera transmitir el discurso del presidente Epiácio Pessoa, el 7 de septiembre de 1922, en conmemoración al centenario de la Independencia, en Río de Janeiro, la capital de entonces.

A partir de abril de 1923, con la creación de la Radio Sociedad de Río de Janeiro, por Edgar Roquette-Pinto, la radio sigue un rumbo que tendrá una “era de oro”, el período del final de la década de 1930 hasta el inicio de 1950. Aunque sin la finalidad educativa, que marca los primeros años radiofónicos, con la caracterización de dos formas importantes de la industria cultural, la publicidad y la propaganda –elementos que darán el tono en el caso de la televisión–; es en paralelo al desarrollo de un sistema de comunicación privado que surgieron

iniciativas conectadas a sectores populares de la sociedad civil, a partir de 1970.

Según Santos *et. al.* (2007: 4-5):

Na radiodifusão sonora, as primeiras iniciativas estavam relacionadas ao movimento de Rádios Livres, emissoras que funcionavam sem autorização do Estado, a partir dos anos de 1970.

Logo em seguida, as Rádios Livres alcançam um grande desenvolvimento no país. Sua proliferação nos anos 1980 e 1990 foi acompanhada de um debate ideológico sobre sua função social, que resultou no conceito de Rádios Livres Comunitárias e, em seguida, em Rádio Comunitária, conforme são conhecidas atualmente. Estas emissoras possuem caráter comunitário na medida em que as comunidades às quais são ligadas participam tanto da produção quanto do consumo das informações e se relacionam à ideia de Democratização da Comunicação.

Partiendo de esto, puede decirse que cada vez que se piensa la historia de la radio en Brasil, se tiene que tomar en consideración al movimiento de radiodifusión comunitaria, con vínculo directo en las luchas sociales por la democracia en los sistemas de comunicación en el país.

Tal discusión ya se encuentra en el denominado Informe MacBride, producido a finales de la década de 1970 y publicado en 1980, en medio de la discusión sobre un Nuevo Orden Mundial de Información y Comunicación (Nomic) y de la creación de políticas públicas nacionales, a través de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco). Este documento, que conllevó a la salida de Estados Unidos y Reino Unido de la entidad, durante más de una década fue un referente en el debate sobre derecho a la comunicación en términos globales, y todavía lo sigue siendo en los estudios sobre políticas de comunicación.

El informe producido por el periodista y jurista irlandés Sean MacBride (Unesco, 1987: 214-5) ya señalaba que:

O desenvolvimento de uma imprensa comunitária nas áreas rurais e nos pequenos povoados proverá não apenas um apoio às atividades de extensão econômica e social, senão também

facilitará a produção de literatura funcional. [...] A utilização da rádio local, de sistemas de televisão e de vídeo baratos e de formato pequeno, e de outras tecnologias apropriadas, facilitará a produção de programas adequados aos esforços de desenvolvimento comunitário e proverá oportunidades para a diversificação da expressão cultural.

Limitado por tantos problemas, el pueblo discute lo que puede y refleja lo que da. Termina por canalizar parte de los anhelos oprimidos a través de los mecanismos ofrecidos por el propio medio. La “sociedad se corrige” con participación ciudadana, exigiendo un poco de lo que funciona en el capitalismo brasileño: el Ministerio Público, la defensa del consumidor, Instituto de la Tierra y la Defensoría Pública. Sumadas a estas “islas de excelencia” del Estado brasileño, están centenares de Organizaciones No Gubernamentales (ONGs) que hacen de todo para aumentar el nivel de “ciudadanía”, en un país gobernado por élites que tienen su propio pasado esclavista.

En el lado de la “opinión pública”, se tiene desde el inicio, diferente de otros lugares del mundo, a los principales medios de comunicación masiva surgiendo de iniciativas particulares, con actuación mínima del Estado, mientras participe del proceso, quedando a su cargo la distribución de las concesiones y la regulación, que se presenta históricamente como mínima, de los canales utilizados.

Por su parte, la industria en sí se equilibraría entre las razones de mercado, tablas de anunciantes, choques y confluencias de intereses. Esto sin perder de vista que su producto es la información y su marca la credibilidad. Así, las políticas públicas de comunicación pasan lejos de las preocupaciones de los entes de mercado, siendo bastante combatidas, “genéricamente encuadradas como interferencia estatal en negocios privados”, por lo que fiscalizar el contenido es censura.

Problemas de las políticas públicas para radios comunitarias

Uno de los pocos cambios importantes en el contexto de producción no comercial en la radiodifusión ocurrió en 1997, cuando las emisoras educativas de radio y TV no necesitarían pasar por un proceso de licitación. Solo que, insertado como instrumento para garantizar la enmien-

da de la reelección, hay radios educativas, por ejemplo, que oficialmente son registradas en nombre de fundaciones culturales, aunque en la práctica quedan a merced de determinados políticos.

En el contexto general de la radiodifusión, además están la implementación de los canales de uso gratuito en la televisión por cable, a través de la Ley del Cable (1995). En 2011 fue creada la Ley del Audiovisual (Ley 12.485/2011), revisando las leyes hasta entonces existentes para la TV por suscripción, añadiendo la obligación de incluir semanalmente, en horario noble, tres horas y 30 minutos de contenido nacional producido de forma independiente (Brasil, 2011b).

Las conquistas más recientes vienen en medio de las disputas entre los oligarcas de la comunicación y las empresas de telecomunicaciones, que pasaron a poder distribuir contenido en la TV por suscripción. Sobre tales conflictos, en los que los movimientos sociales y la comunicación popular son relegados, Peruzzo (2011: 135) afirma que “no se puede decir que no hubo apertura para la inclusión de esa modalidad de comunicación, pero ese pasaje siempre fue tímido y limitado a las personas que tienen alguna trayectoria relevante en el sector, principalmente, militantes”.

En el campo radiofónico, el establecimiento de la Ley 9.612 de 1998, que formalizó la existencia de radios comunitarias, puede ser visto como un avance del movimiento de comunicación, liderado por el Frente Nacional por la Democratización de la Comunicación (FNDC). La propia conceptualización de radios comunitarias debería significar servir como medios de divulgación de determinada comunidad, de relatar sus problemas y ser producidas por personas de la comunidad. Como define Peruzzo (2011: 134):

“Comunicación comunitaria es una de las denominaciones para la comunicación popular, participativa, horizontal o alternativa, para referirse al proceso comunicativo llevado a efecto por movimientos sociales populares y organizaciones sin fines lucrativos de la sociedad civil. Esto ocurre en el contexto de una praxis de actores colectivos que se articulan con el fin de provocar la movilización social y realizar acciones concretas para mejorar las condiciones de existencia de las poblaciones empobrecidas y la conciencia sociopolítica”.

Sin embargo, al observarse más de una década de existencia legal, se percibe que la existencia de las radios comunitarias está envuelta en

algunos problemas. Uno de ellos se da en la tentativa de conseguir una concesión, lo cual lleva muchos años ante el Ministerio de las Comunicaciones, solo pudiendo colocar a la radio en el aire después de todo el trámite burocrático. Aun así, se queda con un área bien pequeña para irradiar, fuera incluso del dial, en la franja de 87 MHz en frecuencia modulada (FM), y en un radio de un km a partir de la antena transmisora. Tal franja de frecuencia aún puede generar un conflicto entre las difusiones sonoras de radios comunitarias existentes en regiones próximas.

Otro grave problema encontrado en la praxis de las radios comunitarias en todo el país es la utilización religiosa o política de este medio de comunicación, incluso como forma de “retribuir” la conquista de la concesión, que tiende a ser acelerada con el apoyo de instituciones religiosas o de políticos con cierta representatividad. No es extraño en el extenso territorio brasileño escuchar una radio comunitaria con programación totalmente religiosa o musical, sin ningún vínculo con la comunidad.

De entre las pocas que consiguen pasar por el inmenso tamiz de la concesión y actuar de la forma más próxima a la definición de radio comunitaria, aún hay la fiscalización más que efectiva realizada por la Agencia Nacional de Telecomunicaciones (Anatel). Si en el caso de las emisoras comerciales hay incluso el perdón de multas, en el caso de las no comerciales no hay cualquier posibilidad de diálogo, al punto de que en un gobierno de un presidente oriundo del sector laboral, Luiz Inácio Lula de Silva (Partido de los Trabajadores), se tiene la mayor cantidad de radios comunitarias cerradas (Souza, 2008).

Bolaño (2003: 59-60) apunta que radios y televisoras no comerciales, de forma general, serían en el Brasil:

espaços a partir dos quais se pode efetivamente construir alternativas de programação mais adequadas às necessidades de desenvolvimento regional, de produção independente, de conteúdos diversificados, mais próximos do mundo da vida das populações locais, mais adaptados às culturas populares etc., mas relegados a uma posição extremamente difícil na concorrência com a rádio e a televisão comerciais, não apenas em função do enorme poder econômico de que estas dispõem, mas também dos limites que a própria legislação impõe aos sistemas alternativos, sobretudo no que se refere ao controle das suas fontes de recursos.

Otro problema, uno de los más graves, y lo que puede explicar la falta de interés por parte del Poder Legislativo nacional en debatir cuestiones sobre el asunto, se encuentra en el concepto de sobrerrepresentación. Este se materializa en el hecho de que buena parte del medio es, directa o indirectamente, propiedad de diputados, senadores y demás políticos o familiares de éstos –algo comprobado en investigaciones del propio Ministerio de las Comunicaciones–. Al lado de eso, se debe resaltar, enfáticamente, la precaución en no oponerse a la fuerza midiática constituida.

En los medios recaen presiones políticas de los grupos económicos y, aunque en más pequeño grado, de la sociedad. En todos los procesos de reglamentación en lo concerniente a las comunicaciones, los grupos organizados de la sociedad, que no están en disputa en el mercado, acaban relegados al segundo plan, con participación más por insistencia que para ocupar un espacio ofrecido. En ese sentido:

Mientras esas “batallas” por cambios siguen lentamente y en posición contrahegemónica, sectores populares inventan sus propias maneras de democratizar la comunicación, aun en la ausencia de políticas públicas específicas. Son movimientos sociales, colectivos y organizaciones sin fines lucrativos, que percibiéndose ausentes o tratados de modo tendencioso y parcial por los grandes medios, pasan a forjar una comunicación propia que se propone la transformación social (Pezzo, 2011: 131).

Aunque manteniendo varias puertas cerradas para la comunicación de movimientos populares, este “diálogo” con la sociedad de forma general se continúa intentado. La comunicación alternativa, popular y comunitaria sigue actuando, aunque con algunos momentos de reflexión, los problemas socioeconómicos y políticos continúan siendo reproducidos, aún después casi nueve años de gobierno del Partido de los Trabajadores, que tiende a repetir la política macro de sus antecesores. En el caso de la comunicación, esto queda aún más explícito, cuando la actuación del Ministerio de las Comunicaciones varía para atender al sector audiovisual tradicional y a las empresas transnacionales de telecomunicaciones.

Además, el desarrollo y la propagación de las tecnologías de la Internet, a pesar de aún no estar ni cerca de la recepción que se tenía/tiene con los medios de comunicación tradicionales, permite que quien desea crear una radio pueda utilizar la web como medio de difusión. Las nue-

vas formas de comunicarse permiten que discursos contrahegemónicos puedan ser publicitados y difundidos.

A pesar de esta difícil realidad:

Las demandas del segmento comunitario tienen la dirección de movimientos específicos del sector y sus aliados directos (ABRAÇO –Asociación Brasileña de Radiodifusión Comunitaria, la ABCCom– Asociación Brasileña de Canales Comunitarios, el Ministerio Público etc.), que demandan junto a los órganos competentes (Casa Civil, Parlamento, Comisión de Ciencia y Tecnología, etc.) la modificación o formulación de políticas y leyes que aseguren sus intereses. Por otro lado, las restricciones legales y la represión de iniciativas populares (cierre de radios comunitarias) resaltan la falta de una política para el sector comunitario, a pesar de las claras demostraciones de animar iniciativas de autopromoción humana y ampliación de la ciudadanía (o tal vez exactamente por eso) (Peruzzo, 2011: 136).

En una situación de digitalización de los medios de comunicación principales, los canales comunitarios aparecen como sobras en las propuestas presentadas. Dada esta contextualización sobre la realidad del sector audiovisual brasileño, cabe ahora entrar en la discusión central de este trabajo: cómo se mueven los personajes de tal área en medio de las propuestas de digitalización. Además de eso, cómo los medios de comunicación comunitarios (no) están ubicados en ese proceso.

Las radios comunitarias en un contexto de digitalización “olvidada”

La primera de las batallas entre grupos televisivos, capitaneados por Organizaciones Globo y las empresas concesionarias de telecomunicaciones (teles) se dio en la definición del modelo de transmisión digital de televisión. Con la posibilidad de aumento de cantidad de canales, utilizando el mismo espacio de frecuencia, solo que con una calidad un poco más baja que la posibilitada por la alta definición, era la oportunidad de las televisoras de entrar en el mercado del sector de audiovisual.

Según datos del informe Medio Datos Brasil 2011 (Grupos de Mídia São Paulo, 2011: 107), en el 1º bimestre de 2011 la TV abierta con-

centró 64,3% de los recursos oriundos de la publicidad, mientras la radio, medio que aquí analizamos, quedó con solo 4,4%. Aún en la fase de la multiplicidad de la oferta, con mayor presencia de la Internet, la diferencia de la televisión para los otros medios continúa siendo muy grande, al menos en lo concerniente al reparto publicitario.

Según Brittos (2008), en los últimos años hubo la reproducción de las líneas generales neoliberales también en el campo comunicacional, que reflejaron “nuestra” forma del proceso que se dio, por ejemplo, en los países europeos, con el fin del monopolio estatal en el sector. En Brasil entre otros problemas:

“Permaneceu a desconexão regulamentar, com a manutenção do tratamento compartimentado do conjunto das telecomunicações, isolando o mercado televisivo do de telefonia, além de não terem sido atacados os principais entraves para o avanço das comunicações brasileiras: a concentração da propriedade das indústrias culturais e a ausência de controle público sobre os conteúdos” (Brittos, 2008: 151).

Cuando todos esperaban una revisión mayor para los medios no comerciales, por parte del origen del Partido de los Trabajadores, se vio la continuación de las políticas de sus antecesores, con algunas mejoras (o complicaciones) bastante puntuales.

Un caso emblemático fue la definición del sistema de TV digital, que en el inicio tendría que ser definido a partir de la creación de un Sistema Brasileño de Televisión Digital (SBTVD), con investigaciones de un consorcio de universidades brasileñas a partir de 2004, en búsqueda de un formato que mejor se adecuase a las condiciones de Brasil. En el segundo mandato del presidente Luiz Inácio Lula de Silva, con el ministro Hélio Costa –quien a pesar de tener un cargo público mantenía la concesión de una radio en el interior del Estado de Minas Gerais–, se abandonó tal proyecto y “abrió proceso de licitación, del cual salió victorioso el modelo japonés” (Azevedo *et al.* 2010: 12).

La elección del modelo japonés (ISDBT-T), con algunas modificaciones permitidas por la tecnología, se dio en conformidad con los intereses de los grandes grupos midiáticos que ya dominaban el sector del país, de forma de mantener las barreras tanto para las empresas de telecomunicaciones, como para los medios de comunicación comunitarios. La

única creación nacional mantenida, el middleware Ginga, responsable por la “interactividad” a partir de la TV digital, no fue aplicado aún después de más de 4 años de inicio del proceso de transmisión digital.

Además de eso, otros problemas son destacados por Bolaño (2007: 82):

que o modelo brasileiro dispensa a existência de um operador de rede, ficando cada emissora responsável pela sua própria emissão, o que exigirá a manutenção de faixas de isolamento, de modo que não se abre canais por 10 anos para as empresas concessionárias burla a necessidade constitucional de aprovação de novas concessões pelo Congresso Nacional; por fim, não foi estabelecida qualquer contrapartida para as redes para o uso desses canais”, referente, por exemplo, à produção regional e independente, de modo que “cabe exclusivamente às redes decidir como explorarão esse novo latifúndio eletromagnético.

La inclusión digital entró de forma bastante tímida en la solución encontrada al SBTVD-T, dando por hecho que eso se daría a través de una “interactividad” en la cual las respuestas dadas por el receptor sería más en cuanto consumidor, que por ser un miembro de la sociedad con derecho a transmitir y producir. Algunas nuevas aplicaciones están siendo probadas y colocadas en el mercado, pero aún con cierta resistencia de las empresas en utilizar el Ginga.

Una de las posibilidades abiertas, aunque aún poco conocida y debatida, es la apertura del “canal ciudadano”, a partir de la ampliación de los canales bajo frecuencia estatal, aún en espera de reglamentación. Este canal podría ser utilizado por entes federales, estatales y municipales. La gestión quedaría a cargo del “conjunto de las organizaciones sociales de una determinada área”, probablemente un Consejo Municipal de Comunicación, aún lejos de ser articulado en cualquier parte de Brasil (Cabral, 2011: 3-4). El primer Consejo Estatal de Comunicación solo tomó posesión en enero de 2012, en la Bahía.

En el caso del proceso de digitalización de la radio en Brasil, ya en 1999, el Grupo de Trabajo de Radio de la Sociedad Brasileña de Estudios Interdisciplinarios de la Comunicación (Intercom) realizó un trabajo de evaluación del proceso. En la publicación ya se presentaban algunos impactos sociales que ese proceso estaba causando en el mercado de trabajo de los radialistas, como la desaparición de algunas funciones y la necesi-

dad de cambio inmediato de conocimientos para la ocupación de un puesto de trabajo en esas emisoras digitales (Magnoni *et al.*, 1999: 43).

Santos *et al.* (2007: 5) presentan que entre las principales novedades en la aplicación de ese proceso de digitalización estarán el agregado de componentes de interactividad, la posibilidad de la transmisión de más de un programa simultáneamente –como sería en el caso de la televisión– y la mejora significativa en la calidad del audio. Una de las posibilidades también comentadas y esperadas es el fin de las interferencias en la transmisión de las emisoras AM, en una posibilidad de transmisión de textos e imágenes, como el anuncio del tiempo.

Existían tres consorcios internacionales disputando la preferencia por el nuevo sistema de radiodifusión sonora: HDRadio (antiguo IBOC - In-Band On-Channel), oriundo de los Estados Unidos, que puede ser utilizado tanto para AM como para FM, por vía terrestre o por satélite, en las actuales frecuencias y transmitiendo datos y audios simultáneamente; el europeo Eureka 157 DAB, DAB (Digital Audio Broadcasting) y el DRM (Digital Radio Mondiale), que exige una nueva franja de frecuencia para actuar, por encima de los 30 MHz; y finalmente el ISDB-TSB (Integrated Services Digital Broadcasting-Terrestre), del Japón, considerado una convergencia tecnológica de radio con TV digital (Prata *et al.*, 2011, p. 122).

De acuerdo con Santos *et al.* (2007: 6-7), en un estudio realizado en 2007, a pesar de la existencia de esas opciones, el debate en torno a la elección del modelo a ser adoptado en Brasil estaba centrado en torno a solo dos de ellos: el estadounidense IBOC, de preferencia de los radiodifusores nacionales, y el DRM, cuyas pruebas quedaron restringidas a las universidades y entidades federales, casos de la UNB y de la Radiobrás.

La opción de los radiodifusores nacionales (de entre los cuales, la Excelsior FM; la Bandeirantes, de São Paulo; y la Gaúcha, del Grupo RBS, de Porto Alegre) fue de probar el modelo norteamericano, cuyos impactos técnicos y financieros podrían inviabilizar la migración de las radios comunitarias. Los “costes para compraventas de los equipamientos son altos y la potencia de 25 watts de las radios comunitarias, determinada por la legislación, también sirven de barreras” (Santos *et al.*, 2007: 12).

Según la regional del estado de Alagoas de la Asociación Brasileña de Radios Comunitarias, a través de entrevista de su entonces presidente Lutero Rodrigues a Santos *et al.* (2007: 11):

“o movimento local em direção à digitalização do rádio re-produz a principal característica do nacional: a exclusão dos radiodifusores comunitários do debate. Para a entidade, a situação é semelhante à vivida no debate quanto ao padrão de TV Digital, em que as TVs Comunitárias foram excluídas da escolha”.

Después de más de una década de discusiones académicas sobre la digitalización de la radio, al contrario del caso de la TV, el proceso continúa indefinido, pero principalmente por cuenta de una falla en el modelo de preferencia de los radiodifusores. El Iboc (EUA) no fue escogido por cuenta de problemas técnicos y las discusiones sobre un modelo digital de radio en Brasil se encuentran estacionadas.

El exministro Hélio Costa, el mismo responsable por la definición del modelo japonés de TV digital, tuvo que dar respuestas en 2011 sobre la acusación de que en “cambio” de la pérdida del modelo de tele, los Estados Unidos quedarían con el modelo digital de radio. De acuerdo con Peres (2011):

O exministro comentou que foram feitos testes do padrão dos Estados Unidos em São Paulo, mas deficiências técnicas fizeram com que não houvesse uma definição, apesar da pressão das emissoras de radiodifusão para que se adotasse rapidamente a tecnologia norte-americana. O principal problema é que o sistema sofria das mesmas deficiências apresentadas pelo modelo analógico em uso atualmente, com a formação de áreas de “sombra” de frequência, ou seja, com falha de sinal.

Solo por eso es que el modelo de los Estados Unidos no fue escogido. Como los temas en disputa en relación con las comunicaciones están centrados en el Plan Nacional de Banda Ancha y en el proyecto de ley que alteró la producción y distribución de contenido de la TV por cable, la digitalización de la radio en Brasil parece que va a tardar en ser definida, a menos que nuevas presiones aparezcan en el mercado de comunicación, que pasan lejos de las necesidades de los movimientos sociales del sector.

En septiembre de 2011, el Ministerio de las Comunicaciones realizó el Seminario de Radio Digital, donde fueron representados los modelos IboC y DRM (europeo). La promesa del Estado es que la decisión se dará considerando aspectos técnicos y socioeconómicos, fijados en términos de valor del nuevo receptor para el consumidor.

Sobre la cuestión de las radios comunitarias, el coordinador del asunto es Octávio Pieranti, quien a finales de 2011 articuló un acuerdo de cooperación para acciones de capacitación entre radios públicas y comunitarias y, el 18 de octubre, promulgó un decreto para reglamentar la radio comunitaria. En este nuevo decreto, entre otras cosas, hay la apertura de la posibilidad de formación de red en caso de calamidad pública y que para la concesión será considerada la mayor cantidad de manifestaciones de apoyos de entidades asociativas o comunitarias en las áreas de ejecución. Estas son pequeñas alteraciones frente a la real necesidad de propagarse las ideas por y para las clases oprimidas.

Conclusiones

Sería altamente oportuno que en un momento en el cual tanto se habla de convergencia y crecimiento de la demanda por la universalización de la Internet, el acceso a canales ciudadanos de comunicación estén incluidos en las definiciones de regulaciones y políticas de comunicación, asunto históricamente marginado en Brasil.

Para avanzar en esa dirección, es bastante importante el reconocimiento de la prerrogativa humana no solo de recibir las informaciones disponibles (considerando la pluralidad de fuentes), pero también de comunicarse, disseminando propuestas de sentido a los colectivos. De esta forma, las personas dejan de ser tratadas como algo de lo que puede extraerse algún valor, cuando son consideradas como mercancía-audiencia a ser comercializada con empresas, para hacerse partícipes efectivos del proceso de comunicación.

En medio de un contexto comunicacional en el cual las disputas se dan entre los tradicionales oligarcas nacionales y las empresas transnacionales con actuación en todo el planeta, es cada vez más importante la unión de movimientos sociales, en torno a una comunicación efectivamente popular, que atienda los anhelos de la comunidad, en una posibilidad de transformación social de la realidad.

Finalmente, la pauta de discusión solo será popular cuando los medios de comunicación sean del pueblo. Vamos a comprender y debatir la noticia pautada a partir de nuestras comunidades, generadas en la propia realidad, sea esta como sea. Es urgente que el conjunto de los militantes que están en la lucha popular, trabajando en la inserción social todos los días en villas, periferias y favelas, participen en la creación de radios y televisoras comunitarias e incluso en semanarios impresos populares.

A través de la comunicación social y democrática, volvemos a crear el consenso de la base, pautamos la lucha a través de la realidad cotidiana y encontramos la estética en nuestra propia cultura popular. Así, escribimos la historia donde el protagonista es el pueblo en lucha y movimiento!

Referencias bibliográficas

- Azevedo, Júlio Arantes *et al* (2010). Políticas de comunicação e o capitalismo no Brasil: uma relação de nunca acabar. En Congreso Brasileiro da Ciências da comunicação, 23, **Anais...** São Paulo, Intercom.
- Bolaño, César Ricardo Siqueira (2000). **Indústria cultural, información e capitalismo**. São Paulo, Hucitec/Polis.
- Bolaño, César Ricardo Siqueira (2003). **Políticas de comunicação e economia política das telecomunicações no Brasil: convergência, regionalização e reforma**. 2. ed. Aracaju, EPTIC.
- Bolaño, César Ricardo Siqueira (2007). **¿Qual a lógica das políticas de comunicação no Brasil?** São Paulo, Paulus. (Colección questões fundamentais da comunicação 10)
- Brasil, Constituição (2011a). **Constituição da República Federativa do Brasil**. 34. ed. Brasília, Câmara dos Deputados, Edições Câmara.
- Brasil, **Lei n. 12.485**, de 12 de setembro de 2011 (2011b). Dispõe sobre a comunicação audiovisual de acesso condicionado; altera a Medida Provisória n. 2.228-1, de 6 de setembro de 2001, e as Leis n. 11.437, de 28 de dezembro de 2006, 5.070, de 7 de julho de 1966, 8.977, de 6 de janeiro de 1995, e 9.472, de 16 de julho de 1997; e dá outras providências, disponible en: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2011/Lei/L12485.htm (Consulta: 2011, diciembre 13).
- Brittos, Valério Cruz (2005, dic.). Circulação internacional e distorções comunicacionais no capitalismo global, **Eptic - Revista de Economia Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación**, 8 (6), pp. 1-11.

- Brittos, Valério Cruz (2008). “Políticas de comunicação, videodifusão e democracia no Brasil”. En Bolaño, César (Ed.). **Comunicação, Educação, Economia e Sociedade no Brasil: Desenvolvimento histórico, estrutura atual e os desafios do século XXI**, (pp.147-192), São Cristóvão, Editora UFS. (Biblioteca Eptic: 5)
- Cabral Filho, Adilson Vaz (2011). O Canal da Cidadania para a TV Digital Terrestre brasileira: entre promesas e oportunidades. En Seminário da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em comunicação, **Anais...** São Paulo, Compós.
- Grupo de Mídia São Paulo (2011). **Medio Dados Brasil 2011**. São Paulo.
- Magnoni, Antônio Francisco *et al* (1999). O Rádio Digital avança no interior de São Paulo. En Del Bianco, Nélia R. & Moreira, Sônia Virgínia. **Rádio no Brasil: tendências e perspectivas**, (pp.41-59), Rio de Janeiro, EdUERJ/Brasília, UnB.
- Peres, João (2011). WikiLeaks revela intervenção de ex-ministro das Comunicações. **Observatório da Imprensa**, 649, disponible en <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/wikileaks-revela-intervencao-de-ex-ministro-das-comunicacoes> (Consulta: 2011, julio 05).
- Peruzzo, Cicilia M. Krohling (2011). “El lugar de la comunicación comunitaria en las políticas de comunicación en Brasil”. En Tufte, Thomas; Casanova, Jair Vega (Ed.), **Trazos de otra comunicación en América Latina**, (pp.123-141), Barranquilla, Editorial Universidad del Norte.
- Prata, Nair *et al.* (2011, 2º semestre). O impacto da digitalização do rádio na opinião dos jornalistas e dos ouvintes, **Logos** 35, 18, 121-133.
- Santos, Bruno Silva *et al* (2007). A reinvenção do rádio: a digitalização da radiodifusão sonora em Alagoas. En Congreso Brasileiro de Ciências da comunicação da Região Nordeste, 9, **Anais...** São Paulo, Intercom.
- Souza, Renata (2008). Sob críticas, lei de rádios comunitárias completa dez anos. **Brasil de Fato**, disponible en: <http://www.brasildefato.com.br/node/1006> (Consulta: 2011, septiembre, 08).
- Unesco (1987). **Un solo mundo, voces múltiples**. Comunicación e información en nuestro tiempo. México, Fondo de Cultura Económica/Unesco.