

# Radio comunitaria, territorio y cultura: aproximación a la comprensión actual del fenómeno<sup>1</sup>

*Leonel Yáñez<sup>2</sup>*

## I. Introducción

Indagar los procesos de comunicación local que se llevan a cabo a través de radios comunitarias, significa abordar las problemáticas vinculadas a la comunicación y la cultura, desde una plataforma etnográfica a la que denominamos esfera local / territorial.

En el contexto de los estudios que se han realizado en Latinoamérica del fenómeno de la llamada "Radio Popular", y de lo que nos deja 14 años desde que aparece en las poblaciones del país un tipo de radio emisora sin fines de lucro, queremos reactualizar la mirada en torno a estas problemáticas, atendiendo las continuidades y discontinuidades en su concepción y su hacer, tanto como situarnos en el particularidad del fenómeno de las comunicaciones, escena que ha provocado cambios profundo en el ámbito de la cultura, de los social y de los político. Es un contexto mundial que se liga con un hacer democrático, propio de los desafíos de una transición democrática, no menos conflictiva y conflictuada.

Un primer acercamiento realizado al fenómeno de la radio comunitaria, queda consignado en un documento de trabajo denominado "Radios Comunitarias y de Mínima Cobertura"<sup>3</sup>, donde encontramos un acercamiento preliminar a una suerte de modelo, el que da cuenta al menos de tres dimensiones observadas en esa práctica comunicacional:

- 1) La radio como animador socio cultural, vinculada a ciertas prácticas organizativas de un territorio.
- 2) La radio como espacio de formación y desarrollo de opinión pública local, es decir, lugar donde podemos precisar en términos teórico, de la existencia de una cartografía y mapas de la comunicación local donde se distinguen actores, espacios, proyectos, agendas y estrategias comunicacionales.
- 3) La radio y su territorialidad, es decir, inserta en unas culturas, donde predominan unos códigos, que manifiestan, de maneras emergentes o cristalizadas, unas identidades.

El presente trabajo, pretende abordar esta última dimensión, "problematizando"<sup>4</sup> a la radio comunitaria y su saber hacer, con una contemporaneidad que pone en cuestión (hipotéticamente) las nociones que desde el campo de la comunicación y la cultura ha desarrollado conocimiento al respecto. Es ahí donde podemos ver un circuito comunicacional que da cuenta de unos emisiones/producción y unas recepciones/consumo, proceso que no está al margen de los procesos y hábitos de consumo de medios que la gente tiene y vive en estos días, de manera cotidiana.

Particularmente, nos acercaremos a esta problemática, desde distintos trabajos de investigadores/as latinoamericanos/as, documentos, capítulos, de distintos autores que abordan los temas de la comunicación, la identidad y la cultura.

---

<sup>1</sup> Este ensayo es parte de los trabajos presentados por Leonel Yáñez Uribe, en el contexto del Programa de Magíster en Comunicación del Instituto de la Imagen y las Comunicaciones de la Universidad de Chile, 2004.

<sup>2</sup> Leonel Yáñez es Magíster(c) en Comunicación, responsable del Programa de Comunicación Social. Académico e investigador en comunicación social, profesor de la Escuela de periodismo de la Universidad Bolivariana.

<sup>3</sup> Yáñez Leonel; Aguilera Oscar: "Radios Comunitarias y de Mínima Cobertura: Diagnóstico estado de situación de la radio comunitaria chilena". Documento trabajo. ECO Educación y Comunicaciones. Santiago de Chile, Marzo, 2001.

<sup>4</sup> He decidido problematizar, antes que hacerme las preguntas, con las que termino este trabajo.

## II. La cuestión de la radio y lo popular: continuidades y discontinuidades

Las difusas categorías comentadas en el contexto de la denominada "crisis de la ciencias sociales", que desde fines de los 80' en Chile, viene a invadir el discurso que contextualiza la investigación social, no sólo se han mantenido, sino que se profundiza, toda vez que las tecnologías de la información y las comunicaciones vienen a exacerbar dicho diagnóstico.

De pasar de una concepción funcionalista de los medios, que tiene como antecedente toda la tradición anglosajona cristalizada en las teorías de la "Aguja Hipodérmica" y la "Teoría de los efectos", a una crítica política donde se denuncia el poder de los medios y sus efectos de alienación, se llega a un lugar donde los medios se empiezan a pensar desde las dinámicas sociales y la cultura, es decir, la mirada puesta en la sociedad, o lo que al fin y al cabo es la relación de medios, movimientos sociales, sujetos. Agreguemos a estos marcos, lo más reciente, la mirada que recoge cómo las interacciones personas/medios se realizan desde distintas cotidianidades. Aquí, la antropología ingresa fuertemente a los estudios en comunicación.

Al ingresar a este marco teórico, debemos aclarar ciertos conceptos que han cruzado estos estudios. Uno de estos conceptos centrales es lo que remite a "lo popular": lo popular no como degradación, subvaloración de formas de ser y pensar de ciertas culturas, marginadas y excluidas de la trama moderna, sino como "desde la espesura de los mestizajes y las deformaciones de lo urbano, de lo masivo", que viene a abastecer un imaginario que ha dominado en las concepciones de las ciencias sociales desde fines del siglo XIX, hasta nuestros días. Lo popular, como "una realidad heterogénea"<sup>5</sup>.

Por otra parte, otra noción que articula esta conversación es la de "lo masivo". Por un lado la idea de sujetos asimilados por una dinámica donde no hay posibilidad de reflexión crítica, es decir, esa masa que pone al individuo como un ente indiferenciado, sometido a la dinámica cuantitativa de la mayoría. O la noción de "lo masivo" problematizada desde lo mediatizado, concebido hoy, incluso, como lo masivo segmentado o de la hipersegmentación de los públicos, que identifica al concepto venido desde las industrias culturales, es decir, una cierta cultura industrializada producida y destinadas a grandes masas de la población<sup>6</sup>.

Pero nuestro enfoque va en reconocer no sólo objetos o bienes simbólicos, que son producidos para el consumo masivo, sino más bien y atendiendo toda su contemporaneidad, a ese lugar en que se "producen las significaciones" en una sociedad donde todo se ha masificado<sup>7</sup>.

Vale la pena, a modo de síntesis, detenerse en lo que dice Martín Barbero en la introducción a su clásico texto "De los medios a las mediaciones":

"(...) algunos comenzamos a sospechar de aquella imagen del proceso en la que no cabían más figuras que las estrategias del dominador, en la que todo transcurría entre unos emisores-dominantes y unos receptores-dominados sin el menor indicio de seducción ni resistencia, y en la que por la estructura del mensaje no atravesaban los conflictos ni las contradicciones y mucho menos las luchas (...)"<sup>8</sup>

<sup>5</sup> Sunkel, Gmo: "Razón y Pasión en la prensa popular. ILET, Santiago de Chile. 1985.

<sup>6</sup> María Cristina Mata problematiza esta noción en su artículo "De la cultura masiva a la cultura mediática" Revista Diálogos de la Comunicación Número 56, FELAFACS. Octubre 1999.

<sup>7</sup> Martín Barbero, Jesús: "De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía". Editorial Pili. Barcelona 1987

<sup>8</sup> Op. Cit.

Es decir, los procesos de la comunicación moderna (y pos, agregamos), no se remiten sólo a dinámicas unidireccionales, ni a asuntos donde los contextos no intervienen; es más, podemos señalar que buena parte de lo que las personas viven, se afina en la relación que las nuevas tecnologías y los medios de comunicación contemporáneas instalan como unas "tecnhe", desarrollando o negando ciertas habilidades sociales y disponiéndose ciertos hablantes, espacios comunicacionales, desde donde se construyen diversas identidades, en un mundo donde lo masivo se constituye, agregamos nosotros, mediáticamente, y por ello, todo lo que alguna vez interpeló a "la masa", opera del mismo modo, por ejemplo, las democracias legitimadas en el presente.

No está la intención de exacerbar un discurso donde al parecer el sujeto ha sido violentado y difuminado en un tiempo, donde las tecnologías componen y descomponen la realidad, es decir, la realidad "pantalla", "interfaz", realidad "redes contiguas de la información" como lo plantea Baudrillard.

Lo cierto, es que al mirar lo que es la radio comunitaria chilena, no podemos dejar de lado las categorías y nociones que han ordenado la discusión en Latinoamérica, y aquellas presentes. Decir radio comunitaria es decir, para el resto de los latinoamericanos, "radio popular", "radio educativa" y más próximo aún, "radio ciudadana". Decir radio comunitaria es decir pueblo, es decir lo alternativo, es decir identidad, pero también es decir "lo masivo" y "lo mediático", es decir tecnologías "TIC", procesos de producción y reproducción, y sobre todo, consumo de medios.

A continuación, señalamos algunas entradas al tema, contemplando algunos estudios vecinos (Argentina y Perú), que nos ayuden a comprender dónde se ha instalado la observación en torno a los procesos donde se insertan las radios y los públicos populares.

### **III: Medios y la construcción de actores sociales y políticos**

María Cristina Mata, en el marco de la transición democrática argentina, comienza a observar a los medios que se constituyen desde unos públicos heterogéneos, fragmentados culturalmente, pero que ven en los medios de comunicación la posibilidad de expresión pública y por ello, un lugar donde se pueden constituir en actores sociales. Y por otra parte, una reciprocidad constituida desde de las dinámicas establecidas por la relación entre los "múltiples productos y prácticas que constituyen la cultura masiva"<sup>9</sup>.

Es importante reconocer que la radio comunitaria, en la actualidad, forma parte de los procesos contradictorios que la globalización ha venido a instalar, en el sentido que lo local pierde cierto lugar como referente, se extravía en las nuevas formas de ser y estar en el presente, pero que sin embargo, en medio de esta paradoja, se reinstala como una salida que busca referentes más concretos, donde las tendencias de la fragmentación social y los procesos de personalización, no son ajeno a lo que se vive en los sectores poblaciones, urbano popular, lugar privilegiado desde donde miramos a la radio comunitaria chilena.

Porque las radios comunitarias algo se proponen al existir, al organizarse, al producir ciertos objetos, ciertas materialidades, ciertos discursos. Algo dicen y algo conectan con una audiencia que está hiper segmentada por las posibilidades múltiples que otorga la oferta de medios, que segregan y organizan el tiempo mediático en el ver noticias, escuchar matinales, leer diarios y revistas, ingresar y

---

<sup>9</sup> Mata, María Cristina: "Radios y públicos populares". Revista Diálogos de la Comunicación, FELAFACS, Noviembre 1988.

navegar en Internet, o asistir a un mall a consumir otro tipo de bienes sígnicos (materiales y simbólicos). La radio comunitaria, observada no como comunicación alternativa, sino como un medio más que compete y que es pertinente, en tanto su propuesta manifiesta una relación que implicaría un contrato, a partir de un discurso que es "un espacio donde se construye una relación de intercambio entre sujetos, entre los emisores y los destinatarios"<sup>10</sup>. Es decir, no sólo la de ser medio de información, servicio público, sino aquel espacio donde también concurren las interpretaciones que los emisores/productores/as hacen de su entorno, de su país, del mundo.<sup>11</sup>

Es interesante la mirada complementaria, pero no por ello distinta, que se hace desde los estudios peruanos a los procesos donde se relaciona la cultura de masas y la cultura popular en el vecino país, a propósito de la explosión de radios de todo tipo en Lima, proceso que da origen a fines de los 80, pero por lo que sabemos, aún no se ha detenido:

"Esto ha generado un proceso espontáneo de repartición de la audiencia. La emisora de más alta sintonía llega sólo a un 5,2 % del público oyente (...) De esa manera se enfrentan al proceso de popularización social y cultural que se vive en las grandes ciudades, resemantizando por lo tanto sus mensajes conforme los diversos imaginarios populares que descubren muy intuitivamente en esa búsqueda"<sup>12</sup>.

Este fenómeno muestra la ruptura "con el mito de la massmediación, de la homogenización del público de todo medio masivo ante un arquetipo de hombre medio representativo"<sup>13</sup>.

En medio de múltiples emisoras, aparece una emisora "mía", aquella que interpela unas formas de ser, que aún habla desde un lugar de cercanía<sup>14</sup>, donde los códigos que se comparten, necesariamente tiene que ver con una vida que también se desagrega/desmarca de la vida representada desde "los grandes medios". Desde esa perspectiva es que Rosa María Alfaro coincide con María Cristina Mata en la necesidad de analizar las radios para reencontrarnos "con los procesos sociales implicados en la comunicación y por ende en la vida social"<sup>15</sup>.

### **Hacia dónde caminamos al observar la radio comunitaria en Chile**

Cabe señalar que el fenómeno de la radio comunitaria, implica, a lo menos, dos dimensiones del problema: una vinculada a una etapa histórica socio política, dado por el contexto de transición democrática que da origen en nuestro país a una radio sin fines de lucro, comunitaria/local; y por otro lado, el contexto socio comunicacional, donde los procesos culturales ligados a las comunicaciones han implicado formas de ser y ver el mundo distinto a la de otras épocas.

Desde esta visión, la producción radial originada en un territorio, destinada para ese territorio, contempla claves posibles de averiguar, que dan cuenta de sentidos distintos a los que se transan desde la industria cultural:

---

<sup>10</sup> Mata, María Cristina; Scarafía Silvia: "Lo que dicen las radios". ALER, Quito, 1993.

<sup>11</sup> Como aparato cultural, en un mundo donde lo local está abandonado, a la deriva, subordinado a las dinámicas más generalizadoras de la realidad. Al respecto, una investigación clásica que aborda esta noción se encuentra en el estudio realizado en los 80' por Guillermo Sunkel "El Mercurio: 10 años de Educación Política -Ideológica 1969 - 1979. ILET. Santiago 1983.

<sup>12</sup> Alfaro, Rosa María; y otros: "Cultura de Masas y Cultura Popular en la Radio Peruana". Calandria, Lima 1990.

<sup>13</sup> Op. Cit. Pág 19.

<sup>14</sup> Manuel Chaparro, Doctor en Ciencias de la Información y Comunicaciones, Director del Sistema de Radio y Televisión de los ayuntamientos de Andalucía, acuña el término de "proximidad", para definir a los procesos de comunicación efectuados a través de la radio y la televisión local.

<sup>15</sup> Alfaro, Rosa María; y otros: "Cultura de Masas y Cultura Popular en la Radio Peruana". Calandria, Lima 1990. Pág 20.

“Lo que nos interesa distinguir es el **mundo creado** por esta particular forma de comunicación: la dinámica de vivencias que supera los esquemas "emisor" / "receptor". Más bien, que trenza las acciones de destinatario y destinatarios en un único movimiento de existencia en la cultura (único: **uno**, para los involucrados, en **un** mismo momento)”<sup>16</sup>.

Con este fin, los procesos de producción radial acotados a un territorio/localidad, nos abren las puertas para entender acerca de la o las culturas locales, como procesos de construcción de identidades que ubican a las personas en una dimensión distintas a las culturas propias de otros espacios culturales posibles (laborales, de viaje). Es interesante, al respecto, acercarnos al fenómeno, sin dejar pasar por alto el influjo que el contexto global impone a estas prácticas sociocomunicacionales, en una coyuntura donde para muchos teóricos, comienzan a “mutar”<sup>17</sup> nuestras prácticas y relaciones sociales.

De ahí que interesa reconstruir el circuito de comunicación que encarna la radio comunitaria chilena: por un lado, observando sus lenguajes, sus temáticas, sus campos de referencias, a la hora de producir la programación radial para un territorio específico; y por otro, observando las claves de recepción que existe de esa oferta comunicativa, singular, que (hipotéticamente), se daría desde una interacción distinta a la relación medio/públicos, en la radio comercial con fines de lucro.

Para ello, viene a cuentas conceptualizar el vínculo existente entre audiencia (públicos) y radios (u otros medios), relación que ha sido definido bajo dos modalidades: de "exposición" al medio y de "consumo" del medio. El primero, nos remite al modelo comunicacional básico, "emisor-mensaje-receptor", donde el mensaje depende exclusivamente del propósito de un emisor. Aquí, asociamos a la idea de receptor a un público pasivo, que se expone a la oferta del medio.

La segunda concepción del vínculo públicos-medio radial, consiste en una red de relaciones de intercambio de bienes fundamentalmente – pero no exclusivamente – simbólicos. El "consumo" de medios adquiere forma al interior del fenómeno de la "mediatización" de la vida a través de los dispositivos con que opera la "industria cultural". Allí, la radio constituye un dispositivo específico de la industria cultural, distinta a la televisión o la prensa escrita.

¿Cuáles son las claves con las que se articula (produce/reproduce) la conversación radial en un territorio/localidad?

Esta constituye un interrogante orientadora, en tanto existen muchas dimensiones posibles de ser indagadas, como por ejemplo una pero no única: la relación producción radial observada como circuito comunicacional. En este sentido, dos ámbitos constituyen el foco de nuestra atención: uno, el lugar y las características del tratamiento que las emisoras hacen de sus experiencias cotidianas, articuladas en el espacio local; y otro, los rasgos que definen los contenidos y estéticas de la propia conversación radial que se origina en un territorio, que hacen a la programación. Esto último, define lo propio de la estrategia comunicacional de la radio en una localidad, en tanto es un dispositivo que crea sentido común, dota de sentido y significado al entorno.

Es acá donde nos aparece esa forma posible, en principio, distinta de “crear un mundo”. Qué hay detrás de ese hablar ¿es posible definir un imaginario que se

---

<sup>16</sup> Cottet, Pablo; Yáñez, Leonel: Aproximaciones a los vínculos comunicación radial y cultura juvenil. Documento de trabajo, ECO, Educación y Comunicaciones. 1995.

representa a través de unas relaciones mediadas por la radio en la localidad? Cómo es esa cultura, que queda de lo popular en ella. Cuánto más ha sido vaciada para, ahora sí, transformarla en una suerte de manifestación de una ideología que cubre todo y la empapa hasta transformarla en una identidad individual, auto referente y fuertemente posmoderna.

Por ello y como lo sugiere Mario Berríos es importante "reconstruir esa red de relaciones que produjeran lo que tenemos ante los ojos"<sup>18</sup>, o para nuestro caso, lo que produce aquello que se escucha desde la radio comunitaria. Lo popular desaparece, o desaparece como objeto de estudio y ahora, lo popular adquiere presencias de un lugar "táctico", como correspondería a todo aquello desempoderado.<sup>19</sup>

Pues, como dice Berríos, en el contexto de una cultura oficial siempre se encuentran resistencias, formas contestarías a ella. Esa otra cultura, que no adolecería de la mirada crítica, de la que adolece el resto de la sociedad. Esta cultura no oficial, manifiesta o emergente, permite a partir de sus propias claves y códigos, leer aquello que se viste de poderoso, aquello que se instala en el sentido común. Esa forma de ver el mundo, es identificado por Berríos como Cultura Popular, es decir, "un modo inteligible de la realidad cultural"<sup>20</sup>

Esta aproximación al fenómeno, nos deja un número no menor de preguntas, las que deben ser respondidas, en la medida que el investigador se acerca a su objeto, arma ciertas complicidades y resuelve creativamente sus hipótesis de trabajo. Con algunas de estas interrogantes que se abren, queremos cerrar este primer acercamiento a la radio comunitaria chilena, su territorio y las culturas que constituyen los mundo creados en la relación de unos productores/emisores/as y unos receptores/consumidores/as:

¿En qué medida la radio comunitaria se compromete en los procesos de formación, desarrollo y promoción de las prácticas culturales del territorio?

¿Qué relaciones existen entre la programación de la radio y la realidad socio cultural de la comunidad?

¿La relación comunicativa<sup>21</sup> del medio radial comunitario da cuenta de procesos comunicacionales distintos al de los grandes medios de comunicación?

¿Las estrategias comunicacionales de las radios comunitarias se orientan hacia un modo de producción, que de manera conciente, crean ciertos sentidos críticos, distintos a los instalados por la cultura oficial?

¿Cómo se escucha esa propuesta?

¿Qué acontece en el lugar de la escucha?

**Santiago, Octubre de 2004.**

---

<sup>18</sup> Berríos, Mario: "Detrás del Arco Iris. Epistemología de la cultura popular en América Latina. Diálogos de la Comunicación, Número 26. FELAFACS, Marzo 1990.

<sup>19</sup> Siguiendo a Michel de Certeau en, La Invención de lo Cotidiano.

<sup>20</sup> Berríos, Mario: "Detrás del Arco Iris. Epistemología de la cultura popular en América Latina. Diálogos de la Comunicación, Número 26. FELAFACS, Marzo 1990.

Op.Cit. pág 3.

<sup>21</sup> Concepto que se definirá más adelante a partir de "Lo que dicen las radios" de María Cristina Matta", en la idea que la relación comunicativa radio/comunidad, sería distinta al vínculo que los medios de comunicación tradicional tienen con sus audiencias.

## **Bibliografía**

Alfaro, Rosa María; y otros: "Cultura de Masas y Cultura Popular en la Radio Peruana". Calandria, Lima 1990.

Berríos, Mario: "Detrás del Arco Iris. Epistemología de la cultura popular en América Latina. Diálogos de la Comunicación, Número 26. FELAFACS, Marzo 1990

Cottet Pablo; Yáñez Leonel: "Aproximaciones a los vínculos comunicación radial y cultura juvenil". Documento de trabajo, ECO, Educación y Comunicaciones. 1995.

De Certeau, Michel: "La Invención de lo Cotidiano: 1 Artes de Hacer". México: Universidad Iberoamericana, 1999.

Mata, María Cristina; Scarafía Silvia: "Lo que dicen las radios". ALER, Quito, 1993.

Mata, María Cristina: "Radios y públicos populares". Revista Diálogos de la Comunicación, FELAFACS, Noviembre 1988.

Martín Barbero, Jesús: "De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía". Editorial Pili. Barcelona 1987

Sunkel, Guillermo: "El Mercurio: 10 años de Educación Político - Ideológica 1962 - 1979. ILET. Santiago de Chile, 1983.

Sunkel, Guillermo: "Razón y Pasión en la prensa popular. ILET, Santiago de Chile. 1985.

Yáñez Leonel; Aguilera Oscar: "Radios Comunitarias y de Mínima Cobertura: Diagnóstico estado de situación de la radio comunitaria chilena". Documento trabajo. ECO Educación y Comunicaciones. Santiago de Chile, Marzo, 2001