

Capítulo II

Marco Conceptual

En este capítulo abordaremos algunos conceptos que nos permitirán entender de mejor manera el tema que nos ocupa. En primera instancia se hace necesario hablar brevemente sobre lo que se entiende por comunicación, para de ahí presentar otros conceptos y poder ir relacionándolos entre sí y con el tema principal.

Comunicación

El término comunicación tiene numerosas definiciones. La comunicación ha sido objeto de un sinnúmero de investigaciones para, a partir de éstas, comprender de mejor manera su uso y el papel que juega en las relaciones humanas.

De acuerdo a Mario Kaplun en su libro *El comunicador popular* (Kaplun, 1985), hay dos maneras de entender la comunicación: la primera como el acto de informar, de transmitir, de emitir y, la segunda, como el diálogo, intercambio o relación de compartir, de hallarse en correspondencia en reciprocidad.

Mientras que, para Antonio Pasquali la comunicación es la relación comunitaria humana que consiste en la emisión/recepción de mensajes entre inter-locutores en estado de total reciprocidad y para Luis Ramiro Beltrán, es 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 (en Kaplun, 1985).

Así pues, han ido surgiendo diversas definiciones, algunas se quedan en el papel de información, algunas se basan en la transmisión y otras se construyen principalmente sobre el modelo básico de comunicación: quién dice, qué dice, en qué canal, a quién lo dice y con qué efectos (Nixon 1963 en Cisneros 2006). Sin embargo, consideramos que la comunicación no queda en un simple proceso de relación y entendimiento entre dos o más personas sino que va más allá, inclusive de los propios medios masivos de comunicación. La comunicación avala un aspecto más completo, por ello otras definiciones de comunicación ya toman en cuenta el elemento humano, los valores y la interacción y reciprocidad que están en juego durante el acto de comunicar.

Habermas y Pasquali estudian el concepto desde otro punto de vista. Estos autores reconocen que en la acción o proceso comunicativo existe un con-saber o un saber común, lo cual dista mucho de la simple acción de persuasión o inducir un supuesto acuerdo o una decisión de una persona a otra. Para ellos, la comunicación se produce cuando el entendimiento entre personas es voluntario y libre (en Cisneros, 2006).

Resumiendo las aportaciones de Habermas y Pasquali y tal y como señala Cisneros (2006), la comunicación es una acción o un proceso mucho más profundo, privativo

de los seres humanos, donde la dimensión operativa del intercambio de mensajes se da de otras dimensiones que implican la voluntad de entenderse.

La comunicación, por tanto, puede entenderse como el establecimiento del mutuo respeto y del reconocimiento de un valor entre pares.

No sólo puede hablarse de definiciones para el concepto comunicación, es preciso también mencionar que existen diversos tipos de comunicación en los que se incluyen, dependiendo del enfoque, otros aspectos complementarios, por ejemplo, si hablamos de comunicación pública entenderemos que se trata de un proceso comunicativo en el que intervienen otros actores, medios y procesos de relación. Abordaremos, entonces, brevemente los conceptos de comunicación pública y comunicación comunitaria, así como la relación entre la comunicación y la cultura y, posteriormente, hablaremos sobre los medios de comunicación comunitaria para con ello lograr un mejor acercamiento al tema que nos ocupa.

Comunicación pública y espacio público

La comunicación pública, sin mayor detenimiento, puede entenderse como la difusión gubernamental o como aquella que se da en el espacio público. Por ello, nos detendremos, más que en una definición de lo que es comunicación pública, en describir su funcionamiento en el espacio público.

Antes que todo, hay que resaltar que el espacio público y el espacio público político, son dos elementos indispensables de la vida pública y, por supuesto, de la

participación política; son espacios abiertos para diferentes sectores sociales, espacios que crean un tipo de realidad (actitudes por ejemplo). De hecho, cabe decir que los medios de difusión masiva pueden ser el espacio público por excelencia. (Cisneros, 2003)

Una de las posibles razones que pueden existir para considerar a los medios como el espacio público, es interpretar el concepto “público” como “publicado” o “publicitado”, es decir, dado a conocer, sin tomar en cuenta su sentido político-democrático en tanto participación activa de los ciudadanos (...) (Cisneros, 2003:86)

Por otra parte y de acuerdo a lo que plantea Cisneros (2003), el concepto público en un primer sentido, tiene que ver con la divulgación o difusión realizada de un hecho o noticia, es decir, algo que ya es conocido por todas las personas y, en un segundo sentido, tiene que ver con lo que es propio de una comunidad (común del pueblo o ciudad) tanto en el aspecto jurídico como en su dimensión sociopolítica.

En relación a este tema, Ferry (en Cisneros, 2003) afirma que el espacio público es el marco mediático, dispositivo institucional y tecnológico donde se presentan a un público los múltiples aspectos de la vida social; entendiendo por mediático lo que mediatiza la comunicación de las sociedades consigo mismas y entre sí. Así mismo, Ferry define como “público” al espacio constituido por los medios; es decir, un espacio que, atendiendo a su carácter divulgador o su función difusora, presenta a un público los múltiples aspectos de la vida social.

Tomando esta idea, los medios masivos de comunicación pueden ser empleados como mecanismos de socialización e instrumentos en el espacio público; de esta manera, se facilitarían las relaciones entre los distintos actores políticos y por supuesto las acciones sociales y políticas generadas por éstos. La radio, por ejemplo, nos cuenta Cisneros (2003), ha sido empleada con éxito en la alfabetización, en la organización campesina para la producción y rescate cultural y en la autoinformación de la comunidad, por mencionar algunas tareas sociales.

Cuando se habla de espacio público, es necesario también detenerse en el concepto de actores sociales, ya que éstos actúan justamente en el espacio público.

Un actor social puede considerarse como un grupo o sector de la colectividad que actúa en defensa o promoción de sus intereses de grupo, que tiene o comparte una visión de otros grupos sociales. (Cisneros, 2003:104)

En pocas palabras, como actores sociales pueden considerarse aquellos grupos que inciden en las decisiones de una colectividad o reaccionan ante ellas de manera abierta. Por ello, es fundamental, sin duda, la participación de actores y no hablar simplemente de espectadores, es decir, los actores sociales no sólo reciben mensajes con determinado tema sino que para ser considerados actores deben justamente expresar su opinión respecto al mensaje recibido. Para que sea espacio público se requiere participación y reciprocidad.

El espacio público (...) es pues donde se expresa el “público”, definido por Wright Mills como “el número de personas que expresa opiniones es virtualmente igual al número de personas que las recibe”, que aquí hemos venido considerando como actores sociales, y no aquel espacio donde una masa asiste como espectadora (Cisneros, 2003:101)

En resumen, el espacio público, como menciona Cisneros (2003), es una estructura de relaciones establecidas entre diferentes actores sociales con intereses, e incluso opuestos, que reconocen la necesidad de decidir juntos sobre asuntos que los afectan, y que por tanto acuden a expresar sus respectivas propuestas y visiones del mundo con el ánimo de confrontarlas, complementarlas o incluso desarticular la del adversario, pero con la disposición para llegar a algún tipo de acuerdo que les permita seguir conviviendo con respeto y dignidad.

Comunicación comunitaria

Hemos definido qué se entiende por comunicación en el espacio público, ahora intentaremos definir qué se entiende por “comunidad” y “comunitaria”, para posteriormente entrar al tema de comunicación comunitaria.

En primera instancia puede definirse comunidad como un conjunto de personas vinculadas por características o intereses comunes (Diccionario de la Real Academia Española). Cabe señalar que en la definición presentada quedan incluidas todas aquellas personas que comparten intereses ya sea que lo hagan activamente o no.

La palabra comunidad, según Peter Lewis en *El medio invisible* (1992), es un término equívoco, utilizado por todo el mundo con diferentes significados y que requiere de un análisis minucioso. La idea de asociar el término de comunidad a localidad es relativamente reciente. En parte puede atribuirse a las sociedades del pasado (generalmente rurales), en la que la lealtad, las creencias y el parentesco proporcionaban una protección contra la maldad del gran mundo y los lazos duraderos de esta comunidad ideal constituían la base para la ayuda mutua y la comprensión, y la comunidad se cuidaba a sí misma.

Ahora, el término 'comunitaria' resalta la idea de comunidad y destaca el valor democrático de "poner en común".

En tanto, para aclarar más los alcances del término, diremos que por comunidad se entiende a aquel grupo o conjunto de seres humanos o animales que comparten diversos elementos en común como pueden ser costumbres, un idioma, valores, tareas, visión del mundo, edad, ubicación geográfica, estatus social, roles, entre otras cuestiones. Por otra parte, con el término de comunitario se denominará a todas aquellas actividades y trabajos que una persona, grupo o asociación realicen en función del bien común de una zona geográfica o grupo que por alguna cuestión que se los impide no pueden lograrlo por sí mismos. (www.definicionabc.com)

La comunicación comunitaria, que tiene especial relevancia en el presente proyecto, puede entenderse también, de acuerdo a Berrigan (1981:7-8), como "los medios de

comunicación en dos sentidos o modalidades de utilización de los medios de comunicación que no sólo permiten un diálogo y una comunicación en doble sentido, de la periferia al centro y viceversa, y entre grupos, sino que además se basan en un diálogo”. Para la autora, la comunicación comunitaria designa un intercambio de puntos de vista y de noticias y no sólo de una transmisión de una fuente a otra, además de que pueden desempeñar un papel sustituto de la comunicación directa e interpersonal y llegar a más individuos a la vez; la comunicación de carácter comunitario ha de ser algo más que una programación concebida para grupos seleccionados o especiales, aspira a basarse en algo más que en las necesidades e intereses supuestos de su público.

Otra definición de comunicación comunitaria, 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).

Cabe destacar que el término también se ha empleado para designar a la programación destinada específicamente a determinados grupos, por ejemplo, los étnicos o los minoritarios o los que tienen necesidades o intereses especiales.

Comunicación y cultura

Así como pueden encontrarse infinidad de definiciones para la comunicación, pueden encontrarse diversas para el concepto de cultura. De manera general, la cultura puede entenderse como la capacidad del ser humano de construir conceptos,

adquirir conocimientos, elaborar y transmitir significados. La cultura es lo que le permite a los hombres construir una sociedad mediante sus diversas formas de interacción y organización de las relaciones.

Para Saavedra (www.monografias.com), la cultura puede ser definida en un sentido amplio como todo lo cultivado por el hombre, ya que comprende el total de las producciones humanas, tanto en el ámbito material (como, por ejemplo, los productos del arte y la técnica) así como en el espiritual (donde se mencionan las ciencias, el arte y la filosofía).

Ahora nos preguntamos, ¿qué tiene que ver la cultura con la comunicación? y basta con responder que están estrechamente ligadas si consideramos que tanto la cultura como la comunicación son constituidas por las diversas formas de interacción y relación que establecen las personas, sin la comunicación el ser humano no podría construir aquello que construye y conforma: la cultura y, la cultura es a su vez un referente que facilita la comunicación. Como ya comentamos, la comunicación es más que sólo emitir ideas y es mediante la comunicación que se establece la interacción y, la cultura es un proceso que se construye con la interacción.

A través de la comunicación se concreta la vida social. Dicho de otro modo, la comunicación es el proceso por el cual, una comunidad humana dada, produce y reproduce todo el sistema de vida que la caracteriza e identifica y que genéricamente llamamos cultura. La comunicación le sirve a la comunidad en cuestión para cohesionarse y regular sus relaciones (Winkin, 1984: 353)

La comunicación, de acuerdo a Malinowski (en Oviedo, 2004), podría considerarse en el sentido más amplio, como el aspecto activo de la estructura cultural (...) la cultura y la comunicación son términos que representan dos puntos de vista o dos métodos de presentación de la interrelación humana, estructurada, regular. En "cultura " el acento se pone en la estructura, en "comunicación " en el proceso.

Para reforzar la idea de la comunicación como proceso central de la cultura me gustaría citar a Paul Watzlawick quien, en un artículo a través del cual enriquece el concepto de comunicación, señala que "la misma (la comunicación) está constituida por dos aspectos: informaciones y relaciones y que el sentido de ambas está condicionado por el contexto en el que se producen" (Oviedo, 2004:36-39)

Medios de comunicación comunitaria

Una vez que hemos definido los conceptos anteriores, deberemos destacar también la existencia de medios de comunicación comunitaria así como sus características y funciones.

Existen diferentes definiciones y diversas experiencias en distintos lugares sobre lo que los medios comunitarios son o deberían ser. De acuerdo a Stefanía Milan en su artículo *Medios comunitarios y regulación. Una perspectiva de comunicación para el desarrollo* (2006), los medios comunitarios son medios que se suman a la dimensión de

desarrollo social y cultural proporcionando canales de participación y de ejercicio de poder, y transformando las experiencias individuales en visiones compartidas de (una mejor) realidad, trabajando, de este modo, para la construcción de esa realidad. Entre sus características o rasgos comunes, destaca los siguientes aspectos: libertad de expresión y pluralismo mediático, acceso público e igualdad de géneros, promoción de la diversidad cultural, promoción de la diversidad cultural, carácter no lucrativo, transparencias de estructuras de trabajo, autodeterminación y promoción de la educación a partir del uso de los medios, entre otras.

Los medios de comunicación comunitaria, según Berrigan (1981), son una adaptación de los medios de comunicación en general, para su uso por la comunidad y para cualquiera de los objetivos que decida ésta. Se trata, dice, de unos medios de comunicación a los que tienen acceso los miembros de esa comunidad, con fines de información, educación, esparcimiento, cuando necesitan ese acceso. Se trata de unos medios de comunicación en los cuales participan los habitantes como planificadores, productores o intérpretes. El autor plantea como características un alto grado de horizontalidad, apertura y posibilidades de participación.

Los medios comunitarios tienen como uno de sus principios fundamentales (...) poner al escrutinio de la población aquello que tiene un impacto sobre lo público y que afecta la vida de sus habitantes, pues cuando la comunidad asume la discusión de la acción de la autoridad, o de la suya propia, establece los principios de corresponsabilidad ciudadana. (Calleja y Solís, 2005: 25)

Es interesante, por otro lado, mencionar el punto de vista de la autora Milan (2006) quien plantea a los medios comunitarios como contribuyentes del desarrollo desde dos perspectivas: en el nivel procesal como una canal de participación representando “la voz de los sin voz”, y como los medios que permiten a los ciudadanos expresar sus preocupaciones siendo así un instrumento para el ejercicio de la democracia y, por el otro lado, la perspectiva a nivel simbólico como medios de toma de poder, en la que representan un modo de ejercicio de la imaginación y de traducción de la misma, lo que lejos de ser una experiencia individual se vuelve una experiencia colectiva en donde se crean significados compartidos e interpretaciones de la realidad que conllevan a oportunidades de cambio.

Los medios comunitarios, aclara Milan (2006), tienen gran importancia en el desarrollo social, menciona que hasta hace poco se pensaba solamente en el lado comercial de la comunicación, es decir, en la persuasión y que, hoy en día, no sólo se terminan las opciones en la comunicación persuasiva, sino que se piensa a los medios como herramientas para el desarrollo social.

Por su parte, Berrigan (1981) considera que los medios de comunicación son de gran valor para el desarrollo y que nunca son eficaces si se utilizan aisladamente y si no van acompañados de cambios prácticos en la estructura orgánica, política y social de cada país. El valor de los medios de comunicación, dice, depende de una amplia gama de iniciativas de desarrollo; en el uso de los medios de comunicación para el desarrollo se ha hecho más hincapié en decir y en enseñar que en un intercambio de peticiones e ideas entre el centro y las zonas periféricas.

Los medios de comunicación pueden constituir el método más barato y rápido de llegar a las comunidades rurales y de suministrarles una competencia técnica que antes no existía. Como los medios de comunicación pueden llegar a las comunidades aisladas, se ha dado gran importancia a la utilización de medios de comunicación de masas, esto es, de unos mensajes que van de las capitales a la periferia. (Berrigan, 1981:7)

De ahí que cualquier tipo de producción comunitaria, ya sea una radiodifusora, una televisora, etc., busque la comunicación comunitaria, misma que no sólo tiene la intención de mantener el diálogo, sino de involucrar dentro de una discusión y una toma de decisiones a los habitantes, de integrarlos y despertar el interés por la participación conjunta.

Por otro lado, Mario Kaplun (1968) explica que cuando se hace comunicación popular, los comunicadores comunitarios o populares, están 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”.

El comunicador comunitario debe estar siempre receptivo y escuchar a aquellos involucrados para entonces entender sus costumbres, su forma de pensar, su forma de ver la vida y para poder mantener una comunicación constante, crear los mensajes acertados y hacer uso de los medios adecuados, y por su parte, quien

participa (el ciudadano), no sólo recibe la información y el contenido sino que participa¹ y además de expresar sus necesidades, aprende.

Los medios de comunicación pueden constituir el instrumento operativo de una concepción del desarrollo basada en la participación. Se puede recurrir a ellos para conocer la opinión de las personas sobre los principales problemas del desarrollo en la región... Se pueden utilizar como un medio gracias al cual se intercambien puntos de vista sobre los problemas y prioridades entre los miembros de una misma comunidad, entre regiones y entre la población local y los administradores centrales (Berrigan, 1981:15)

Ahora, sin duda son diversos los medios de comunicación considerados comunitarios, sin embargo, por el tema que nos ocupa realizaremos un enfoque única y exclusivamente en la radio.

La radio comunitaria

Entre los medios comunitarios encontramos a la radio que es una propuesta participativa para la democratización, la libertad de expresión y el derecho a la información. Junto con la emisión radiofónica que es la que destaca, los medios comunitarios comprenden también medios impresos como boletines locales, sin embargo, la radio es una herramienta de comunicación dominante y con gran alcance.

El proyecto de radio comunitaria, por su parte, busca el desarrollo de la comunicación comunitaria, y no sólo generar y mantener diálogos sino perseguir un

¹ La participación implica la intervención del público en la producción y en la gestión de los sistemas de comunicación.

interés por la participación de los habitantes de la comunidad en las discusiones y en la toma de decisiones.

Para María Elena Pinto Callejas y Solís, 2005: 48), las radios comunitarias son entendidas como medios “participativos y pluralistas, orientados a satisfacer necesidades de comunicación en el municipio objeto de su cubrimiento y a facilitar el ejercicio de los derechos a la información y la participación de sus habitantes, de manera que se promueva el desarrollo social sostenible, la convivencia pacífica, los valores democráticos, la construcción de ciudadanía y la identidad cultural”.

Villamayor, Claudia y Ernesto Lamas (1998 citados en Calleja y Solís, 2005) definen a la radio comunitaria como espacios de recomposición del tejido social.

“... las radios comunitarias y ciudadanas son 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” (Villamayor, Claudia y Ernesto Lamas en Callejas y Solís, 2005: 23)

En este sentido, dicen las autoras Callejas y Solís (2005), que una radio comunitaria o ciudadana, es una propuesta social que un colectivo y organización ofrece a la sociedad, exponiendo claramente cómo pretenden estar y en consecuencia incidir en este tejido social. La radio comunitaria es entonces un proyecto político, en el sentido de que asume compromisos y toma posición respecto a la problemática concreta en que vive y se ubica en el contexto social donde se desarrolla y tiene la

misión de promover y fortalecer el ejercicio de los derechos ciudadanos, la persona ciudadana como actor social activo con capacidad de negociación, de incidencia y de toma de decisiones para asumir y cambiar su realidad en los diferentes ámbitos de la sociedad.

Su propia definición distinguía entre un gran número de emisoras que servían a una localidad y una situación en que “el material emitido desde una emisora local, sería de particular interés para esa localidad y no para otras localidades... en consecuencia la programación local surgiría de la vida de la comunidad (Lewis, 1992: 123)

La radio comunitaria ha sido el instrumento y el espacio para debatir abiertamente lo que preocupa a las diversas comunidades de una sociedad. De acuerdo al Informe 2002 de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión (Callejas y Solís, 2005:19) “Las radios comunitarias responden en muchos casos a las necesidades, intereses, problemas y expectativas de sectores muchas veces relegados, discriminados y empobrecidos de la sociedad civil. La necesidad creciente de expresión de las mayorías y minorías sin acceso a medios de comunicación, y su reivindicación del derecho de comunicación, de libre expresión de ideas, de difusión de información hace imperante la necesidad de buscar bienes y servicios que les aseguren condiciones básicas de dignidad, seguridad, subsistencia y desarrollo”.

Para la UNESCO (Callejas y Solís, 2005:19), la función principal de la radio comunitaria, incluye incentivar los procesos democráticos de manera local, dándoles ‘voz’ a los pobres y marginados; incrementando la diversidad de contenidos y el

pluralismo de información a nivel local, para de esta manera reflejar y promover la identidad, carácter y cultura local; fomentando la creación de voces y opiniones diversas, así como la expresión individual, alentando a la participación, la innovación y el compartir información.

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 lo 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 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.

La radio puede ser, sin duda, un vínculo comunitario al cual se le ha relacionado sobre todo con áreas rurales y comunidades urbanas por ser éste un medio accesible y por, dice Bruce Girard (2000), cumplir también con el rol de "teléfono de la comunidad", con muchas horas al día reservadas para la transmisión de mensajes personales, nacimientos, defunciones, invitaciones a fiestas, pedidos de alimentos y suministros a una tienda en la localidad más cercana, el llamado de emergencia médica y aun el consejo y asesoramiento del médico local, además de ser la única fuente de información sobre precios de mercado para productos agropecuarios, constituyéndose en la única defensa contra los especuladores.

Definiendo de manera más específica los roles de la radio, podemos mencionar: es un medio de comunicación de fácil acceso (la mayoría de las personas pueden acceder a él), puede cumplir diversas funciones al ser un punto de contacto de la comunidad y la infraestructura global, ofrece un gran potencial para promover la participación, la democracia y el desarrollo comunitario.

En cuanto a las características puede encontrarse en *Con Permiso* (Calleja y Solís, 2005: 35-36), un resumen de las características de las radios comunitarias establecido en la sistematización realizada por Andrés Geertz en el libro *La práctica inspira*, y son:

- 1) Apoyan y promueven cambios sociales necesarios para lograr una sociedad más justa.
- 2) Representan proyectos de vida ligados a luchas y reivindicaciones de grupos y movimientos diversos.
- 3) Piden y construyen el acceso a la palabra a todos los grupos y sectores de la población.
- 4) Toman en cuenta las necesidades prioritarias de las comunidades a las que sirven.
- 5) Representan y defienden la diversidad cultural de sus entornos.
- 6) Privilegian la dimensión participativa en sus prácticas comunicacionales e institucionales.
- 7) No se dejan guiar por el lucro como motor de sus acciones.

Las radios comunitarias tienen como objetivos servir a comunidades específicas y facilitar la comunicación entre sus habitantes, así como cubrir sus necesidades de información y cultura a través de acciones positivas. A diferencia de los medios tradicionales, la radio comunitaria debe reconocer y dar espacio a los ciudadanos “comunes” y tiene como característica la diversidad, trabaja con grupos concretos,

con movilidad social, y se facilita como herramienta de comunicación y también de desarrollo.

El movimiento de la radio comunitaria: origen

El concepto de radio comunitaria tuvo sus inicios en la década de los 40, en la escuela radiofónica en Sutatenza, Colombia (Calleja y Solís, 2005). Dicha radio inició con fines meramente sociales y poco a poco se fue consolidando y pasando por diversas definiciones como radio popular, radio comunitaria y recientemente radio ciudadana.

La radio comunitaria ha tenido muchas denominaciones de acuerdo a su desarrollo en cada región y al contexto nacional en el que nacen: sindical obrera, radio local, pirata, libre, educativa-popular, insurreccional, propaladora, trucha, rural, indígena-aborigen, comunitaria, ciudadana. (Calleja y Solís, 2005: 45, 46 y 47)

Debido a la diversidad y heterogeneidad de los medios de comunicación que se definen como “comunitarios”, existen diversas concepciones y es complicado encontrar una que los abarque completamente debido a que algunas se distinguen por su alcance, otras por el impacto social que logran y algunas otras incluso por los ingresos que obtienen. Lo que si es un hecho es que los medios que se definen como comunitarios están orientados a funcionar como herramientas democratizadoras de la sociedad y están, por lo general, comprometidos con el derecho de libertad de expresión.

La radio comunitaria, dice Peter Lewis (1992: 147) surgió como una respuesta al fracaso de la radio local en Gran Bretaña y sus objetivos eran tanto la reforma de las estructuras y de la práctica de la radiodifusión como la apertura de un espacio para emisoras autónomas de control local.

Desde su nacimiento, la radio comunitaria ha estado en estrecha relación con procesos de alfabetización, campañas sociales, de salud y con las tradiciones y la cultura popular, de hecho, las radios llamadas “comunitarias”, “libres” o “participativas”, se sumaron a las llamadas “educativas”, “populares” y “alternativas” con el objetivo de dar voz a las mayorías excluidas del sistema político, económico y de medios.

En América Latina, nos cuentan las escritoras Calleja y Solís (2005:44), la historia de las radios comunitarias (las primeras emisiones iniciaron en 1923), se relaciona con las luchas políticas y surgieron impulsadas por una vocación de denuncia o reacción ante la situación de desigualdad económica, política y social, como un espacio para la reflexión y la conciencia acerca de su condición; como una alternativa comunicacional ante el modelo de radiodifusión comercial, dominante en los países de la región. En ese entonces, comentan, 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. La primera fue la *Radio del Valle del Mezquital* en Hidalgo, una radio gubernamental con empleados y locutores indígenas pero no

únicamente controlada por la comunidad indígena y, la segunda *Radio Pirata*, mismas que no duraron mucho tiempo al aire.

La radio comunitaria en México

La historia de la radio comunitaria en México merece especial interés, podría incluso decirse que es un caso que “se cuece aparte”, más adelante veremos por qué.

A diferencia de lo ocurrido en otros países de América Latina, la radio comunitaria en México tuvo hasta hace poco tiempo un desarrollo bastante limitado. La radio comunitaria en México ha sufrido todas y cada una de las adversidades en cuanto a autorizaciones, financiamiento, sostenibilidad e infraestructura. Ha sido un tema muy tratado sobre todo en los últimos años en los que el incremento de participación de comunidades es considerado aspecto esencial para el desarrollo de las mismas y para la consolidación de un Estado democrático. Sin embargo, el tema ha carecido de la debida recepción por parte de las autoridades gubernamentales, pues las restricciones que impuestas han sido totalmente discrecionales.

Aunque en el capítulo siguiente nos detengamos en el marco legal de la radiodifusión podemos comentar adelantar aquí que se han otorgado privilegios al sector comercial, es decir, a las llamadas radios comerciales y que por ello las radiodifusoras no comerciales han empezado a surgir por iniciativas de la sociedad civil y, la mayoría de ellas, al margen de la ley.

Por lo anterior, las radios creadas se autodenominaban emisoras clandestinas o piratas, puesto que se encontraban en un rasgo de marginalidad ya que el propio Estado les impedía el acceso a las frecuencias de radio y televisión. De hecho durante la década de los 80 el único referente de la radio comunitaria fueron las radios indigenistas que planteaban la participación ciudadana continua y sistemática como una de las características, pero financiadas y controladas por el gobierno.

Es preciso comentar que en 1996, por primera vez en la historia, se reconoce legalmente el derecho de las comunidades de acceder a frecuencias para medios electrónicos y se incorpora en el Artículo 2º de la Constitución Mexicana. (Calleja y Solís, 2005: 59).

Los medios comunitarios, nos dice la autora Stefanía Milan (1981), representan un aporte en los procesos de desarrollo y juegan un papel importante en la democratización, en las reivindicaciones sociales y en la generación de conocimiento, pues inciden en las dimensiones culturales y sociales del cambio. Sin embargo, a pesar de esto, estos medios enfrentan dificultades debido a los requerimientos de las leyes nacionales de medios.

Por otra parte, la financiación de los medios comunitarios, es según Stefanía Milan (artículo), uno de los temas más complejos, pues el desarrollo y los costes de operación son demasiado elevados y requieren de una solución capaz de dar estabilidad al proyecto.

En cuanto a la cuestión financiera existe sólo una mención respecto a los ingresos de las emisoras permisionadas, en el Artículo 37 en que se establecen las causales de revocación cuando en su fracción III determina la tácita prohibición de “transmitir anuncios comerciales o asuntos ajenos a aquellos para los que se concedió permiso” (Calleja y Solís, 2005: 40)

Pocas (por no decir mínimas) son las emisoras comunitarias que reciben financiamiento para mantenerse al aire; el resto (la gran mayoría), deben encontrar formas de sustentabilidad. Calleja y Solís (2005: 21-22) afirman que es, por mucho, el mercado y sus reglas quienes determinan la actividad radiodifusora, ya que la prioridad, antes que el servicio público, es transmitir lo que vende y ganar audiencias no por la legitimidad social, sino por la pelea del rating, para vender más espacios y a mejores precios. De acuerdo a lo que mencionan, el mercado se impone como el principal o único regulador de la radiodifusión y es el que fija patrones de consumo desmedido, además de que omite la responsabilidad social y por lo tanto la posibilidad de la participación social.

Estas emisoras comunitarias, por tanto, no tienen asegurado ningún derecho ni un techo financiero para operar. Las radios comunitarias en nuestro país están a cargo de asociaciones civiles quienes por naturaleza propia no pueden tener lucro y que, como cualquier otra asociación civil obtienen recursos de:

- *Venta de servicios por producciones, capacitación, traducciones para el caso de las emisoras indígenas, entre otros.
- *Eventos para la recaudación de fondos como conciertos, subastas, fiestas, etc.
- *Desarrollo de proyectos con agencias de cooperación, fundaciones y organismos nacionales e internacionales.

*Aportaciones de la comunidad. Estrategia recurrente en el modelo de las radios comunitarias.

*Acceso a recursos públicos para desarrollar proyectos con instituciones federales, estatales y municipales que apoyan al desarrollo social local. Algunas emisoras hacen convenios con municipios, universidades y participan en las convocatorias para el concurso de proyectos sociales y culturales.

Nos dicen Calleja y Solís (2005:137) que las radios comunitarias se financian esencialmente por proyectos, por las aportaciones económicas que les hacen las comunidades a las que prestan su servicio y por el trabajo voluntario. Con la información que la comunidad recibe de las radios, pueden sustentar, muchas veces, sus propios procesos de desarrollo social local o regional, sin embargo, por encontrarse en zonas empobrecidas y vulnerables, sus habitantes no siempre cuentan con recursos regulares para apoyar a las emisoras, razón por la que éstas se encuentran en constante riesgo de inviabilidad económica.

Ahora, en cuanto a la infraestructura, los medios comunitarios se centran principalmente en la distribución del espectro de frecuencia de radio que debería ser una fuente natural gestionada por un bien colectivo. Que la radiodifusora tenga reservada una porción de dicho espectro, asegurará su existencia, sin embargo, el acceso a ondas radiofónicas es regulado por las autoridades públicas y esto cierra puertas a las radios comunitarias. Revisaremos este tema más detenidamente en el siguiente capítulo.

Bueno, una vez realizada una presentación de aspectos básicos para la existencia y buen funcionamiento de las emisoras radiales comunitarias y habiendo elaborado un

panorama legal, financiero y operativo, podremos seguir comentando el tema de la situación de la radio comunitaria en nuestro país.

La situación de las radios comunitarias en México siempre fue detonadora de luchas. Para el año 2000, cerca de una decena de emisoras transmitían de forma ilegal en distintas regiones del país y por ello la AMARC emprende entonces un proceso e inicia una batalla legal para gestionar permisos de transmisión, sin embargo, es durante los años 2002 y 2003 que puede apreciarse un periodo más crítico y de mayor riesgo para las radiodifusoras comunitarias.

Así, después de 80 años de existencia de la radio en México y a 44 años de legislación vigente de radio y televisión, el Estado Mexicano sólo otorgó dos permisos para una radio comunitaria.

(...) sólo *Radio Huayacocotla* (a través de onda corta, después de esperar por 27 años por la respuesta a su solicitud de permiso para transmitir en señal abierta) y *Radio Teocelo* (la única emisora de perfil comunitario con permiso legal en nuestro país, hasta hace 2 años), en el estado de Veracruz, han podido transmitir consecutivamente por 40 años. (Calleja y Solís 2005: 61)

Más adelante (finales del 2004 y mediados del 2005), en un hecho sin precedentes y tras muchos esfuerzos que incluyeron el acudir a instancias internacionales como la Comisión Interamericana de Derechos Humanos, otras emisoras comunitarias lograron cubrir los complejos requisitos y obtuvieron los permisos respectivos.

Otro aspecto que las ha orillado inclusive a denominarse como radios clandestinas, es el uso de espectro radioeléctrico que aunque podría ser considerado un bien común con libre permiso de uso, es restringido y administrado por el gobierno. Se suma también lo que la propia historia mediática de nuestro país refleja: la supremacía en los medios electrónicos comerciales frente a los medios que sean culturales, educativos o indigenistas; cabe aquí destacar lo que Calleja y Solís comentan (2005: 87) “para el 2005, de las emisoras radiales, un 88% eran emisoras comerciales y un 12% permisionarias para uso educativo y cultural”.

Como podemos notar, el número de emisoras comunitarias al aire es menor y esto es debido a que los proyectos de radiodifusoras comunitarias se han visto bloqueados por las cuestiones que brevemente se han comentado.

Radios Comunitarias

A manera de ejemplo, presentaremos brevemente la historia y algunas características de tres radios comunitarias: Radio Teocelo y Radio Huayacocotla, radiodifusoras que recibieron después muchos años de existencia de la radio en México, permisos para poder transmitir en señal abierta.

Antes de iniciar con las presentaciones, debemos aclarar que la información que presentaremos ha sido tomada de diversas páginas de internet que hablan de dichas radios comunitarias, mismas que aparecerán al final de los textos y en las referencias bibliográficas. Para el caso específico de Radio Huayacocotla además ser tomada de

algunas páginas de internet, ha sido tomada de una entrevista realizada a Sandra Luz Cruz Fuentes del Área de Informativos de Radio Huayacocotla.

Radio Teocelo

Nace como radio comunitaria en 1965, cuando un grupo de ciudadanos de la localidad, preocupados por la educación y promoción de su pueblo, solicitaron una concesión de radio cultural.

En sus inicios, la radio se dedicó básicamente y de manera voluntaria a transmitir música y más tarde algunos programas que le eran enviados por embajadas e instituciones internacionales. Sin embargo, como pasa con la mayoría de estas radios alternativas, en 1978 estuvo a punto de desaparecer por no contar con recursos económicos ni humanos que permitieran su operación pero fue adoptada por el Fomento Cultural y Educativo A.C. (FCE) que en ese tiempo tenía a su cargo Radio Huayacocotla. En los noventa Fomento Cultural terminó su convenio y entonces los trabajadores de la radio comunitaria formaron una Asociación Civil que permitió que la emisora siguiera trabajando.

Radio Teocelo se ubica en una zona marginal de Teocelo (una pequeña región cafetalera con un alto índice de marginalidad ubicada en las faldas de la Sierra Madre Oriental), Veracruz, y fue creada con el objeto de ser un medio de comunicación que vinculara a los campesinos y que promoviera la educación, la toma de conciencia y la acción transformadora en la región. En sus inicios adecuaron instalaciones y equipo técnico, además capacitaron a un grupo de colaboradores

locales para que participaran en la operación y en la programación de la radio. Tiempo después formaron comités de radio y grupos de campesinos que interesados aprendieron a producir programas radiofónicos.

Desde sus inicios, dio gran importancia a los programas informativos que trataban la problemática de las comunidades en la región y los conflictos y los pasos que las organizaciones comunitarias daban para solucionar sus problemas.

Actualmente, Teocelo desarrolla una labor de comunicación entre comunidades, da información regional que de otra manera no llegaría a la gente, pone la música que gusta a la gente, pasa avisos, tiene un programa de complacencias y las puertas abiertas para la colaboración voluntaria de los jóvenes de la zona. Es parte del pueblo y justo por eso, ha sido y sigue siendo algo muy importante para la población, tan es así, que el 60% de sus gastos anuales salen de las cooperaciones de los oyentes que forman el Club de Amigos de la radio. Radio Teocelo es un medio que informa, forma y acompaña, una radio que tiene presencia.

<http://www.aler.org/lpi/fscommand/lpi/teocelo/index.htm>

<http://www.periodistasenlinea.org>

<http://www.agenciapulsar.org/>

Radio Huayacocotla XHFCE, "La voz de los campesinos"

Radio Huayacocotla nace en 1964 impulsado por el párroco de Huayacocotla, como un proyecto de escuela radiofónica (fue la primera escuela radiofónica en México)

que buscaba impartir educación básica, es decir, enseñar a leer y escribir a adultos de las comunidades de difícil acceso de la sierra norte de Veracruz, que no contaban con escuelas ni profesores. Transmitió desde su inicio en onda corta, lo que le permitía abarcar, además de Veracruz, otros estados como Querétaro, Hidalgo y Puebla, donde también se establecieron Escuelas Radiofónicas.

Cabe mencionar que Huayacocotla es un pequeño pueblo en la región de Chicontepec, en el Estado de Veracruz, que abarca varios municipios de población mayoritariamente indígena (náhuatl y otomí). La palabra de origen náhuatl, "huayacocotl", significa "lugar de ocotes altos".

Algunos años después ese proyecto dejó de funcionar y la emisora se tornó Radio Comunitaria. Esa etapa de transición incluyó un ambicioso plan de investigación, cuyos resultados permitieron un nuevo diseño de la programación y actividades. La programación diversificada, permitía entonces la participación de la comunidad y la integración en la vida social comunitaria. Se transmitían programas musicales, programas de capacitación, programas informativos y programas infantiles. Además de estos programas se transmitían radionovelas producidas por *Radio Educación*, miniserias, cuñas formativas y comunicados de interés comunitario, programas elaborados por estudiantes de servicio social y programas elaborados con la participación de la población local.

Actualmente, la emisora transmite en 105.5 FM lo que le permite ser escuchada muchos pueblos mestizos de Hidalgo, Puebla, San Luis Potosí, Tamaulipas,

Querétaro, y por supuesto de esta sierra norte de Veracruz donde todos se identifican con la programación y también tienen las puertas abiertas y los micrófonos listos para que den su voz. También se escucha por internet en la página www.sjsocial.org/fomento. Transmite todos los días de 7 de la mañana a 7 de la tarde y transmite en su mayoría música de la región (bandas de viento, tríos huastecos, danzas de costumbre, etc.), aunque también tiene un programas editoriales "La Faena", "Mujer campesina", "Los derechos de mi pueblo" y un noticiero "Noticiero del campo" que pasa dos días a la semana en español y los otros días se traduce al náhuatl, otomí y tepehua.

La Asociación Civil Fomento Cultural Educativo (FCE) es la permisionaria de la radio, y la que se encarga de conseguir los fondos para que Radio Huayacocotla sigamos funcionando, esto sobre todo a través de presentar proyectos a distintas fundaciones que en cuanto los aceptan también los financian.

El carácter de la radio, dice Cortez Ruiz (1995, en <http://espora.org/radio/spip.php?article22>), está definido por su forma y por su contenido.

Por su forma, ya que a través de ella se expresan los intereses y puntos de vista de los sectores subordinados y muy particularmente de los trabajadores del campo y de la población de la región, mayoritariamente indígena. Por su contenido, porque a través de ella se busca entender los hechos y procesos regionales, ubicándolos en un contexto más amplio y poniendo énfasis en la vinculación con la realidad social general. Así, su contenido programático se caracteriza por el cuestionamiento claro y abierto de las estructuras y mecanismos de poder local y regional, específicamente el

caciquismo, y por el impulso a las acciones que apoyan la organización social de diferente tipo para el logro de sus prioridades sociales, culturales y políticas.

Para "*La voz de los campesinos*" lo más importante es ser un compañero más de los pueblos indígenas náhuatl, otomí y tepehua que escuchan en toda la región, por supuesto abrir los micrófonos a su voz y a su lengua. Conocer de sus luchas, de sus logros y que eso tenga un espacio en Radio Huayacocotla. De hecho a la gente que participa con su voz no se le da una capacitación simplemente dice Sandra Luz Cruz Fuentes en entrevista realizada "La gente que nos visita y que quiere hablar por la radio, de las tantas y tantas situaciones que viven a diario no necesitan capacitación, solo nos cuentan lo que quieren y con eso es más que suficiente. Si viene a grabar, pues tanto las bandas como los tríos ya tienen la experiencia y nosotros nomás les abrimos los micrófonos.

Entrevista realizada vía internet
www.comunit.com/en/node/150018
<http://mediocracia.wordpress.com/2005/12/15/radio-huayacocotla/>
<http://espora.org/radio/spip.php?article22>

Una vez que hemos presentado algunos conceptos, retomaremos, a manera de resumen, algunas ideas que nos permitan desarrollar el tema que en particular nos ocupa.

Sin duda, la comunicación tiene especial importancia en el tema; entendiéndola no sólo en el rol informativo y transmisor sino como proceso más profundo, como plataforma para el intercambio de ideas, de información, de diálogo y entendimiento

y además como proceso de interacción social e incluso como canal para reforzar la propia identidad cultural.

Mediante la comunicación, sea cual fuere el medio, se concreta la vida social en la que la comunidad produce y reproduce todo un sistema que le identifica y caracteriza.

En el proceso de interacción al que nos referimos, aparece como base el espacio público que involucra a diversos actores que, en su dimensión social, participan divulgando y reafirmando lo llamado propio de una comunidad y generando escenarios mediáticos que facilitan la comunicación de la sociedad, así como acciones sociales y las relaciones entre los distintos actores. Es en el espacio público, donde los medios masivos son el instrumento mediante el cual los actores sociales se valen para la producción y el desarrollo de las tareas planeadas así como de la promoción de sus intereses grupales y de la incidencia en las decisiones de un colectivo.

Entre los medios comunitarios, la radio, en particular, puede considerarse como un medio flexible y de gran importancia en el desarrollo social, un medio democrático (por ser propuesta participativa) y vínculo mediante el cual los actores sociales reconocen las necesidades de su comunidad, participan y toman decisiones en conjunto que les beneficien; un vínculo comunitario. Un medio que desarrolla la comunicación de la comunidad y que además de generar diálogos persigue la participación de actores sociales.

La radio comunitaria se inicia por instituciones (sindicatos, universidades, iglesias, sectores privados) con el objeto de incorporar de manera más eficaz las inmensas posibilidades sobre todo educativas que surgen con la voz de los grupos comunitarios. Cabe destacar que el rasgo que más caracteriza a la radio comunitaria es el compromiso que genera con la participación comunitaria a todos los niveles, logrando ser pues un medio de desarrollo en invención no sólo social sino también política y cultural y promoviendo un cambio dirigido por la propia comunidad.

Esta forma alternativa de radio, que pareciera estar en decadencia al ser eclipsada por otros medios, cada vez cobra mayor importancia para algunas comunidades, sobre todo si éstas se enfrentan a la falta o carencia de medios de comunicación interna que les permitan satisfacer sus necesidades informativas y las necesidades propias del quehacer diario de la comunidad. La radio, mediante sus emisiones, puede facilitar la participación no sólo en la propia radio sino también en los procesos que afectan a la comunidad. Puede ser ésta una respuesta a tantas necesidades sociales que la misma comunidad demanda, un espacio de creación, recreación y aprendizaje en donde el escenario que destaque sea la participación e integración social y en donde se desarrolle en pleno la comunicación comunitaria.