

Radio INAH. Una voz para nuestra memoria

Gabriela Marentes Garza*

El Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018, aprobado por decreto publicado en el Diario Oficial de la Federación el 20 de mayo de 2013, propone dentro de la estrategia transversal 'Un gobierno cercano y moderno', el establecer una Estrategia Digital Nacional para fomentar la adopción y el desarrollo de las tecnologías de la información y comunicaciones (TIC), e impulsar un gobierno eficaz que inserte a México en la sociedad del conocimiento.

Secretaría de la Función Pública, *Diario Oficial de la Federación*, jueves 8 de mayo de 2014

Las ideas caminan, han llegado a ser muy importantes y también desechables. Por momentos parece que han desaparecido por completo y después, un buen día, retornan. Víctor Hugo escribió: “La libertad es, en la filosofía, la razón; en el arte, la inspiración; en la política, el derecho”. El novelista francés floreció más de un siglo antes del nacimiento de la web. Por eso nos atreveríamos a agregar a su frase algo necesario sobre este término en el mundo actual: la libertad en el ciberespacio es memoria del futuro, porque es la materia de la que se está construyendo el “hoy” en buena parte del mundo.

Ese “territorio simbólico”, denominado web ha sido creado por el ser humano. “Extrañamente”, lo imaginamos a imagen y semejanza del mundo físico. Sin embargo, las leyes que rigen a uno y otro no son las mismas. De hecho, en este texto denominaremos “nuevo mundo” a la era marcada por la aparición de la web en el entendido de que el “viejo mundo” es el tiempo antes de ella. Igualmente utilizaremos el término “contenidos” para referirnos a información en distintos soportes como texto escrito, imágenes, grabaciones de sonido y videos.

Pidiendo perdón por el atrevimiento, puesto que este artículo es para una revista especializada en antropología, es necesario decir que, por un lado, está la acepción de cultura como “alimento espiritual” que hace a los sujetos más buenos, más bellos internamente, más pacíficos, más justos, más sanos y mejores ciudadanos. Esta concepción está íntimamente relacionada con la producción de las ciencias y las artes.

Asimismo está la cultura como todo lo que los individuos crean y destruyen y no corresponde a su equipam-

iento natural. De esto se ocupan los antropólogos a través de todas sus disciplinas, los psicólogos, los historiadores, los sociólogos y los psiquiatras, entre otros.

Y a nuevos tiempos, nuevos términos. Ahora aparece como una rama de la cultura la cibercultura, que se constituye exactamente de lo que los individuos crean y destruyen en la web y en relación con ella, y de la que también empiezan a ocuparse los hombres de ciencia.

Ante la necesidad de difundir información con eficiencia, los nuevos medios digitales de comunicación se presentan como espacios de oportunidad.

El equipo que gestiona Radio INAH –un *blog* con materiales multimedia– con este proyecto pasó a formar parte de una inmensa cantidad de ciudadanos e instituciones que quieren conquistar espacios en la web para comunicar mensajes. En nuestro caso, se trata de contenidos pertinentes al Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH). El objetivo es difundir conocimiento experto y temas de su agenda, y administrar contenidos culturales y científicos en internet. El capital intelectual de la institución es tan rico y valioso que, desde un principio, Radio INAH se ha propuesto abrir sus micrófonos a los especialistas para que sean ellos quienes hablen de su trabajo, sus objetivos, sus logros y sus dificultades. Esto, con el tiempo, ha ido conformando en el área un acervo de documentos sonoros de gran valor académico e histórico porque contiene grabaciones de sonido con las voces de hombres y mujeres clave para el desarrollo del conocimiento en México, entre los que mencionaremos a Román Piña Chan, José Luis Lorenzo, Guillermo Bonfil y Leonardo Manrique, entre muchos otros.

Efectivamente, la aventura de crear contenidos digitales es accesible a cualquier persona dispuesta a emprenderla. Esto se debe quizá al hecho de que los

* Subdirectora de Radio INAH, Dirección de Medios de Comunicación, INAH (radioinah@gmail.com).



Benita Galeana, Juan Stack y Lauro Gaspar, 1993 **Fotografía** Gabriela Marentes

ambientes digitales son relativamente nuevos y fáciles de utilizar. Además, representan “tierra virgen y libre” lista para ser conquistada. La práctica ha demostrado que, si se quiere llevar a cabo esta actividad y tener éxito en términos de difundir información, es necesario tomar en cuenta desde el contexto y la audiencia hasta las características del medio mismo.

El INAH empezó a producir materiales radiofónicos para difundir contenidos por medios de comunicación analógicos desde la década de 1980, en el antiguo departamento de Difusión y Relaciones Internacionales, hoy Dirección de Medios de Comunicación. En 2008 se inauguró el *blog* Radio INAH, a fin de publicar la producción radiofónica del área por internet y difundir lo que hace el INAH en voz de sus propios investigadores.

En un principio Radio INAH era el dispositivo digital institucional con vocación por la producción de grabaciones de sonido montado sobre una plataforma de *blog*. Con el tiempo esta denominación se le ha conferido a la misma área productora de materiales radiofónicos de la Dirección de Medios de Comunicación de la institución que lo concibió y que lo administra, la Subdirección de Relaciones Públicas.

Radio INAH, el *blog*, se ha concretado como un proyecto institucional y en su origen se presentó como una radiodifusora cultural por internet cuyo eje principal serían los productos radiofónicos de la misma institución. Dado que ubica materiales sonoros en

un ambiente digital, no podemos hablar propiamente de una “radiodifusora” tradicional que utiliza ondas hertzianas. Además, desde los primeros pasos en las “nuevas tierras” que representan el ciberespacio, para el equipo de técnicos y comunicólogos a cargo de este proyecto resultó evidente que dedicarnos en exclusiva a la elaboración de materiales de radio sería un desperdicio de las posibilidades multimedia que ofrece la web; en consecuencia, las aprovechamos en la medida de nuestras posibilidades, dando como resultado publicaciones de radio con video, fotografías y textos.

En la actualidad, y citando al sociólogo francés Jean Baudrillard, podemos hablar de la web como un sistema artificial de signos que ofrece equivalencias con el mundo físico (Baudrillard, 1978). Si acaso se pretendiera dejar intacto el principio de realidad, Radio INAH es una radiodifusora, aunque esté ubicada en el mundo digital y a pesar de que utilice soportes multimedia para comunicar los logros y proyectos de investigación de antropólogos, arqueólogos, historiadores, restauradores, arquitectos, museógrafos...

Disculpará el lector nuestra insistencia, pero es necesario reflexionar sobre los nuevos medios de comunicación para hablar de Radio INAH, porque la vieja aseveración de Marshall McLuhan vuelve a ser actual: “El medio es el mensaje”.

El mundo ya no es lo que fue para nuestros padres, y mucho menos para nuestros abuelos. El arribo verti-

ginoso de las nuevas tecnologías ha impuesto un ritmo acelerado a la materia inherente que ha caracterizado, desde siempre, a la vida misma. Es decir, antes pasaban 30 o 50 años para que la gente dijera “las cosas ya no son lo que eran, han cambiado”. Ahora esto ocurre en cuestión de uno o dos años como máximo.

El desarrollo de las tecnologías de la comunicación ha revolucionado al mundo, a tal punto que el fenómeno de la globalización es un hecho que ya todos aceptamos; pero hay algo más...

El ser humano, sin tener plena conciencia de sus alcances, creó el ciberespacio: un mundo edificado intuitivamente a la imagen y medida de sus deseos e inquietudes básicos; un territorio que, al igual que cualquier nueva tierra conquistada por nuestros antepasados, se presenta libre. Además, en éste no hay reglas físicas que atender: en él las fronteras las marca la lengua y el tiempo mismo tiene un comportamiento distinto. En otras palabras, responde a “otra mecánica”.

Los hombres, las mujeres, las empresas y las instituciones de todo el planeta nos lanzamos sin reflexionar demasiado a “colonizar” la web. Maravillados por las oportunidades del nuevo mundo, quisimos ocuparlo con nuestra presencia. Incluso a nivel individual el ciberespacio nos ofrece la ocasión de reconstruirnos a nosotros mismos a nuestro antojo, a la medida de nuestros sueños, corrigiendo la realidad de nuestra existencia física, si es necesario. ¿Quién podía siquiera imaginar que este nuevo mundo, que parecía plastilina moldeable por la mano del ser humano, se introduciría en nosotros hasta lo más profundo y nos transformaría?

Para Siegel, “nuestra profunda inmersión en la vida *online* no sólo reorganiza los ritmos de nuestros días, sino que también reformula nuestras mentes y nuestra cultura en modos de los que todavía no somos conscientes” (Siegel, 2005).

En este horizonte, la lente antropológica adquiere volumen distinto. El entorno social “civilizado” nos mide por cómo nos vemos, por lo que logramos hacer, por la cantidad de dinero que conseguimos acumular, por nuestros hábitos en la web... Y, según apuntan los estudiosos, “cuando está conectado en línea, usted no necesita comunicarse con nadie en particular. Simplemente por estar ‘en línea’ se está comunicando con todo el mundo en general” (*idem*).

Una parte de los pueblos del mundo ha quedado al margen de este nuevo continente que representa la web, y la tradicional distancia generacional se ha vuelto abismal. La tendencia es que esto desaparezca con

el tiempo, pero hoy por hoy sigue siendo una realidad. La cuestión es que internet requiere de un “lenguaje” que no todos han tenido oportunidad de aprender. Hay una nueva forma de relegación social, la del “analfabeta digital”, y consecuentemente una nueva manera de discriminación y marginación.

Tal parece que el pensamiento del mundo que nos hemos creado se ha introyectado en nuestro ser. Uno es nuestro mundo físico, en el que nos movemos, en el que luchamos por sobrevivir; otro es todo un universo virtual-digital que podemos habitar con “absoluta” libertad, ya que en él, si así nos place, tenemos la posibilidad de inventarnos una apariencia física, una historia, un presente, un futuro: un “yo” idealizado.

El reto para la antropología es evidente. Vivir con libertad es una oferta difícil de rehusar. Movernos sin el peso de nuestra identidad y de nuestro cuerpo físico –con sus defectos o limitaciones–, a nuestro antojo y capricho, es un regalo maravilloso. Tal pareciera que el ser humano se regaló a sí mismo el paraíso. ¿O no? Para habitar este paraíso, cuya puerta de entrada es por lo general una pantalla, podemos elegir rostro, cualidades, capacidades. El tránsito por el ciberespacio impone nuevas reglas y valores. A contrapelo del relato clásico de Virgilio, ya no hay puerta de marfil ni puerta de cuerno que remiten a los sueños vanos y los sueños verdaderos. “¿Dime quién quieres ser?”, pregunta el guardián de la puerta de entrada, y advierte: “Aquí la verdad realmente no importa”. En consecuencia, nuestras vidas transitan entre el mundo tradicional y el otro, “un mundo raro” y fabuloso... hasta ahora.

¿Qué necesitamos preguntar? La realidad es que la pregunta no nos la formulamos a tiempo y ya tenemos la respuesta de la multitud: “Hay que lanzarnos al ciberespacio y habitarlo a como dé lugar”.

La invitación a reflexionar sobre nuestra vida cotidiana está abierta. Cristóbal Cobo y Hugo Pardo nos hablan de la evolución tecnológica y de terminologías que se dan en forma continua y vertiginosa. Es decir, nos vemos inmersos en este acontecer, imparable, sin pausas, del desarrollo de la *world wide web*, a tal punto que ya no lo percibimos en toda su magnitud. Detenernos a pensar es algo elemental, más aún porque millones de personas han hecho de internet una herramienta de uso indispensable en el desarrollo de su trabajo y de su vida social (Cobo *et al.*, 2007).

La aparición del ciberespacio aún puede considerarse reciente, por lo que nos resulta difícil alejarnos para observarlo con verdadera objetividad. Así como

los cambios en el terreno de la tecnología son muy rápidos, también lo son en el campo de la semántica, donde tratamos de etiquetar o bautizar estos elementos nuevos con los que estamos conviviendo y que se introducen en nuestras vidas de un día para otro. En un afán por esquematizar los nuevos conocimientos, Marc Prensky describe a los que habitan “dentro del espejo”, a la humanidad que “navega por los mares del universo” que ella misma inventó, a los cibernautas, nuestros “yos”, nuestros avatares, nuestros vicarios virtuales que transitan entre el mundo físico y el digital: “Las otras presencias en línea existen demasiado en su mente para ser personas humanas auténticas, más bien son presiones fantasmagóricas sobre usted, por lo que a medida que interactúa con ellas está tan receptivo que ello impide que pueda escribir de forma sincera” (Siegel, 2007).

Las preguntas que los filósofos griegos lograron concretar admirablemente no están atadas a ninguna época ni cultura... A los hombres y las mujeres modernos se nos ofreció la oportunidad de un “mundo nuevo”, así que empacamos nuestras cosas (nuestros miedos, nuestros fracasos, nuestros sueños, nuestras ilusiones, nuestra propia finitud), nos fuimos a buscarlos a nosotros mismos y, cuando vimos que podíamos reinventarnos, simplemente lo hicimos.

No hay sentimientos desinteresados en internet. Usted no se conecta en línea sin saber lo que hallará. Lo hace para escribir o abrir un correo electrónico, buscar información específica, leer las últimas noticias, comprar algo, conocer a alguien, conversar sobre política o comentar la cuestión del momento [...] Se conecta porque está buscando algo. Todo el mundo que confluye en la red está buscando algo. Internet es el ambiente más premeditado e intencionado que se ha creado (*idem*).

Con estas afirmaciones, Lee Siegel pone los puntos sobre las íes. Un valor inalienable del pasado, del presente, de nuestro interior, del mundo físico y hasta del virtual es la identidad.

El anonimato, se podría decir, es la identidad última de la red. Si usted no es quien es, puede ser cualquiera que desee ser [...] La identidad es el inhibidor máximo de los “deseos e impulsos antes controlados”.

Hay una sola persona en el mundo que se conecta con nosotros de forma completa, antiséptica y sin miedo a ser valorada o rechazada [...] Está al otro extremo de nuestras

muñecas y dedos. Cuanto menos necesite la presencia real de la otra gente, más dependerá de los bienes y servicios para que le hagan compañía y pueblen su aislamiento. Cuanto más entretenido y concurrido se encuentre en su aislamiento, más medirá a la gente por su capacidad de complacerlo o gratificarlo sin que lo confronten, pues el único semblante que podrá aguantar es el suyo propio (*idem*).

Según las reglas del nuevo mundo digital, si no estoy conectado, no existo. Así que un nuevo valor fundamental de vida es la conexión. La soledad o la marginación pueden ser los castigos, el precio a pagar por no estar conectado. ¡Y aún existe una buena parte de la población de la tierra al margen de internet! ¿Qué hay de ella?

Nos necesitamos unos a otros como medios; nos necesitamos mutuamente como fuentes de ayuda, subsistencia y placer. Pero, si no compartimos las experiencias como una finalidad y no como un medio, perderemos nuestra libertad de vivir alejados de los usos que hace la gente de nosotros y de los que nosotros hacemos de ellos; todo aquello que nos rodea se reducirá a nosotros mismos como único punto de referencia para el mundo. Éste permanecerá todavía allí, pero ya no lo entenderemos. Ya no estaremos preparados para abordarlo. Y lo más peligroso de todo, ya no tendremos paciencia con él cuando no cumpla con las expectativas de nuestros deseos más superficiales y egoístas (*idem*).

Las cosas, los métodos y las herramientas han cambiado. Hemos modificado la realidad misma, que nos era tan conocida y entrañable, al mirarla desde el ciberespacio y medirla con nuevas reglas y valores.

Al margen del mundo físico, existe el otro universo, inmenso, abierto y dispuesto a recibirnos con todo lo que queramos llevarle. La web acepta nuestras ideas, nuestros gritos de protesta, nuestras excentricidades, nuestra ironía y hasta nuestras perversiones, prácticamente sin censurarlos. Porque la reputación en internet es un valor importantísimo, pero no significa precisamente lo mismo que en el mundo físico.

La forma en la que accedemos a la información hoy es totalmente diferente a la tradicional. El impacto de esto es profundo y afecta el modo en que vivimos, tomamos decisiones y socializamos. “El desarrollo de las tecnologías de la información gesta un proceso de transformación trascendental en la forma en que nos relacionamos” (Pasco, 2011).

El mundo que habitamos y nos habita es otro respecto al que nos dejaron nuestros antepasados; las viejas

preguntas de la humanidad y de los historiadores y antropólogos son las mismas, pero sus respuestas podrían no volver a serlo jamás. ¿Quién soy? ¿De dónde vengo? ¿A dónde voy?

Los nuevos medios de comunicación están difundiendo una gran cantidad de información de temática y calidad muy variadas. Es evidente que nadie puede defender lo que no conoce, lo que no entiende, lo que ni siquiera sabe que existe ni tiene interés en conservar. Desde hace 75 años el INAH es el organismo técnico especializado del Estado mexicano responsable de investigar, conservar y difundir el patrimonio histórico, antropológico, paleontológico y arqueológico de la nación. Es aquí donde el proyecto de Radio INAH pretende poner su "granito de arena", y de ahí las particularidades de los contenidos que produce y lanza a la web como hojas sueltas de una gran enciclopedia especializada en las áreas de competencia de la institución:

Cada material está comprometido con la promoción de la protección del patrimonio cultural material e inmaterial de México a través de la difusión de su conocimiento. Ofrece una propuesta cultural marcada por la multiplicidad de materiales y temas. La intención es representar dignamente al INAH en este gran aparador mundial que es internet a través de textos auditivos y visuales. Este ente digital se ofrece también como un terreno abierto para la reflexión y el debate, en voz de los especialistas, de los temas que lo ocupan como objeto de estudio, difusión y conservación de la institución. Con cada tema intenta dar a conocer la labor del INAH, de ser posible a través de los propios investigadores. Se busca en la audiencia la provocación para que germine ideas, imágenes, dudas, opiniones, conciertos, entrevistas, voces, inquietudes, estudios, creatividad e imaginación: para abonar al desarrollo del conocimiento universal. La propuesta original supone que Radio INAH capitalice las huellas que la cultura tradicional de este país ha venido esparciendo por el tiempo y las siga incluso por los inocuos parajes del futuro para difundir los valores del patrimonio cultural de México a nivel universal a través de su conocimiento.

El proyecto de Radio INAH nació con muy buena acogida por parte de las autoridades y los investigadores del propio instituto, deseosos de difundir su labor y compartir sus conocimientos. Los objetivos de este proyecto fueron sustentados debidamente y sus metas clarificadas. Al mirársele bien, también reveló que su esencia es simbólica a la vez que digital, es decir, se trata de un proyecto que, con el abono conveniente,

deberá germinar, crecer y dar frutos para el mismo vasto bosque del mundo del patrimonio material e inmaterial de México, al que da voz y alimenta; de ahí que su acervo en sí mismo sea muy valorado por el INAH.

Radio INAH en números (2013)

- 738 cápsulas radiofónicas de entre 20 segundos y 10 minutos de duración. Comprende guión, grabación, posproducción y difusión.
- 53 noticieros de la serie semanal *INAHGOTABLE*, de 10 minutos cada una.
- 70 programas de la serie *Charlas con Radio INAH*, basada en entrevistas de una hora con especialistas para difundir principalmente proyectos de investigación de la institución.

De acuerdo con su esencia, esta radiodifusora cultural por internet aspira a conectarse con el mundo, conquistarlo, expandirlo, capturarlo, abrazarlo. El proyecto de Radio INAH no está hecho de unidades, sino de dimensiones. Siempre estará abierto para crecer, así que será tan grande como se lo permita la imaginación y la creatividad de sus gestores y de su auditorio cómplice que enriquece los contenidos. Es decir, cada tema irá creciendo y creciendo conforme se le vayan sumando materiales. Por ahora la audiencia de Radio INAH está conformada principalmente por los trabajadores e investigadores del propio INAH, así como de sus colegas de instituciones afines. Su aspiración es sumar a los estudiantes en humanidades en un futuro cercano.

Ahora, a seis años de haber echado a andar este proyecto, nos detenemos ante la tentativa de definirlo, por lo que evocamos a Valentín Nikoláievich Volóshinov:

Cualquier producto ideológico es parte de una realidad natural o social no sólo como un cuerpo físico, un instrumento de producción o un producto de consumo, sino que además refleja y refracta otra realidad, la que está más allá de su materialidad. Todo producto ideológico posee una significación: representa, reproduce, sustituye algo que se encuentra fuera de él, esto es, aparece como signo.

A todo signo pueden aplicársele criterios de una valoración ideológica (mentira, verdad, corrección, justicia, bien, entre otros). Donde hay un signo, hay ideología. La creatividad ideológica tiene un carácter regular, objetivo y social (Volóshinov, 2009).

Radio INAH es un producto de consumo y un signo ideológico que representa simbólicamente "la voz del INAH" en los ambientes digitales. Supone como estrategia fun-



Juan Stack y Silvio Zavala, 1993 **Fotografía** Gabriela Marentes

damental de existencia que un público escuche, lea o vea los documentos que “publica”; es decir, se pretende que la audiencia “consume” sus contenidos. Lo que hace singular a este proyecto es justamente el hecho de situarse entre su audiencia como una herramienta de comunicación de los contenidos culturales que ella misma produce y tiene necesidad de difundir. Es un proyecto respaldado por la autoridad intelectual del INAH.

Lo más importante es subrayar que Radio INAH es producto de un trabajo de equipo y no podría serlo de otra manera. Si conseguimos que el proyecto funcione conforme a los objetivos planteados, podría ser esa publicación que se actualice constantemente en sus medios y sus productos de difusión, lo que le permitirá continuar creciendo sin detenerse. Ya se verá...

Equipo de trabajo

Subdirectora de Radio INAH

Gabriela Marentes

Jefe de producción

Evanibaldo Morales

Diseño sonoro y posproducción

Saray Enríquez y Bernardo Serrano

Operador técnico cabina

Javier Cortés

Operador técnico y asesor de grabación

Lauro Gaspar

Locución y conducción

Juan Stack

Locutora

Mónica Reyes

Investigación y guionismo

Ivonne García

Operación de oficina y archivo

Martha Hernández

Bibliografía

- Alvarado, María Cruz, “Publicidad social”, en *Redes.Com*, núm. 2, pp. 266-284, en línea [https://www5.uva.es/guia_documento/uploads/2011/458/42847/1/Documento5.pdf].
- Baudrillard, Jean, *Cultura y simulacro*, Madrid, Kairós, 1978, en línea [<https://www.academia.edu/5455820/Baudrillard-jean-cultura-y-simulacro>].
- Cook, Guy, *Discurso*, Universidad de Oxford, 1989.
- Elizondo Martínez, J. O., *La Escuela de Comunicación de Toronto. Comprendiendo los efectos del cambio tecnológico*, México, Siglo XXI, 2009
- Jakobson, Roman, *Lingüística y poética*, en línea [<http://bit.ly/1sQsKID>].
- Rengifo, Iván Felipe y Manuela Guevara, “Espacio digital. Espacio virtual”, presentación en PowerPoint por Antonio Rodríguez de las Heras, 2009, en línea [http://www.icesi.edu.co/blogs/identidadesavatar/files/2009/02/expo_espacio-digital-espacio-virtual.pdf].
- Rheingold, Howard, *Multitudes inteligentes. La próxima revolución social*, Barcelona, Gedisa, 2004.
- Sibilia, Paula, *El hombre postorgánico. Cuerpo, subjetividad y tecnologías digitales*, Buenos Aires, FCE, 2006.
- Volóshinov, Valentín Nikoláievich, *El marxismo y la filosofía del lenguaje*, Buenos Aires, Godot, 2009.