

## **RADIOS COMUNITARIAS: ¿SEGMENTACIÓN O PROTAGONISMO DE LAS AUDIENCIAS?<sup>1</sup>**

*Carlos Ochsenius  
IDEA - FONDECYT  
Noviembre de 2003*

Ponencia al Seminario de Actualización Académica "Nuevas perspectivas acerca del medio radial", Centro de Estudios Mediales, Pontificia Universidad Católica de Chile, Santiago, 27 de Noviembre de 2003

El tema de la segmentación de las audiencias no hay que confundirlo con la segmentación del mercado comunicacional. Al respecto, de economía poco les voy a hablar; de sociedad presumo que algo más. Porque el fenómeno relativamente reciente del surgimiento y proliferación de las llamadas radios comunitarias surge en Chile, desde un punto de vista sociológico, emerge precisamente apelando a un vacío que al mercado y al Estado, tanto materia comunicacional como socio-político, les cuesta llenar. Se trata de dos bienes públicos escasos hoy en día:

1. La reconstrucción moral y social del tejido comunitario de sectores empobrecidos y sin poder político ni económico, ni social;
2. la demanda por ciudadanía de dichos sectores: esto es, a participar, deliberar e incidir en la marcha de los asuntos de interés público –no privados— que les afectan.

Lo anterior desde y hacia un espacio hasta hace poco socio-cultural, económico y comunicacionalmente también desvalorizado: el territorio y la pequeña sociedad local, urbana y rural.

Estos tres rasgos que orientan la actividad de la autodenominadas "radios comunitarias" se sitúan en consecuencia en otra esfera de la acción colectiva, distinta del mercado y el estado, aunque guarden con ellos activas relaciones. Requieren de algunas formas de mercado para financiar parcialmente sus actividades, así como relaciones con el poder político y el Estado para garantizar su derecho a existir y desarrollarse sin verse avasallados por sectores de mayor concentración de poder, riqueza e influencia que dominan el macro-sistema comunicacional. Ese "derecho a existir y desarrollarse" es la demanda, por lo demás, que en todas las sociedades occidentales e ininterrumpidamente desde el siglo XVIII

---

<sup>1</sup> La presente ponencia se basa en insumos y primeros hallazgos de una investigación sobre redes asociativas realizada en el Instituto de Estudios Avanzados IDEA de la Universidad de Santiago de Chile, con el apoyo de FONDECYT. Agradezco a Vicente Espinoza y Paulo Gutiérrez, mis compañeros de trabajo en dicha investigación, sus comentarios y observaciones al texto.

reclama toda ciudadanía para ser considerada tal. Su campo de desarrollo es lo que ha venido en llamarse últimamente "sociedad civil". Un campo de iniciativa, creatividad y acción colectiva, no orientada al lucro o a la apropiación individual de beneficios económicos, ni tampoco a los fines de competencia y conducción "desde arriba" de la sociedad y del Estado.

De allí el nombre de radios "comunitarias", al que luego se le ha agregado en la experiencia chilena, conforme han avanzado los años, el apelativo de radios "ciudadanas". Ambas denominaciones es la que recoge también la principal entidad que agrupa a estos micromedios actualmente: la Asociación de Radios Comunitarias y Ciudadanas de Chile ANARCICH, nacida el 2000, aunque con antecedentes organizacionales previos, como veremos más adelante.

Hoy ANARCICH agrupa a cerca de 150 radios de las 370 registradas en el país. No por casualidad se componen de cuatro sectores sociales y culturales principales que las impulsan: asociaciones de base urbanas y rurales, entidades públicas comunales (Municipios), centros educacionales e pequeñas iglesias locales (evangélicas y católicas). No es casualidad, porque más allá de la profundidad y efectividad de sus propósitos declarados, son todos sectores nuevos y al mismo tiempo periféricos, asentados en la base ya sea de la sociedad o de sus respectivas campos institucionales. Y, por lo tanto, con necesidad de ver representados sus intereses y necesidades de expresión y comunicación, en un espacio público en el cual prevalece la concentración de la vocería pública en unos pocos actores, la uniformización de los contenidos, orientaciones ético-sociales y formas expresivas, y efectivamente la "segmentación" de las audiencias. Una segmentación hacia "arriba": hacia todos aquellos sectores que puedan representar -por último en virtud de su masividad-- algún tipo de poder: social, ético-cultural, adquisitivo, electoral.

De modo que se trata de instituciones, corrientes culturales y éticas y asociaciones de escasa presencia y poder en las macro-estructuras sociales y comunicacionales, y por otro lado, agudamente fragmentados y dispersos entre sí. Todos ellos tienen en común estar insertos en comunidades populares, urbana y rurales, hoy llamadas "pobres" o de "escasos recursos". Precisamente, se trata de instituciones, comunidades y grupos de escasos recursos que levantan radios de escasos recursos: con poco respaldo económico, estatal, tecnológico, capacidad física de transmisión, extensión horaria y continuidad de programación, escaso personal, y también escasa capacitación y especialización de ese personal. También, sinceramente, de escasa audiencia.

¿Cuál es su importancia entonces? Precisamente la que hablábamos al comienzo. Sus fines de qué y para qué comunicar, que no reemplaza, sino amplía y complementa la emisión radial de los medios establecidos.

En Chile, una paradoja tal vez "posmoderna", propio de épocas de transición o de cambios acelerados en cadena de inciertos resultados es la que ha dado origen al fenómeno. En este caso puede resumirse así: *la grandeza de lo pequeño o la fuerza de lo débil*. Tal es así que en un determinado momento, como sucedió a principios de los años 90, la labor de no más de 25 radios de este tipo, con un alcance de transmisión de no más allá de pocas cuadras a la redonda, de barrios periféricos de las grandes ciudades, con programaciones breves, esporádicas y discontinuas, sin conocimientos especializados, y una trayectoria no superior a un año, concitó el interés y la preocupación de los partidos políticos, el gobierno y de la entidad gremial que agrupa a casi todas las radios establecidas de Chile: la Asociación de Radiodifusores de Chile, ARCHI.

## **BREVE HISTORIA DEL MOVIMIENTO RADIALISTA "COMUNITARIO"**

### **1. DE LA COMUNICACIÓN RADIAL "POPULAR" A LA DE "MINIMA COBERTURA" (1989-1994)**

Hacia fines de los años 80, en algunos barrios populares de Santiago y provincias se crearon algunas experiencias de radios locales, de programación y funcionamiento eventual, generalmente en horarios vespertinos y fines de semana. Sus promotores pertenecían a organizaciones sociales, culturales y políticas de jóvenes nucleados en torno a la oposición al régimen Militar (1973-1990). Hay que recordar que al igual que tantas otras experiencias organizacionales de base de la década del 80, la actividad de difusión cultural en poblaciones populares urbanas --como la prensa, el teatro, la música folclórica, la plástica mural, la literatura-- surgieron como reacción a la clausura del espacio comunicativo público, la aguda desarticulación y precarización de la sociedad civil, la indefensión de los derechos sociales y humanos básicos por parte del Estado, y las movilizaciones por la recuperación de la democracia. En esa medida, las disciplinas expresivo-artísticas y comunicacionales no profesionales sirvieron a la finalidad de reaglutinar colectivos sociales en torno a una actividad, en un comienzo, no directamente reprimibles por las agencias de seguridad del Régimen Militar, mantener lazos y vínculos sociales primarios, establecer correas de transmisión de información y de la experiencia social acumulada en el período pre-73, formar redes de solidaridad, mantener viva la memoria histórica del movimiento social y político democrático, dar cuenta de la realidad social y cultural popular silenciada en los medios masivos de comunicación fuertemente controlados por el gobierno de la época y, finalmente, apoyar las movilizaciones y campañas de retorno pacífico a la democracia propugnada por gremios profesionales, sindicatos y partidos políticos opositores.

## **LAS PRIMERAS ORGANIZACIONES Y EL CONTEXTO POLÍTICO**

Apenas iniciado el régimen democrático durante el primer Gobierno de la Concertación de Partidos por la Democracia, no más de 25 experiencias radiales locales se aglutinaron en la Agrupación Nacional de Radios Populares ANARAP (1990) con el fin de extender el movimiento a distintas zonas del país, prestando asesoría tecnológica y comunicacional a sus pares que recién se iniciaban, así como legitimar política y jurídicamente ante a las autoridades y normativas del Estado nacional la ocupación social del espacio radiofónico no regulado, amparándose en el derecho constitucional a la libre expresión y los protocolos internacionales que lo refuerzan.

Hacia fines de 1991, con ocasión del asesinato del senador Jaime Guzmán a manos de un grupo de ultra-izquierda, su partido Unión Demócrata Independiente (UDI) denunció al gobierno concertacionista "de no hacer cumplir la Constitución y las Leyes" en materia comunicacional y radial. Ilustración de ello sería el funcionamiento de facto de radios locales, manejadas por militantes sociales y políticos de izquierda, de ideas radicalizadas y "violentistas", sin que mediara autorización oficial alguna. Sin lograr probar conexión alguna entre el crimen político y la marginal producción comunicacional del movimiento radialista no comercial recién aparecido en el país, el asunto de todos modos se elevó a punto de la agenda de "la transición" (a la democracia) durante ese año. Un punto de indudable tono menor, pero expresivo del sensible ambiente político de la época.

Frente a la denuncia, y evitando recaer en climas de polarización política, el gobierno reaccionó rápidamente con dos iniciativas simultáneas. La primera fue proponer y hacer aprobar con máxima urgencia una Ley que sancionaba con penas de cárcel e incautación de equipos tecnológicos a aquellas radios que no contaran con las respectivas autorizaciones legales para funcionar.

En segundo lugar, consciente que las autorizaciones de la normativa vigente eran inaplicables a radios de bajísima cobertura, pertenecientes a sectores de bajos ingresos, sin finalidad de lucro y que habían cumplido un papel relevante a nivel local en la recuperación del sistema democrático, el gobierno inició conversaciones con todos los sectores pertinentes para regular la naciente actividad. Con esa promesa y la explícita amenaza que significaba la recientemente aprobada Ley, consiguió de ANARAP –no sin fuertes disidencias internas-- que las radios locales, silenciaran voluntariamente sus transmisiones mientras se elaboraba y discutía este segundo proyecto de Ley.

Como se ve, diversos factores se conjugan para dar pie a lo que ha sido siempre toda *innovación*:

- cambio tecnológico que abarata los insumos de producción comunicacional hasta hacerlos accesibles a pocas personas; difuminación ampliada de los conocimientos y habilidades técnicas requeridos para operar dichos insumos, vía redes informales de comunicación-información-coordinación social (ANARAP);
- cambio económico que abarata y desgrava la importación de equipamiento hasta ayer sofisticado y alto costo;
- cambio político, de dictadura democracia, que predispone favorablemente a las nuevas autoridades representativas de gobierno y oposición a consensuar cursos de acción pública, sin apelar como hasta hacía poco, al mero recurso de la represión policial;
- cambio cultural aplicado aquí a las concepciones de las audiencias de los medios establecidos y legitimados quienes, sin dejar de ser audiencias de esos medios, se plantean el "*si no me gusta lo que encuentro*" y no teniendo a quien solicitarlo o demandarlo, "*do it*" – *házlo por tí mismo*. Esto es, el enfoque de la auto-gestión o autosatisfacción de necesidades tan caro a la experiencia de las comunidades pobres durante los años previos a los 90 ante el declive del gasto y la inversión social pública, reforzado por la cultura económica y organizacional liberal (cuya versión de mercado –y no social-- sería "*si encuentro a alguien que no encuentra lo que busca y tiene poder adquisitivo para comprarlo, prodúcelo antes que nadie y véndeselo*").

Volviendo a la historia del movimiento radialista y su "encuentro" prematuro en Chile – con el Estado, la empresa radial y el sistema político --piénsese que en Argentina, sólo en la ciudad de Buenos Aires se contabilizan cerca de seis mil radios de este tipo sin que hasta el momento se legisle sobre ellas.

## **LA NEGOCIACION DE LA LEY: PRINCIPALES ACTORES Y RESULTADOS**

El proceso de negociación de la Ley duró varios años: 1991-1994. En ellos la ANARAP se dedicó a sensibilizar a la opinión pública respecto de las perspectivas y beneficios de su labor, con el consecuente *lobby* ante parlamentarios, partidos políticos, gremios empresariales, trabajadores e investigadores de la comunicación. A fines de 1994 se arribó al acuerdo de Ley que regula hasta hoy la actividad radial llamada de "mínima cobertura" y ya no "no comercial", como buscaba el movimiento radialista buscando situar su actividad en una esfera equidistante tanto del estado y los partidos políticos, como del mercado. La puesta en operación comenzaría a regir a partir de (1995).

Sin embargo, la oposición al proyecto de Ley original estuvo representada por parte de la industria radial, nucleada en la Asociación de Radiodifusores de Chile ARCHI. Su directiva, también cercana a las fuerzas políticas del gobierno de la Concertación<sup>2</sup>, logró imponer importantes restricciones al marco regulatorio sancionado. Entre ellas:

- Obliga a las radios comunitarias a transmitir con 1 watt de potencia y a contar con antenas de hasta 6 metros de altura, lo que da un alcance de onda de pocas cuerdas en zonas urbanas recepcionadas incluso con dificultad en barrios con edificaciones de varios pisos o de gran accidentabilidad geográfica.
- Prohíbe a las radios comunitarias cualquier tipo de avisaje pagado, comercial o político, aún cuando entregan información gratuita provenientes del sector público, municipalidades, ONGs y sector privado y en períodos electorales, difunden los programas políticos de los diferentes candidatos y partidos.
- La concesión de ondas es entregada por sólo 3 años, en contraste con los 25 de las radios comerciales. En consecuencia, debe ser permanentemente renovada en períodos breves y espasmódicos de postulación, sin calendario previo conocido. Para las organizaciones solicitantes ello implica el desembolso de onerosos pagos de documentación jurídica y certificación técnica, sin que la experiencia radial previa del postulante asegure la renovación de la concesión por otro período.
- El proceso de concesión sólo considera la revisión de antecedentes jurídicos de la organización postulante y las técnico-radiofónicas de su equipamiento. No discrimina en los fines, métodos, experiencia o legitimidad de las organizaciones postulantes en su vinculación y aportes a la comunidad local. Ello facilita que intereses de adoctrinamiento político o religioso y afanes de lucro encubiertos no puedan –ni deban-- ser filtrados por la comisión técnica decisora.
- El proceso de postulación tampoco discrimina si una misma organización cuenta ya con una concesión previa en otras zonas del país, lo cual permite que pseudo “holdings” institucionales, de producción radial centralizada, diferida y distribuida a numerosas estaciones repetidoras, puedan obtener múltiples concesiones. Ello aunque no pertenezcan a los territorios de transmisión ni a las organizaciones sociales de asiento local.

---

<sup>2</sup> Su Presidente por varios períodos, Carlos Figueroa Serrano, llegaría a ser Canciller y Vice-Presidente de la República durante el segundo gobierno de la Concertación (1995-2000).

## **EFFECTOS DE LA LEGALIZACION EN LOS ACTORES: DE "MOVIMIENTO RADIAL" A "RED", Y DE "RED" A "GRUPO DE INTERES CIUDADANO"**

A partir de 1995, se inicia el período de radios locales en lento proceso de legalización. Coexisten de hecho, radios autorizadas y de hecho, de programación regular y eventual por cuanto la tramitación de personalidad jurídica de los postulantes varía en extensión de tiempo de acuerdo a cada gobierno comunal (de los 355 que existen en el país). A su vez, no todas las organizaciones interesadas cuentan con los fondos en dinero para pagar los estudios técnicos requeridos, no en todas las regiones se abren concursos de licitación, o los cupos disponibles en ellas son limitadas, quedando fuera de carrera muchos postulantes. Y así el ciclo se renueva en los siguientes tres años. Tanto radios autorizadas como de funcionamiento informal conviven en el seno de una ANARAP, cada vez más tensionada internamente por los efectos de la Ley recién aprobada.

Por otro lado, las radios que han ido obteniendo autorización legal se parecen poco a las primitivas que fundaron el movimiento. Se trata menos de organizaciones sociales de base (juveniles, femeninas, artístico-culturales, de desarrollo local) que de instituciones formales: iglesias católicas y evangélicas locales, establecimientos educacionales de enseñanza básica, media y hasta universitaria, municipalidades especialmente rurales, las cuales difícilmente se sienten identificadas, aunque integren la organización, el calificativo de "popular" para sus fines sociales o su programación radial.

Estas tensiones terminan por hacer entrar en crisis a la primitiva organización, paralizada por la polémica permanente respecto de quiénes deben ser en propiedad sus afiliados y qué actitud tomar frente a un gobierno al que se le juzga más abierto al mundo empresarial y distante a las aspiraciones de democratización del concentrado espacio comunicativo público planteado por organizaciones sociales de base y de trabajadores de los medios. El conflicto lleva a la auto-disolución de la ANARAP en 1998 y su reemplazo por la Red Nacional de Radios Comunitarias RENARCOM.

Con el cambio se quiso afirmar un replanteamiento de los fines y métodos de la organización. Más que destacar el carácter identitario (socio-económico y socio-cultural) de "popular") y el proyecto político de sus primeros agentes --pobladores urbanos de bajos recursos--, la nueva denominación buscaba ampliar la convocatoria hacia nuevos sectores sociales, bajo el objetivo común de fomentar la democratización del espacio y las decisiones de interés público a nivel local o sectorial (comunidad local, escolar, universitaria, etc.). Consecuentemente con ello, la forma organizativa misma asumía explícitamente el concepto de "red" para insinuar la necesidad de flexibilizar la participación y aporte de sus distintos

componentes, sin privilegiar el status jurídico –legal, “alegal”-- o la jerarquía –política, comunicacional, económica— de sus miembros. En suma, una organización “horizontal”.

Sin embargo, la nueva organización fue incapaz de resolver las tensiones de arrastre, expresada en las distintas visiones de sus líderes acerca de cómo implementar las concepciones recientemente consensuadas. Lo cual se agravaba en el contexto de disputa por el liderazgo político tanto dentro de la alianza gobernante como entre ésta y una renovada opción opositora de derecha (Alianza por Chile). La disputa política ambiente repercutía directamente en la ejecutiva de la organización, debido a la explícita propuesta efectuada por el entonces candidato socialdemócrata Ricardo Lagos en términos de revisar la política pública hacia el sector, mejorando su condición legal y de sustentación económica. La discusión acerca de si confiar o no en esta oferta condujo a la ruptura entre los líderes de la organización. En el año 2000, ganada ya la elección presidencial por parte Ricardo Lagos, la organización se dividió en dos: RENARCOM que conservó una menor cantidad de radios, especialmente las cercanas a la izquierda extra-parlamentaria, y la emergente Asociación Nacional de Radios Comunitarias y Ciudadanas de Chile ANARCICH. Esta acaparó la mayor cantidad de radios entonces afiliadas, cercanas ya al centenar.

De allí en adelante ANARCICH se dedica a consolidar su posición aprobando estatutos internos y nuevos planes de trabajo. Destacan en estos últimos un fluido diálogo con entidades gubernamentales para agilizar licitaciones y tramitaciones de legalización radial de radios nuevas y obtener para el conjunto de sus afiliados contratos de servicios de producción y difusión radiofónica en campañas e iniciativas sectoriales de bien público. También destaca la realización periódica de encuentros de planificación, asambleas de cuenta pública y toma de decisiones, seminarios de capacitación en temas legales, tecnológicos y lenguaje radial, la mantención de un sitio electrónico “en línea”, de periódica actualización informativa.

La organización obtiene por primera vez su titularidad legal bajo la figura de “agrupación gremial (A.G.)” en 2001. El cambio de denominación y status jurídico no obedece a una reconsideración de valores y objetivos, sino a una consideración pragmática de formalizar su dinámica actividad interna (elecciones periódicas, registro de miembros, cobro de cuotas, contabilidad), así como facilitar sus relaciones y contactos externos, especialmente hacia los poderes públicos y las demás organizaciones del campo periodístico, comunicacional y radial.

La principal misión de la nueva organización queda definida como ejercer presión e influencia para obtener la modificación de la Ley de Telecomunicaciones aprobada en 1994. Para ello cierra la posibilidad de membresía a las radios ya legalizadas, excluyendo a las informales, y



fomenta la incorporación masiva de las primeras a la organización. Ello para no dar pie a que no se impugne su derecho a participar en instancias decisorias con efecto público. La esfera de defensa y ampliación de intereses corporativos queda así abierta, delimitando fronteras tanto con respecto a las organizaciones empresariales de los medios de amplia cobertura (ARCHI), como de las asociaciones informales de micro-radiodifusión local (radios no legalizadas, móviles y de circuito cerrado). Como tal, nuevamente enfrenta, junto a una red de apoyo<sup>3</sup>, una intensa actividad de "lobby" ante el representantes regionales y sectoriales del gobierno y comisiones parlamentarias.

Las modificaciones que propone a la Ley General de Telecomunicaciones son similares a las que el movimiento radial sostuvo desde principios de la década de los 90, aunque con algunas actualizaciones conceptuales importantes. Por ejemplo, incorporación del término de "ciudadana" en vez de "popular" o sólo "comunitaria"; ampliación de las posibilidades de ejecución de servicios comunitarios de interés público (como la comunicación radial) a agentes organizados de la sociedad civil, antes reservados sólo a entidades públicas, académicas o comerciales; idea de financiamiento sobre la base a algunas operaciones comerciales pero dirigidas a sustentar fines no lucrativos (empresa social) y la instauración de fondos públicos competitivos y abiertos en vez de otras formas posibles de apoyo como la subvención estatal directa y permanente.

Entre los cambios propuestos a la legislación vigente se encuentran:

- Reemplazo de la denominación legal de "radios de mínima cobertura" – énfasis técnico-por "servicio de radiodifusión comunitaria ciudadana" – énfasis de interés público.
- Flexibilización de la norma técnica de potencia del transmisor y la irradiada por antena. Se propone determinarla de acuerdo a los límites territoriales de las respectivas comunas para el caso de la Región Metropolitana, y no menor a 30 watts para las otras Regiones. Ello para ampliar la cobertura de transmisiones de micro-locales o barriales a comunales.
- Reemplazo de los criterios de selección de los postulantes la concesión. Se propone que éstas se otorguen sólo a personas jurídicas que acrediten no perseguir fines de lucro, quedando exceptuadas por este

---

<sup>3</sup> Algunas ONGs como la Asociación Mundial de Radios Comunitarias AMARC – sección América Latina y el Caribe, Educación y Comunicaciones ECO, Servicio de Desarrollo y Educación Comunitaria SEDEC, algunos parlamentarios y entidades gubernamentales como la propia Subsecretaría de Telecomunicaciones (SUBTEL) y la División de Organizaciones Sociales del Ministerio Secretaría General de Gobierno (DOS).

hecho del pago de derechos de publicación de la adjudicación en el Diario Oficial.

- Definición de las finalidades de la concesión. Se propone homologarla a las finalidades del resto que la radiodifusión del país, enfatizando para este caso las de tipo cultural, de desarrollo comunitario y fomento a la ciudadanía. Se propone además, en virtud de esta definición, reconocer el derecho a transmitir avisos comerciales comunales, permitiendo el financiamiento de los medios locales. En su defecto, se propone crear un Fondo concursable público de uso exclusivo para radios comunitarias y ciudadanas.
- Ampliación del plazo de las concesiones. Se propone homologarlas a las demás radioemisoras del país (25 años), renovables por iguales períodos en forma retroactiva.
- Revisión de los criterios de elegibilidad de las radios concesionadas. Se propone que en caso que dos o más concursantes en una determinada comuna o Región estén condiciones y puntajes similares para obtener una única concesión licitada, se revisarán sus antecedentes legales privilegiando a aquel postulante que cumpla con las finalidades culturales, comunitarias y ciudadanas establecidos en sus estatutos y que demuestren trayectoria e idoneidad en este campo.

Como se ve, se ha completado en pocos años un intenso recorrido en pocos años de desarrollo del micromedio radial. Tanto en términos de su expresión numérica, de la composición de sus agentes, de sus formas de organización, de las alianzas que establece en su medio externo, de los fines y valores que persigue y del rol que se auto-atribuye en el panorama comunicacional y sociocultural del país. En este último aspecto se posiciona como un actor más de ese segmento organizado de la sociedad civil que no se reconoce en las formas de participación propias del sistema político institucionalizado –en eso se parece al mercado--, pero tampoco en las formas económicas, organizativas y simbólicas que sustenta y vehicula el gran mercado radial competitivo.

No está destinada u obligada a obtener altas cifras de audiencia como contraprestación al avisaje comercial que la sustenta, interesada más que en las orientaciones y estilos de la programación radial misma, en las audiencias en tanto consumidoras –actuales o potenciales-- de los productos y servicios asignados a la capacidad adquisitiva, hábitos y preferencias del segmento socio-económico y sociocultural que representan.

Más allá de efectividad, su contacto con la audiencia localizada mayoritariamente en sectores territoriales de pobreza, aislamiento social y

geográfico, aspira ya no sólo al consumo ya pasivo o interactivo (teléfono "al aire", concursos, transmisiones móviles) de una producción serializada, sino a convertir a esa audiencia en:

- productores de programación radial en sus distintas especialidades: guionistas, radio-controladores, DJ, periodistas, locutores, analistas, educadores a distancia;
- fuentes --además de destino --de información y opinión pública local;
- recreadores / recuperadores de memoria histórica, expresiones artísticas, tradiciones y saberes de la cultura local y sus distintos actores;
- formadores de valores de solidaridad comunitaria, democracia y cultura cívica, que pueda influir "desde abajo" en los procesos de tomas de decisión del estado, así como emprender acciones colectivas de bien público (protagonismo cívico).

Si el mercado o el estado, el mundo radial corporativo contuviera y garantizara estas funciones en su programación regular, probablemente las radios comunitarias y ciudadanas, de alcance hasta ahora microlocal, no tendrían probablemente razón ni necesidad de existir.-

## REFERENCIAS

- Material de entrevistas y cuestionarios realizados a la directiva y radios miembros de ANARCICH (2003), en el marco de la implementación del proyecto de investigación Fondecyt sobre Redes Asociativas (1020273).
- Material de información extraído del sitio electrónico institucional de ANARCICH (2003): [www.radioscomunitarias.cl](http://www.radioscomunitarias.cl)
- Castells, Manuel: *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*; Siglo Veintiuno Editores, México D.F., 1997.
- García Canclini, Néstor: *Consumidores y Ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*; Grijalbo, México D.F., 1995.
- Ochsenius, Carlos: *La ocupación simbólica del espacio público local en la Radio comunitaria Cerro Los Placeres*. En: Varios autores: "Espacios locales y desarrollo de la ciudadanía. 30 innovaciones para construir democracia"; Programa de Ciudadanía y Gestión Local, Centro de Análisis de Políticas Públicas Universidad de Chile, Fundación Nacional de Superación de la Pobreza; LOM Ediciones, Santiago, 2002.

- Ochsenius, Carlos: *Revalorizar el pasado para construir el futuro. Vigencia del conocimiento y obra del campesinado en la Enciclopedia Cultural de Chiloé de la Radio Estrella del Mar*. En: "Los caminos que buscamos. 30 innovaciones ciudadanas en el fortalecimiento del espacio público local"; Programa de Ciudadanía y Gestión Local, Centro de Análisis de Políticas Públicas Universidad de Chile, Fundación Nacional de Superación de la Pobreza; LOM Ediciones, Santiago, 2001
- Yáñez, Leonel y Aguilera, Oscar: *Radios comunitarias y de mínima cobertura. Diagnóstico del estado de situación de las radios comunitarias chilenas*; Serie Documentos de Trabajo, ECO Educación y Comunicaciones, Santiago, marzo 2001.