

## **Proyecto comunicacional de base: Barranquita estéreo, la señal de la gente**

**Edinson Castro Pedrozo**  
edinsoncastro@cantv.net

### **Resumen**

Barranquitas es un pueblo, ubicado en la región noroccidental del Lago de Maracaibo, es la capital de la parroquia Donaldo García del municipio Rosario de Perijá, estado Zulia. Aquí se concentra el mayor número de habitantes de los siete sectores que conforman la parroquia que ocupa unas 60 hectáreas, su población oscila entre 5.217 y 10.000 habitantes. Teniendo en cuenta que la radio tiene la particularidad de llegar a los rincones más alejados y acercar los poblados dispersos y que las comunidades cuentan con la radio como medio para informarse, entretenerse y participar de forma activa en la dinámica cotidiana que rebasa sus ámbitos de acción, surge en el seno del liderazgo de la comunidad la iniciativa de instalar una emisora de radio. Para desarrollar el proyecto, la comunidad realiza alianzas estratégicas con instituciones públicas y privadas que opera en la zona y con investigadores de la Universidad del Zulia. Se plantean como objetivos generales: promover la participación activa y protagónica de la comunidad como sujetos de comunicación en los procesos que requieran de ellos como emisores y/o receptores de mensajes y contribuir con la popularización de la ciencia y la tecnología a través de la radio; igualmente se establecieron los siguientes objetivos específicos: sensibilizar a los residentes de la parroquia con el uso de la radio como herramienta para mejorar la calidad de vida, capacitar a niños, niñas y adolescentes y pobladores en la producción de programas radiofónicos con contenidos relacionados con la ciencia y la tecnología, producir programas radiofónicos con temas relacionados con la ciencia y la tecnología, dotar a la comunidad de una emisora de radio y promover la participación diaria de la comunidad en la programación regular de la emisora.

**Palabras clave:** Comunicación, participación, radio

### **Introducción**

En una investigación sobre la radio comunitaria en el Zulia que realizamos en el 2003, se concluyó, entre otras cosas, que el establecimiento de las denominadas radios comunitarias obedecía más a intereses e iniciativas individuales que a necesidades o demandas de la comunidad. Este resultado nos confirmó un secreto a

voces: la radio comunitaria en Venezuela, en términos generales, no es más que una radio comercial y de proselitismo político y religioso, contenidos no permitidos por la legislación que las regula.

La experiencia recogida en la investigación mencionada nos animó a participar en un proyecto que surgiera de la base de la comunidad. La historia es la siguiente: Fundacite Zulia, institución gubernamental dedicada al fomento de la ciencia y la tecnología, y Petroregional, empresa del sector petrolero que opera en la zona, desarrollan proyectos sociales conjuntos. Los líderes de la comunidad de Baranquita, luego de acordar construir un Centro de Reflexión Comunitaria, deciden destinar un espacio para la instalación de una radio comunitaria. Personal de Fundacite que conoce de nuestro trabajo en la radio nos invita a las reuniones de planificación que realizan con las comunidades, allí se plantea la necesidad de redistribuir los espacios diseñados según el plano presentado por los arquitectos para adaptarlo a la operatividad de una emisora de radio. Los miembros de la comunidad, que han tenido algún contacto con otras emisoras y productores comunitarios de radiodifusión, hicieron sus observaciones y en pleno solicitaron la modificación del proyecto teniendo en cuenta que sacrificarían un árbol que estaba en el frente y que los costos variarían.

Luego de esta breve reseña sobre la génesis de una idea, se comienza con la estructuración de este proyecto comunicacional de base denominado Barranquita estéreo, la señal de la gente.

### **Globalización vs. lugarización**

La globalización de las comunicaciones tiende a convertir a los receptores en objetos de comunicación. Son simples consumidores de información donde lo que menos cuenta son sus necesidades como sujetos de comunicación miembros de un entorno específico. Ante esta arremetida de los grandes medios, la cual pareciera irremediable, se presenta como alternativa para recuperar y crear

espacios propios de comunicación la localización o glocalización de medios; en este caso, de la radio. Una posible salida se orienta al logro de convertir a los ciudadanos en sujetos de comunicación con todo lo que este proceso implica. Entendida como una respuesta ante el establecimiento de redes de información con carácter de internacionalización de los mensajes, es indispensable el fomento de procesos de comunicación a pequeña escala en las comunidades organizadas.

Esta propuesta, que podría tomarse como alternativa por la particularidad del medio, no encaja como tal, debido a que en la localidad no existen otros medios. El sustento teórico de esta localización radiofónica o glocalización como la denomina Canclini y que nosotros preferimos señalar como lugarización radiofónica, se fundamenta en tres corrientes teóricas: la Escuela Crítica de la Comunicación Alternativa, que establece de forma categórica la necesidad de generar un proceso que conlleve a la satisfacción de necesidades de una comunidad específica; la de la Recepción Crítica y los Estudios Culturales, cuya orientación investigativa se dirige a estudiar la comunicación como proceso teniendo al hombre como principal gestor del mismo, y la de la Síntesis Creativa, el Posmodernismo y la Globalización, que nos permitirá ajustarnos a los cambios acelerados que en términos de relaciones comunicacionales se plantea la sociedad actual. Aunque se toman estas corrientes como referencia directa, se incluyen categorías existentes en la Escuela de Frankfurt que coadyuva al fortalecimiento de estas otras teorías desarrolladas en latinoamérica.

En esta primera entrega se inicia un proceso de investigación y análisis que puede conducir a la realización de una propuesta específica sobre un modelo de lugarización radiofónica. Para el desarrollo del proyecto, se hace uso de las nuevas tecnologías, se tiene en cuenta los beneficios expresados en leyes como la de Ciencia, Tecnología e Innovación, la cual establece la obligatoriedad de

que las empresas inviertan entre el 0.5 y el 2.5 por ciento de sus ingresos brutos en actividades relacionadas con la ciencia, tecnología e investigación para el mejoramiento de la calidad de vida de la población.

Es harto conocido que la radio es un medio de comunicación que tiene la particularidad de llegar a los rincones mas alejados y acercar los poblados dispersos. Las comunidades cuentan con la radio como medio para informarse, entretenerse y participar de forma activa en la dinámica cotidiana que rebasa sus ámbitos de acción, pero de las cuales, debido a la presencia de la radio, se sienten parte activa.

Lo que hace presumir que el uso adecuado de la radio para generar información y entretenimiento con contenidos relacionados con la ciencia y la tecnología puede contribuir con el enriquecimiento cultural de las comunidades, orientar la solución de problemas puntuales a corto, mediano y largo plazo y preveer situaciones de alto riesgo para la convivencia ciudadana con relación a la salud, educación, desastres y conflictos de diversas naturalezas. Por ello, es fundamental promover la participación ciudadana en el uso de la radio como medio para la interacción, para aprovechar su potencial en pro de los temas propuestos en la agenda de las políticas públicas nacionales, sobre todo en lo concerniente a la salud, educación y cultura enmarcados dentro de los avances científicos-tecnológicos que en oportunidades lucen inalcanzables para las comunidades que conviven en el entorno rural.

La capacitación de la comunidad y la dotación de una emisora de radio en el mayor centro poblado de la parroquia Donaldo García permitirá que *Pueblo Viejo, Pueblo Nuevo, Gladys de Macey, Las Acacias, Las Casitas, Las Taparitas y La Victoria*, sectores que conforman la parroquia, interactúen entre sí.

Barranquitas, según lo reseña María Bethencourt, en El diagnóstico sociopolítico de Barranquitas, realizado en 2008, es un poblado vinculado sociofamiliarmente con pueblos cercanos

pertenecientes a la misma parroquia y a otros municipios, pero dispersos entre las 60 hectáreas que los une. La comunicación terrestre más cercana se realiza con La Cañada de Urdaneta y La Villa del Rosario, ambas a 45 minutos en vehículo, lo que la convierte en un poblado aislado del resto de las poblaciones cercanas y con dificultad para solicitar ayuda en caso de presentarse situaciones de emergencia. La radio podría facilitar esta interrelación y la comunicación entre los pobladores del entorno rural.

En la parroquia no existen medios de comunicación, ni espacios para el entretenimiento. Existen enfermedades prevenibles mediante el suministro de información oportuna, insuficiencia de espacios educativos, adolescentes embarazadas, dispersión de la población, dificultad para informar acerca de las políticas y programas de inserción y participación promovidos por entes gubernamentales y privados que hacen vida en el sector, etc.

Capacitar a la población para que ejerza su derecho a la participación en los medios de comunicación y que cuente con su propia emisora de radio contribuirá en gran medida a mejorar la calidad de vida de los residentes en la parroquia Donaldo García. Igualmente será de gran aporte para ayudar a comprender temas y conceptos vinculados con la ciencia y la tecnología y su aplicación en la vida diaria.

Estamos conscientes de que las nuevas tecnologías contribuyen con la globalización de la información pero también fortalecen los procesos locales, propiciando nuevos modelos de comunicación entre las comunidades mediante la lugarización de sus propios medios.

### **El origen: la lugarización como punto de equilibrio ante la globalización**

La injerencia de los países desarrollados sobre sus contrarios, que fue la máxima expresión de las relaciones internacionales en el siglo pasado, es lo que se conoce como globalización; es decir, el

ejercicio del poder en sus múltiples formas. El más fuerte sobre el más débil, en términos de productividad. Las herramientas que han permitido esta expansión de "los poderosos" para implantar "modelos de desarrollo" en todos los ámbitos de la evolución de los pueblos, se denomina tecnología, mejor aún: nuevas tecnologías.

La promesa de esta globalización se orienta hacia la oferta de una mejoría en la calidad de vida. Sin embargo, el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) muestra que mientras la integración global está procediendo a gran velocidad y con alcance asombroso, la mayoría del mundo no participa de sus beneficios. Las nuevas reglas de la globalización, y los actores que las escriben, se centran en la integración de los mercados globales, descuidando las necesidades de las personas que los mercados no pueden resolver. La globalización supone múltiples ventajas, pero también grandes desventajas.

Este proceso con tendencia unificadora no se va a detener, mucho menos en el ámbito de la tecnología de las comunicaciones que es el que mayor apoyo y empuje ofrece a la globalización.

La globalización no ha significado en la práctica la estandarización de un patrón uniforme que haya resuelto todas las diferencias, las distancias, y que no de cabida para las contradicciones y la diversidad social (Pineda, 2000).

Ante esta avalancha invasora, deben surgir propuestas de desarrollo local que permitan la participación, el acceso y la búsqueda del logro en las comunidades y su entorno. Una salida puede ser la localización. La localización entendida en un sentido amplio de participación donde se integren e interactúen los miembros de pequeños grupos o individuos capaces de compartir en comunidad de intereses.

### **La razón de ser: la lugarización radiofónica**

En el tema que nos ocupa, la respuesta es precisa: fomentar el desarrollo de espacios radiofónicos para la participación de quienes conviven en la localidad. En lo comunicacional no es la única salida, sino una propuesta factible que toma auge y así lo están entendiendo las comunidades organizadas. La radio comunitaria está dedicada al progreso. Tiene que convertirse en contrapeso de la concentración del poder de los medios de comunicación en unas pocas manos y la homogenización del contenido cultural (Delorme, 1992)

La lugarización radiofónica es el lugar de encuentro y de coincidencia entre un grupo de intereses específicos que no requiere convivencia en el mismo espacio geográfico, pero que responde, defiende y promueve los intereses de ese grupo social determinado mediante el uso de la radio como medio de interacción entre sí y con el entorno.

La lugarización radiofónica debe tener lineamientos precisos en cuanto a quiénes deben participar en ella y un público bien definido, pero como medio masivo no puede limitar el acceso del receptor.

La gente tiene que apropiarse de sus espacios. La gente tiene que identificarse con sus espacios y la radio puede ser ese lugar de encuentro y de acompañamiento que genere cambios y los lleve hacia la meta.

El acercamiento hacia las comunidades locales es, quizás la característica que lo ha convertido en el medio de información más próximo al entorno del individuo y, en consecuencia en el medio más cercano, en cuanto a su estructura organizativa y a su forma de programación, el ámbito local (Pineda, 1996).

En el plano cultural, también se están produciendo importantes transformaciones que se expresan en fuertes antagonismos entre las fuerzas que tienden hacia un modelo de mundialización de la cultura y otras que buscan, hoy más que nunca, una consolidación de lo local (Pineda, 2000).

A los efectos de las comunicaciones, en cada unidad regional (unidad como identidad institucional en los sistemas de empleo de los medios), los canales radioeléctricos producen un proceso de contaminación cultural de un mismo género y vectorialidad (Pasquali, 1985).

García Canclini, citando a Martín Barbero, afirma que la radio “nacionalizó el idioma”; la televisión unifica las entonaciones, da repertorios de imágenes donde lo nacional sintoniza con lo internacional. Hay que ir mucho más allá del planteamiento de Barbero. La radio debe contribuir con el desarrollo del sentido de ubicuidad del integrante de la comunidad. Es necesario delimitar el espacio de acción de la radiodifusión en términos de comunidad con un radio de participación que le permita, a esa comunidad, generar los logros que ella demanda. Es una forma de aprovechar la globalización, mediante una competencia que dará resultados positivos. En la vigente legislación venezolana se da cabida a esa lugarización de los medios audiovisuales cuando se establece la radiodifusión sonora y televisión abierta comunitarias de servicio público sin fines de lucro, para el ejercicio del derecho a la comunicación libre y plural (Ley Orgánica de Telecomunicaciones, 2000). El paso siguiente es el disfrute efectivo de esa propuesta novedosa en el acontecer comunicacional venezolano.

**Baranquita estéreo, la señal de la gente: muchas razones para una misma radio.**

La radio es un medio de comunicación que tiene la particularidad de llegar a los rincones mas alejados y acercar los poblados dispersos. Las comunidades cuentan con la radio como medio para informarse, entretenerse y participar de forma activa en la dinámica cotidiana que rebasa sus ámbitos de acción, pero de las cuales, debido a la presencia de la radio, se sienten parte activa.



Lo que hace presumir que el uso adecuado de la radio para generar información y entretenimiento con contenidos relacionados con la ciencia y la tecnología puede contribuir con el enriquecimiento cultural de las comunidades, orientar la solución de problemas puntuales a corto, mediano y largo plazo y preveer situaciones de alto riesgo para la convivencia ciudadana con relación a la salud, educación, desastres y conflictos de diversas naturalezas. Por ello, es fundamental promover la participación ciudadana en el uso de la radio como medio para la interacción, para aprovechar su potencial en pro de los temas propuestos en la agenda de las políticas públicas nacionales, sobre todo en lo concerniente a la salud, educación y cultura enmarcados dentro de los avances científicos-tecnológicos que en oportunidades lucen inalcanzables para las comunidades que conviven en el entorno rural.

La capacitación de la comunidad y la dotación de una emisora de radio en el mayor centro poblado de la parroquia Donaldo García permitirá que *Pueblo Viejo, Pueblo Nuevo, Gladys de Macey, Las Acacias, Las Casitas, Las Taparitas y La Victoria*, sectores que conforman la parroquia, interactúen entre sí.

Barranquitas, según lo reseña María Bethencourt, en El diagnóstico sociopolítico de Barranquitas, realizado en 2008, es un poblado vinculado sociofamiliarmente con pueblos cercanos pertenecientes a la misma parroquia y a otros municipios, pero dispersos entre las 60 hectáreas que los une.

Barranquitas, según lo reseña María Bethencourt, en El diagnóstico sociopolítico de Barranquitas, realizado en 2008, se encuentra ubicada en la región noroccidental del Lago de Maracaibo, entre los municipios La Cañada de Urdaneta y Machiques de Perijá, es la capital de la parroquia Donaldo García del municipio Rosario de Perijá, estado Zulia. La comunicación terrestre más crecana se realiza con La Cañada de Urdaneta y La Villa del Rosario, ambas a 2 horas en vehículo, lo que la convierte en un poblado aislado del resto de las

poblaciones cercanas y con dificultad para solicitar ayuda en caso de presentarse situaciones de emergencia. La radio podría facilitar esta interrelación y la comunicación entre los pobladores del entorno rural.

En Barranquitas se concentra el mayor número de la población de los 7 sectores que conforman la parroquia que ocupa unas 60 hectáreas. Aunque el censo poblacional del año 2001 refleja una población de 5.217 habitantes, los dirigentes del sector estiman que la población oscila entre los 8.000 y 10.000 habitantes. Quizás estas diferencias en el cálculo poblacional obedece a las particularidades socioeconómicas del sector, marcadas por la movilidad que la dinámica económica les exige ya que su mayor fuente de ingresos provienen de la pesca, el sector agropecuario y el trabajo de las mujeres como empleadas domésticas.

En la parroquia no existen medios de comunicación, ni espacios para el entretenimiento. Existen enfermedades prevenibles mediante el suministro de información oportuna, insuficiencia de espacios educativos, adolescentes embarazadas, dispersión de la población, dificultad para informar acerca de las políticas y programas de inserción y participación promovidos por entes gubernamentales y privados que hacen vida en el sector, etc.

Capacitar a la población para que ejerza su derecho a la participación en los medios de comunicación y que cuente con su propia emisora de radio contribuirá en gran medida a mejorar la calidad de vida de los residentes en la parroquia Donaldo García. Igualmente será de gran aporte para ayudar a comprender temas y conceptos vinculados con la ciencia y la tecnología y su aplicación en la vida diaria.

Aunque en la parroquia predomina la población infantojuvenil, los espacios para la formación y distracción son limitados. Se evidencia un alto índice de adolescentes embarazadas y abandono del sistema de escolaridad. A través de los medio de comunicación de la zona la población no recibe información constructiva relacionada con

los problemas que les aqueja, ni mucho menos temas de ciencia y tecnología

La organización social de Barranquitas se basa en la agrupación o liderazgo de las familias en actividades de sobrevivencia en la pesca, agricultura y ganadería, y en la participación en los programas de gobierno, tales como las misiones. De allí que sea común el predominio de familias completas en el ejercicio de una misma actividad. El ejercicio del liderazgo se fundamenta en el estatus económico, en la capacidad para establecer nexos políticos con los lugareños y con sectores externos y con la vinculación a sectores religiosos.

Las escasas fuentes de empleo da pie para que los pobladores emigren a otros lugares y abandonen los espacios familiares o establezcan contactos ocasionales o circunstanciales, según sea el caso.

### **La valoración: el público como sujeto de comunicación.**

El hombre se comunica para relacionarse y realizarse, para reducir las posibilidades de ser un "objeto" a merced de las fuerzas externas, y aumentar como "sujeto" las probabilidades de dominarla (Campos, 1975). Siempre que nos comunicamos lo hacemos con la intención de que nuestro mensaje llegue a un receptor-público.

Es conocido, tanto por investigadores como por los usuarios de los medios que los sistemas de información globalizantes no discriminan al público al cual deben llegar, los trata como una masa desconocida que sólo tiene la opción de recibir lo que el medio distribuye sin posibilidad de discernir sobre la información o sus formas de presentación.

La globalización considera al público como al receptor, nada más. Ante la globalización de los medios masivos de comunicación surgirá un nuevo término que seguramente los definirá como

“nacionales o internacionales”, es una realidad. Esos medios masivos, nacionales o internacionales necesariamente tienen que hacerse populares para poder vender sus mensajes. Este público se convertirá en popular no por la acepción cultural del término, sino porque lo popular (García Canclini, 1996) es lo que se vende masivamente, lo que gusta a multitudes. En rigor, al mercado y a los medios no les importa lo popular sino la popularidad. Y en el deseo de convertirse en extraterritorial, el receptor se convierte en un ser amorfo del cual sólo interesa la posibilidad de que escuche o vea y compre.

Las nuevas tecnologías le dan la posibilidad a los medios de construir y renovar el contacto simultáneo entre emisores y receptores (García Canclini, 1996).

Si tomamos como premisa el hecho de que lo popular masivo es lo que no permanece, no se acumula como experiencia ni se enriquece con lo adquirido (García Canclini, 1996), y que lo popular no consiste en lo que el pueblo es o tiene, sino lo que le resulta accesible, le gusta, merece su adhesión o usa con frecuencia; nos encaminamos hacia un modelo de participación que debe hacer énfasis en lo local como herramienta de cohesión y autodeterminación.

En los procesos de lugarización el público se debe desglosar y casi que individualizar para atender con más eficacia las necesidades de su espacio y lograr que la comunicación sea una necesidad vital para los organismos colectivos y para las comunidades (O´Sullivan, 1992). Sería como reflejar ese te conozco, te comprendo, te apoyo y te acompaño; una relación de comunidad.

### **El mensaje como producto de un proceso.**

Los mensajes a la luz de las nuevas tecnologías que permiten la globalización de la información, son cada día más universales y restan importancia a los procesos locales. Cómo hacer para estudiar esos mensajes. Cómo determinar el interés de una comunidad, a la

que no se consulta sobre sus preferencias informativas, para responder a esa exigencia de información. El público se convierte en un total desconocido para el emisor, una verdadera masa. La significación de un mensaje podrá indagarse a partir de las condiciones histórico sociales en las cuales circula. Estas condiciones significan, en primer lugar, tener en cuenta la experiencia sociocultural de los receptores (Sergio Caletti, 1992).

Ante esta realidad, teniendo en cuenta que el desarrollo de las grandes cadenas se fundamenta en lo que Canclini denomina la tecnología de alta inversión, toca volver al viejo paradigma de crecer desde adentro ya que en la actualidad, la complejidad, la incertidumbre y el caos tienden a ocupar el sitio de las seguridades ofrecidas por los viejos esquemas y se instauran como parámetros más apropiados para enfrentar los desafíos de las sociedades (Pineda 2000).

Los mensajes deben ser elaborados y procesados por la misma comunidad organizada y el Estado al igual que los grandes medios deben ser reordenados en comunidades de intereses determinados y delimitados geográficamente. De esta manera no sucederá lo que autores como García Canclini temen al afirmar que transferir la iniciativa a la sociedad civil quiere decir, para el discurso neoconservador, concentrar el poder en empresas privadas monopólicas (Canclini, 1996). Cuando se habla de sociedad civil se engloba a todo aquel empresario, por pequeño que sea, que no tiene vinculación directa con los centros del poder político. De lo contrario, si se toma como sociedad civil a toda persona que no tiene vínculos directos con el poder político y si se produce lo que pronostica Canclini, entonces no hay salida. La salida sigue siendo la misma: canales de participación en y para la comunidad.

A diferencia de Canclini, Antonio Pasquali, hace veinticinco años señalaba que en Europa vuelve a proponerse como panacea para los defectos del sistema monopólico, una vuelta al liberalismo, es decir a

la radiodifusión comercial. En estas propuestas (en el mejor de los casos) hay mucho de esperanza ingenua y poco de experiencia vivida (Pasquali, 1985). El modelo que presagiaba Pasquali para Europa se dio en Venezuela y los temores de Canclini se suceden a diario con la fusión de pequeñas empresas de información que son adquiridas por los grandes medios para imponer sus condiciones en el mercado local.

### **Las nuevas tecnologías protagonistas de un proceso.**

Las nuevas tecnologías de la información favorecen la democratización de la información. Ni puede aceptarse, pues, la suposición optimista de una convergencia de técnica y democracia, ni tampoco la afirmación pesimista de que la democracia viene excluida por la técnica (Habermas, 1999).

Las nuevas tecnologías de la información deben ser el soporte que permita la integración de lo local y lo nacional como sucede en el ámbito internacional, porque "con Internet van a cambiar muchas cosas, hay mucha inquietud, yo no la comparto pero hay inquietud y la entiendo". (Apuleyo, 2000) Esta visión que manifiesta el periodista colombiano Plinio Apuleyo Mendoza anima a quienes tienen en las nuevas tecnologías una fuente inagotable para facilitar los procesos comunicacionales mediante el flujo informativo. A propósito del auge de estas nuevas herramientas se habla mucho de la globalización y hay gente inquieta con la globalización, yo nunca he entendido por qué tanta alarma, pero quiero decirles que eso tiene por lo menos unos veintidós siglos (Apuleyo, 2000). Es evidente que en cada época se hace gala de procesos más avanzados para facilitar la convivencia humana y la dominación de los poderosos, pero nunca se había asistido a esta especie de estallido programado de fuegos artificiales.

Ante este optimismo planteado por Apuleyo Mendoza, también hay quienes manifiestan su punto de vista porque consideran que a los medios y a las nuevas tecnologías recreativas no les interesan las

tradiciones, sino como referencia para reforzar el contacto simultáneo entre emisores y receptores; no les importa la mejoría histórica, sino la posibilidad de participación plena y fugaz en lo que está ocurriendo (Canclini, 1996).

Con las nuevas tecnologías de la información aún desde lo local, desde nuestra cotidiana vivencia, tenemos mayores posibilidades de ver el mundo, pero no olvidemos que también es cada vez más común ver lo que dice el mundo sobre nosotros (Cañizalez, 2000). Esta es la fortaleza que se debe explotar, extrapolar y ejercitar en el uso de estas nuevas herramientas de información: ponerlas al servicio del desarrollo de lo local, de lo social, porque "cuando hablamos de nuevas tecnologías e información difícilmente puede quedarse en un plano meramente técnico".

La explosión informativa a raíz de la invención de la televisión y la evolución de los medios informáticos aceleró todo proceso de distribución de mensajes e impacta diariamente en la conducta de los ciudadanos expuestos a los medios de recepción. No estamos simplemente asistiendo a un cambio tecnológico en un sector específico, ni a unas reformas político-sociales de ajuste ante la nueva coyuntura mundial, debido a la caída del muro de Berlín, sino a una transformación integral de las bases del conocimiento y de su difusión, así como de las formas de organización social, económica y política (Aguirre, 1998)

Esta transformación integral debe iniciar su proceso de lo micro a lo macrosocial. Un espacio social con acceso a las nuevas formas de información y comunicación mediante el uso de las tecnologías existentes favorecerá la implantación de nuevos paradigmas en las relaciones de las comunidades. Es imposible retroceder ante el avance y el alcance de las nuevas tecnologías, todos estamos de alguna manera envueltos en esa aldea macluhaniana, mejor o peor servidos, con los sistemas de transmisión vía satélite, cd-rom, multimedia, teléfonos celulares, agendas electrónicas y los

innumerables protésicos comunicacionales, vinculados o no a los computadores (Aguirre, 1998). Lo que se debe analizar es el mensaje y la capacidad de respuesta de los receptores, porque el medio por el cual se distribuye la información que pretende generar comunicación es tan diverso como diverso son los intereses de los receptores.

Según García Canclini, las tecnologías de alta inversión y la dinámica económica neoconservadora, tienden a transferir las iniciativas sociales de los productores individuales y los movimientos de base a las grandes empresas. Evidentemente se refuerza la tendencia globalizante y monopólica, pero para propiciar procesos de *lugarización radiofónica*, por ejemplo, no se requiere tecnología de alta inversión.