Los altavoces desde un análisis teórico

Para poder entender y abordar el concepto de altavoces comunitarios y darle un mejor fundamento a la investigación, es importante primero entenderlo desde el punto de vista teórico y comprender el funcionamiento del mismo dentro la sociedad.

Es por esto que en este capítulo se abordará de manera breve el concepto de radio comunitaria, cuáles fueron sus inicios y cómo funciona actualmente en nuestro país, que a pesar de no tratarse esta tesis de radio comunitaria o radio ciudadana, es importante tomarlo en cuenta, pues los altavoces comunitarios establecen un vínculo directo con el concepto de radio ciudadana, al pertenecer a una sociedad que tiene la intención de mantenerse informada e informar lo que ocurre dentro de su localidad.

Igualmente se tratará de forma mucho más completa el concepto de altavoces comunitarios, cómo funciona dentro de una comunidad y cuáles fueron sus orígenes y tratamiento dentro del municipio de San Andrés.

Concepto de comunicación

Desde que el término de *comunicación* es utilizado, se ha sometido a un sin número de análisis y razonamientos para comprender mejor su uso y su papel por parte de los seres humanos. Aristóteles fue quien se aventuró en comprender a profundidad la comunicación como tal en su libro *Retórica,* vinculando a la misma con la práctica de la virtud y la búsqueda de la verdad aportando, entre muchas otras cosas, que “no conviene convencer a nadie de las cosas reprobables, sino para que no nos pase por alto cómo es y para qué, cuando otro se sirva injustamente de estas mismas razones, sepamos deshacerlas”. Aristóteles (1968, citado en Cisneros 2006).

Sin embargo, como menciona José Cisneros (2006), diversas lecturas se le han dado al razonamiento de Aristóteles sobre la retórica, mientras que ésta estaba definida en función de la búsqueda de sustento para los argumentos verdaderos, destrucción de

los falsos y práctica de la virtud, Raymond Nixon se encargó de crear un modelo de comunicación basado, según sus estudios, en los análisis de Aristóteles sobre la retórica, dejando a un lado los argumentos que éste último había hecho a profundidad, definiendo este modelo como “los tres elementos básicos de la comunicación” :

Esquema No. 1

Modelo básico de la comunicación

La persona que habla	el discurso que pronuncia que escucha	La persona
QUÍEN	dice QUÉ	a QUÍEN

Fuente: Nixon 1963, Cisneros 2006.

A partir del modelo de comunicación creado por Nixon se siguieron diversas investigaciones sobre el fenómeno de comunicación en los Estados Unidos, y fue a partir de entonces que se le empezó a dar una lectura muy distinta al concepto que Aristóteles intentó plantear tiempo atrás. Esta lectura se basaba en el concepto de comunicación desde la persuasión, es decir, qué efectos se podían lograr en los receptores a partir de la emisión de un mensaje. Fue entonces cuando Nixon retrabajó su modelo, basándose en algunas reformas que Laswell le había hecho previamente y planteó lo siguiente:

Esquema No. 2

Modelo de comunicación retrabajado por Nixon.

QUÍEN dice QUÉ en qué CANAL a QUIÉN con qué EFECTOS	
Con qué INTENCIONES	bajo qué CONDICIONES

Fuente: Nixon 1963, Cisneros 2006.

Desde entonces los investigadores de la comunicación han partido de este punto para plantear análisis y estudios sobre el fenómeno de comunicación, e incluso los

estudios funcionalistas y los estudios críticos toman en cuenta el concepto de comunicación como un elemento persuasivo, y qué efectos logra en las *masas* a través de los tan nombrados *medios de comunicación masiva*; como Cisneros (2006) explica:

> Prácticamente no importa la base ideológica o política desde la que se enfoca el análisis de la comunicación, casi todos los estudios dan por sentado que la meta *natural* de la comunicación es la persuasión.
>
> Cisneros, José. 2005.

El concepto de comunicación abarca un aspecto mucho más completo y profundo si se estudia no sólo partiendo desde los medios de comunicación masiva (MCM), mejor dicho, no debe considerarse el concepto de comunicación como un elemento de los MCM pues éstos, considerando el análisis que se explicará a continuación, no toman en cuenta los elementos humano y ético, sino como se explicó anteriormente, el de la persuasión, para ellos - los MCM - las llamadas *masas* son consumidores potenciales del mensaje que se está emitiendo.

Para entender mejor este concepto conviene destacar los estudios que Habermas y Antonio Pasquali han hecho de la comunicación, mencionados por Cisneros (2006), sus aportaciones mantienen una estrecha similitud, abismal a la que los antiguos estudiosos norteamericanos hicieron del fenómeno de comunicación. Habermas y Pasquali, como sintetiza José Cisneros, reconocen que en la acción o proceso comunicativo existe un *con-saber* (Pasquali) o *saber común* (Habermas). Lo cual dista mucho de la acción de persuadir o inducir un supuesto *acuerdo* o una decisión de una persona a otra (Cisneros 2006).

Los dos investigadores argumentaron que la comunicación sólo se puede empezar a considerar como tal cuando, como explica Cisneros, el entendimiento es voluntario, libre; este entendimiento se basa en un acuerdo de principio que entre otras cosas permite llegar a un con-saber o saber común, y finalmente este acuerdo que se da entre personas éticamente autónomas (Pasquali), es decir, con sus propios y respectivos valores, con sus respectivas pretensiones de validez (Habermas), dispuestas a establecer un vínculo entre ellas (Cisneros 2006).

Sin embargo José Cisneros señala que es necesario tomar otra característica en consideración para poder llegar a una completa construcción del concepto de comunicación propuesto por Habermas y Pasquali, ésta es su dimensión ética. Antonio Paoli aportó elementos fundamentales a las ideas básicas propuestas por Habermas y Pasquali respecto a la comunicación, resaltando que:

> La comunicación es establecer la conciencia profunda del mutuo respeto, y dar respeto es dar valor. […] La verdadera comunicación es reconocer el valor en nosotros. Y dar valor es generar verdad. […] cuando la conciencia es profunda en este mutuo valer, entonces estamos en un momento de comunicación.
>
> Paoli (1994, citado en Cisneros 2006)

Resumiendo pues las aportaciones de Habermas, Pasquali y Paoli y como señala Cisneros, la comunicación (en los tres autores) es una acción o un proceso mucho más profundo, privativo de los seres humanos, donde la dimensión operativa del intercambio de mensajes se da dentro de otras dimensiones que implican *la voluntad de entenderse, como sentido; el mutuo acuerdo, la creación de conocimiento y de verdad, como productos; la validez de las diferencias, el intercambio recíproco, el mutuo respeto, el mutuo valer y la conciencia de ello, como condición ética.* (Cisneros 2006).

El concepto de comunicación entonces, plateado por José Cisneros, señala que:

> No se asume (el concepto de comunicación) como una sustancia que pueda asociarse a otras entidades (como los medios, por ejemplo), sino como una acción generada por los seres humanos que tienen la voluntad de entenderse, por lo que establecen un acuerdo de principio en cual se reconocen recíprocamente como seres humanos valiosos, se respetan en cuanto tales y valoran sus diferencias y autonomía ética, desarrollan un intercambio recíproco de mensajes que los lleva a crear un nuevo conocimiento y una verdad conjunta, así como un vínculo que los

compromete recíprocamente, teniendo mutua conciencia de todo ello.

Cisneros, José. 2006

Como menciona Cisneros (2006) habrá quien asegure que llevar a la práctica este concepto de comunicación resultará difícil y complejo, sin embargo señala que también pueden serlo las ideas de democracia, libertad y justicia. Es por esto que, si se valora la vida de los seres humanos, es indispensable buscar la comunicación definida de esta forma, pues es así como estos conceptos mencionados se buscan, a pesar de resultar complicados.

Ahora bien tomando en cuenta el esquema de Pasquali respecto a la transmisión de mensajes citado en Cisneros (2006) se observa lo siguiente:

Esquema No. 3

Esquema de Pasquali sobre transmisión de mensajes.

T-R (M) R-T

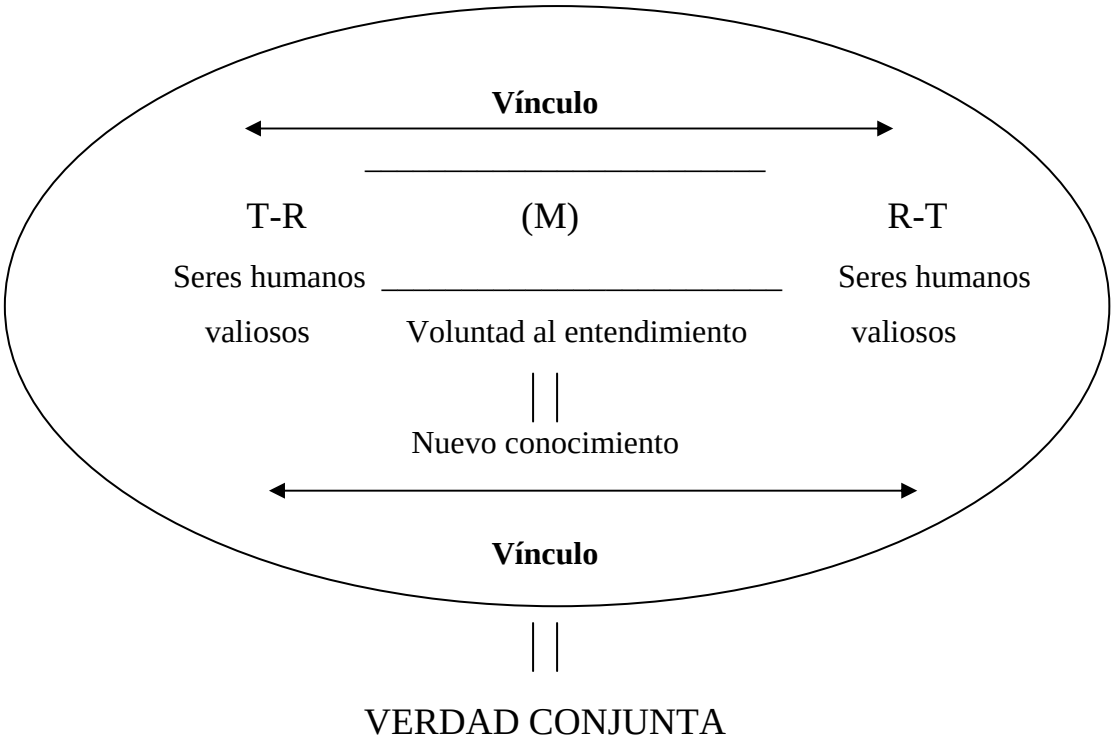
Pasquali (1990), Cisneros (2006).

Esto explica que todo transmisor puede ser receptor a la vez, y todo receptor puede ser también transmisor independientemente de si se está haciendo uso de medios físicos o electrónicos, mientras exista una interacción biunívoca del tipo del con-saber. Pasquali (1990, citado en Cisneros 2006).

Si consideramos pues el esquema de Pasquali y tomando en cuenta la definición de José Cisneros del concepto de comunicación se puede esquematizar lo siguiente:

Esquema No. 4

Unión entre Pasquali y Cisneros.



Pasquali (1990), Cisneros (2006), integración de Mayra Díaz.

Para que exista un buen entendimiento y una buena comunicación en los seres humanos, es necesario considerar entonces que todo emisor puede ser receptor y viceversa, como explica Pasquali y que no es necesario un medio físico o electrónico para emitir el mensaje, pero sí una voluntad al entendimiento, como explica Cisneros, por parte del emisor-receptor / receptor-emisor, para generar un nuevo conocimiento, ligado a un vínculo que los permitirá comprometerse recíprocamente y llegar a una verdad conjunta.

Partiendo de éste entendimiento es como se manejará la información recavada para los altavoces del zócalo de San Andrés, en base a lo que población-gobierno desea generar, creando pues un vínculo entre ellos, para que los mensajes que resulten de este vínculo permitan tener un enriquecimiento humano recíproco y con esto una satisfacción que se pretende, convenga a las dos partes.

Comunicación comunitaria

Para entender mejor el concepto de comunicación comunitaria convendría primero que nada definir lo que se entiende por comunicación. Mario Kaplun en su libro El comunicador popular presenta dos formas de entender la comunicación que se han leído desde tiempo atrás, éstas son:

1. Acto de informar, de transmitir, de emitir. Verbo: COMUNICAR.
2. Diálogo, intercambio; relación de compartir, de hallarse en correspondencia, en reciprocidad. Verbo: COMUNICARSE.

Kaplun, Mario. 1985.

Sin embargo como menciona Kaplun (1985), la segunda definición ha sido la más antigua, entendiendo pues al acto de comunicar como al acto de compartir algo, pero que desgraciadamente, y como se mencionó en el apartado anterior sobre el concepto de comunicación, a esta definición se le ha ido dando un trato distinto, una significación errónea, o como lo definiera Kaplun, un desplazamiento de sentido:

> Acaso el principal motivo de ese desplazamiento de sentido esté en la irrupción de los llamados "medios de comunicación social": la gran prensa, la radio, la televisión… […] Los norteamericanos –sus grandes propulsores- los denominaron simplemente **mass media:** medios masivos o de masa. Pero después, para legitimarse y afirmar su prestigio, ellos mismos comenzaron a llamarse "medios de comunicación social". Se apropiaron del término "comunicación". Y ahí probablemente nació el equívoco.
>
> Kaplun, Mario. 1985.

Fue así como se llegaron a definiciones mal argumentadas de la palabra comunicación, como la que según Berelson y Steiner (1964, citados en Kaplun 1985) mencionan:

> El acto o proceso de transmisión que generalmente se llama **comunicación,** consiste en la transmisión de información, ideas, emociones, habilidades, etc., mediante el empleo de signos y palabras.
>
> Berelson y Steiner (1964), Kaplun (1985)

A partir de este tipo de definiciones, fue cuando autores como Mario Kaplun, Ricardo Noseda, Antonio Pasquali, José Cisneros, entre muchos otros, empezaron a cuestionarse la necesidad de separar el concepto de comunicación de una simple mezcla entre información, medios electrónicos, etc, y otorgarle el significado que realmente tiene, el de un concepto que engloba valores, ética, interacción, conocimiento, vínculos, etc. Ricardo Noseda (citado en Kaplun, 1985) presenta una acertada separación entre comunicación e información y define:

> Comunicación es el proceso por el cual un individuo entra en cooperación mental con otro hasta que ambos alcanzan una conciencia común.
>
> Información, por el contrario, es cualquier transmisión unilateral de mensajes de un emisor a un receptor.
>
> Ricardo Noseda (citado en Kaplun, 1985)

Esta última definición es la que más se apropia a la que distintos investigadores norteamericanos, dentro del auge que causó el tan llamado fenómeno de comunicación, le dieron precipitadamente al concepto, sin embargo es gracias a los errores y aciertos de las teorías y de los análisis que han tenido miles de investigadores, científicos, matemáticos, etc, como se puede llegar siempre a una reforma de los conceptos, ideas, teorías, que hoy en día utilizamos.

Así pues surgieron definiciones más acertadas de *comunicación*, dos de ellas, expuestas por Antonio Pasquali y Luis Ramiro Beltrán y presentadas por Mario Kaplun, toman ya en cuenta el elemento humano, los valores y la interacción y reciprocidad que están en juego durante el acto de comunicar:

Comunicación es…

> … la relación comunitaria humana que consiste en la emisión/recepción de mensajes entre inter-locutores en estado de total reciprocidad.
>
> Antonio Pasquali (1979), Kaplun (1985)

> … el proceso de interacción social democrática, basada en el intercambio de signos, por el cual los seres humanos comparten voluntariamente experiencias bajo condiciones libres e igualitarias de acceso, diálogo y participación.
>
> Luis Ramiro Beltrán. (citado en Kaplun 1985)

Con éstas definiciones de comunicación podemos pues aproximarnos más al concepto de comunicación comunitaria, pues dentro de toda labor comunitaria, popular o social, como la que atañe a esta tesis, este tipo de comunicación es la que está jugando el papel más importante, pues gracias a ella se estará hablando "el mismo idioma" con todos los involucrados en el proyecto.

Mario Kaplun explica que cuando hacemos comunicación popular –los comunicadores comunitarios o populares-, estamos siempre buscando, de una u otra manera, un resultado educativo. Decimos que producimos nuestros mensajes "para que el pueblo tome conciencia de su realidad" o "para suscitar una reflexión", o "para generar una discusión" (Kaplun, 1968).

Otra definición de comunicación comunitaria, un tanto más explícita, indica que se trata de aquellas acciones de comunicación orientadas a la promoción de la mediación y la participación social para el fortalecimiento de procesos de toma de decisiones comunitarias (Enciclopedia de comunicación aplicada, consultado en Mayo de 2006.)

De ahí que al realizar cualquier tipo de producción comunitaria, ya sea una radiodifusora, una televisora, una obra de teatro, una simple reunión, etc, se está buscando la comunicación comunitaria. Ésta, como dice la definición, tiene la intención

no solamente de mantener un diálogo, como lo hacemos al comunicarnos diariamente con las personas, sino de involucrar dentro de una discusión y una toma de decisiones a los habitantes de la comunidad, de integrarlos y hacerlos parte de un proyecto que ellos mismos están creando, y que es para ellos. Tiene la intención también de despertarles el interés por la participación conjunta y de mantener un pensamiento deseoso de saber más, y de cuestionar siempre lo que no está considerando apropiado.

Por otro lado, es importante mencionar la labor del que esta iniciando la comunicación comunitaria, es decir, del comunicador comunitario o popular, pues de no tenerla éste bien definida, puede caer su mensaje en autoritarismos y desinformar, provocando pues que la discusión o creación de proyectos que están en juego no se realicen como se espera.

El comunicador comunitario debe estar siempre receptivo a lo que está tratando, y escuchar a las personas de la comunidad involucradas, entender sus costumbres, su forma de pensar, su forma de ver la vida, para poder mantener una comunicación constante; también cuando se van a crear proyectos debe de conocer las inquietudes de la comunidad, lo que desean saber, o bien lo que no saben, para en base a eso, y sólo en base a lo que le informaron, crear los medios adecuados, con los mensajes acertados para la comunidad, de lo contrario no generaría interés y el proyecto comunitario se volvería un simple trabajo personal del comunicador popular.

Es por esto que el diálogo constante, las entrevistas, la observación participante, entre otras, facilita al comunicador comunitario la guía o el camino que habrá que seguir antes de crear los mensajes. Así pues dentro de este proyecto, a pesar de no ser de índole comunitaria, se realizarán entrevistas y observaciones etnográficas que permitirán crear la programación adecuada para los altoparlantes, en base a lo que las personas informaron. Gracias a esto el proyecto será mucho más fiel a la realidad y de mayor interés en las personas e instituciones involucradas.

Radio comunitaria

El concepto de radio comunitaria tuvo sus inicios en la década de los 40, en la escuela radiofónica en Sutatenza, Colombia. Dicha radio inició con el afán de hacer uso de éste medio para fines meramente sociales. Pasados los años se fue consolidando con el nombre de radio popular y a partir de los 80 se le trató con el nombre de radio comunitaria (Calleja y Solís, 2005).

Calleja y Solís (2005) explican que la radio comunitaria y ciudadana, se define así, en la medida en que su misión se relaciona directamente con el ejercicio de los derechos ciudadanos y como un espacio de encuentro.
Villamayor, Claudia y Ernesto Lamas (1998, citados en Calleja y Solís, 2005) definen a la radio comunitaria como espacios de recomposición del tejido social, son lugares de representación de diferentes identidades culturales y de construcción de la democracia, pues ejercer ciudadanía es dejar de ser neutrales.

Para entender de manera más sistemática el concepto de radio comunitaria cabría mencionar los diversos puntos que la identifican, los cuáles explicados por Lewis y Booth (1992) son los siguientes:

1. Incorporarse como una organización sin afán lucrativo.
2. Dirigirse por un grupo representativo de la comunidad a la que sirviera.
3. Compromiso establecido y demostrado sobre la participación de las mujeres y la gente del tercer mundo en todos los aspectos de su organización y funcionamiento.
4. Tener un compromiso establecido y demostrado sobre el acceso del público en general a la radio.
5. Intentar proporcionar un servicio al público en general, y no a un grupo, organización o institución en concreto.
6. Buscar reflejar una diversidad de culturas y opiniones de la comunidad.

Por lo tanto la radio comunitaria se debe entender desde el punto de vista político, pues su función primordial es exponer las problemáticas que la localidad presenta y encontrar una solución viable para que en conjunto se pueda resolver. En

concreto Calleja y Solís (2005) explican que una radio comunitaria responde pues a un proyecto político, que no partidista, de mediano y largo plazo, y las decisiones sobre su función son tomadas por el grupo que sostiene dicho proyecto, es una reivindicación de los sujetos individuales y colectivos frente a los poderes.

La radio comunitaria en México tuvo sus orígenes hace más de cuarenta años, algunos proyectos se formaron a través de patronatos y la iglesia de la localidad, con el propósito de mantener una constante comunicación en su comunidad, algunas otras surgieron gracias a un patrocinio del gobierno. La primera fue la radio del Valle del Mezquital en Hidalgo, y la segunda Radio Pirata, las cuáles entre algunas otras, no duraron mucho tiempo al aire.

Únicamente el caso de Radio Huayacocotla y el de Radio Teocelo; las dos del estado de Veracruz, han podido permanecer al aire de manera legal durante más de cuarenta años. Desgraciadamente después de ochenta años de radio en México solamente se pueden considerar estos dos casos como victoriosos en el afán de mantenerse vigentes durante tanto tiempo e incluso ser reconocidas nacional e internacionalmente (Calleja y Solís, 2005).

Breve revisión de la nueva Ley de Radio y Televisión.

Sin embargo la nueva Ley de Radio y Televisión, recién aprobada por el poder Legislativo el pasado 30 de marzo de 2006, afectará directamente a las radios y televisoras públicas del país, al implementar nuevas tecnologías digitales y con esto eliminar los permisos de transmisión gratuita, haciendo imposible a dichas radios y televisoras públicas costear el espacio libre para su transmisión, obligándolas a desaparecer.

José Cisneros (2006) explica que según diversos analistas, dicha ley beneficiará a Televisa y TV Azteca, pues brindará la posibilidad de obtener permisos para operar las redes de telefonía, además de propiciar el monopolio de las concesiones, ya que su otorgamiento se brindará al mejor postor económico. De ahí que se le empezara a nombrar como la Ley Televisa.

Esta enmienda según Fabiola Martínez (2006, citada en Cisneros 2006) garantiza a los grandes concesionarios la ampliación de sus negocios sin entrar a nuevos procesos de licitación, y releva de la decisión al presidente de la república. Por otra parte, en el artículo 16 se prevé que las concesiones serán por 20 años y para su refrendo tendrá preferencia el beneficiario actual, entre otras ventajas para los empresarios de medios electrónicos.

Según José Cisneros en términos generales la ley establece que:

- Los miembros de la Comisión Federal de Telecomunicaciones (COFETEL), encargados de asignar las concesiones de radio y televisión, durarán en sus cargos ocho años, y además los cargos pueden ser renovados por un período más.
- Respecto a la ampliación de servicios de telecomunicaciones de las frecuencias ya concesionadas, sólo se dará aviso a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, y el pago de una contraprestación, pero no se requerirá el veredicto favorable de la Comisión Federal de Competencia.

(Martínez 2006, citado en Cisneros, 2006)

A pesar de que esta nueva enmienda afectará directamente a las radios y televisoras comunitarias, públicas, piratas, entre otras del país, el actual gobierno de la república no le hará modificaciones, pues como menciona Cisneros, para un gobierno capitalista con afán de privatizar los recursos públicos de la nación, es totalmente beneficioso que esta ley se lleve a cabo de la forma en la que está establecida.

Sin embargo para términos de esta tesis, la nueva ley no afectará a este proyecto, pues los altavoces –sean comunitarios o públicos- se consideran como medio alterno, al hacer uso de distintas tecnologías a las de la radio o la televisión, además de no hacer uso del espacio radial aéreo, sino de una grabadora que reproducirá en los altoparlantes el sonido.

Medios alternos

Desde que existe la necesidad del ser humano de comunicarse, de transmitir ideas, es decir, desde mucho tiempo atrás, se han hecho uso de diversos medios o métodos para hacerlo. Desde que el hombre conoció la pintura, hizo uso de las paredes de las cavernas en las que se albergaba para dibujar diversos episodios ocurridos en su tribu; dibujos que fueron de gran utilidad en la era moderna para conocer cómo vivían nuestros antepasados y cómo llegamos hasta donde estamos ahora.

De la misma forma aquellos grupos revolucionarios con el afán de transmitir su ideología entre sus compañeros, hacían uso de mensajes escritos, pasados algunas veces "de mano en mano" para enterar a su grupo del paso que seguía en su lucha. Es decir, hablar de medios alternos es hablar de cualquier elemento técnico del que se hace uso – perifoneo, altoparlantes, panfletos, etc- habilitado para transmitir mensajes, fuera de los medios de difusión ya conocidos. Éstos brindan métodos prácticos y económicos para transmitir ideas en pequeñas comunidades o grupos sociales, y gracias a ellos se pueden hacer llegar de manera rápida y concisa los mensajes, ayudando a mantener en constante interacción a los grupos involucrados.

Esta tesis pretende darle un uso más práctico al medio alterno con el que cuenta el zócalo del municipio de San Andrés Cholula. Este medio – altavoces o altoparlantes- facilita la transmisión de mensajes en una comunidad, permitiendo una constante información de los elementos más recientes y significativos. Sin embargo en algunos casos –como en el de San Andrés- los altoparlantes se encuentran concentrados en una zona, provocando que aquellas personas que no acuden al lugar donde se encuentran los altavoces, no se enteren de lo que se está transmitiendo.

Altavoces comunitarios

No podríamos hablar de una definición teórica del concepto de altavoces comunitarios, pues no se entiende como tal, sino como un concepto en el que una comunidad o sociedad se conglomera tras la necesidad de un medio, cualquiera que éste sea, para emitir mensajes. En este caso, el uso de altavoces es de los más prácticos, pues

solamente se necesitan un equipo de sonido y un par de bocinas o más, distribuidas estratégicamente, además de ser mucho más económico que una radio difusora.

Este medio se ha venido utilizando desde hace algunos años en distintos países del mundo, como en Filipinas, donde desde 1992 cuentan con altavoces distribuidos en distintas comunidades y beneficiando a cerca de 4000 personas.

El nombre que le otorgaron es el de *community audio towers* las cuáles desde el amanecer empiezan a tocar melodías que los agricultores escuchan mientras trabajan en sus cultivos. Entre las canciones se intercalan algunos anuncios de interés general: “hoy no llegó el maestro a la escuela”, “el *carabao* (buey) que había perdido el Sr.Ostong fue encontrado cerca de la carretera”, “el próximo jueves será el día de la vacunación en el centro de salud”, “el director de la emisora, Jacinto "Jake" Sarco convoca a una reunión de todos los miembros del Consejo Comunitario de Comunicación (CMC, en inglés) para mañana al final de la tarde”... (La iniciativa de comunicación, 2002).

Las *community audio towers* o CAT´s en Filipinas, han brindado un gran desarrollo a las comunidades, pues gracias a este medio la población se mantiene más alerta de las necesidades surgidas en su comunidad, además de haber permitido un cambio satisfactorio en sus rutinas diarias de trabajo. La población adquirió paulatinamente una mayor conciencia sobre las necesidades colectivas y las soluciones potenciales. A través de un programa bien establecido, los problemas más importantes fueron discutidos semana tras semana. (La iniciativa de comunicación, 2002).

Como se menciona en la página en Internet La iniciativa de comunicación, la población de algunas de las comunidades de Filipinas, como es el caso de Tacunan, sienten que a partir de la colocación de los CAT´s en su comunidad, las cosas han marchado mucho mejor, se han visto cambios factibles en las calles, en sus casas, incluso en su estilo de vida. "Nuestra situación ha mejorado en estos siete años, desde que los Altavoces Comunitarios fueron instalados en Tacunan. Ahora tenemos un camino que no teníamos antes, y también electricidad, agua..." (La iniciativa de comunicación, 2002), testimonio de un miembro de la comunidad de Tacunan.

Como menciona se menciona en La iniciativa de comunicación (2002), es probable que los altavoces en sí no hayan sido los causantes directos de la colocación

de electricidad, agua y más beneficios a la comunidad, sin embargo y en definitiva, la población se sintió mucho mejor a partir de la implementación de los CAT´s y aprendieron a valorar esta nueva herramienta que se les estaba brindando como una solución emergente a sus necesidades.

Este concepto igualmente se utilizó en otros países, con el fin de encontrar un recurso que facilitara el día a día de las poblaciones. La idea de los *Altavoces Comunitarios* fue implementada anteriormente para apoyar el desarrollo social y económico en comunidades rurales marginadas y empobrecidas de países del Tercer Mundo. En Etiopía, Tailandia y Mozambique —para mencionar solamente unos ejemplos de los años ochenta— los *Altavoces Comunitarios* han servido para estimular la organización comunitaria en torno a los problemas del desarrollo social y para fortalecer la identidad cultural. (La iniciativa de comunicación, 2002).

En esta tesis no se manejará el concepto de altavoces comunitarios como tal, pues en base a lo que se planteó anteriormente, no es la comunidad de San Andrés Cholula la que inició con el proyecto de emitir mensajes en los altoparlantes del zócalo. Surgió de una inquietud personal, como se explicó en la introducción, además de que la creación de los mensajes nacerán a partir de una investigación etnográfica, y serán maquilados por aquellas personas del departamento de comunicación social del Ayuntamiento de San Andrés Cholula encargados de transmitir diariamente música, como se hace actualmente, y no por miembros de la comunidad.

Es por esto que la creación de los mensajes previos a la transmisión será de importancia primordial, pues es común que al ser una sola persona la creadora de mensajes para transmitir a toda una comunidad o sociedad, se deje llevar por lo que considere necesario emitir, y no necesariamente por aquello que la población necesita escuchar. […] el destinatario es el que determina las características del mensaje, cómo será éste enunciado y formulado, qué medio se ha de emplear, el lenguaje que será utilizado, etc.

Más aún: ese destinatario tiene sus intereses, sus preocupaciones, sus necesidades, sus expectativas. Está esperando que le hablemos de las cosas que le interesan a él, no de las que nos interesan a nosotros. Y sólo si partimos de sus intereses, de sus percepciones, será posible entablar el diálogo con él. (Kaplun, 1998). Sin

embargo, al inicio de la programación sonora las decisiones serán tomadas desde la entidad emisora, no desde la comunidad.

En el siguiente capítulo haremos una ubicación histórica y geográfica del municipio de San Andrés Cholula y de la concepción de su zócalo. Describiremos la actual conformación de los altavoces y el uso que actualmente le dan sus habitantes y el Ayuntamiento.