



Question

Periodismo / Comunicación
ISSN 1669-6581

Esta obra está bajo una
Licencia Creative Commons
Atribución-NoComercial-Compartir Igual
4.0 Internacional



Radio comunitaria para el desarrollo y el cambio social. Entre Comunicación
para el Desarrollo y Comunicación para el Cambio Social.

César Teodomiro Sandoya Valdiviezo

Question/Cuestión, Nro.67, Vol.2, diciembre 2020

ISSN: 1669-6581

URL de la Revista: <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/>

IICom - FPyCS - UNLP.

DOI: <https://doi.org/10.24215/16696581e417>

**Radio comunitaria para el desarrollo y el cambio social.
Entre Comunicación para el Desarrollo y Comunicación para el
Cambio Social**

**Community radio for development and social change.
Between Communication for Development and Communication
for Social Change.**

**Rádio comunitária para desenvolvimento e mudança social.
Entre Comunicação para o Desenvolvimento e Comunicação
para Mudança Social**

César Teodomiro Sandoya Valdiviezo
Carrera de Comunicación, Universidad Nacional de Loja. Ecuador
notipindal@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-9343-155X>

Resumen

El artículo reflexiona sobre la evolución de los diferentes paradigmas de la comunicación para el desarrollo y la concepción de esta ligada al cambio social. Se reconoce el rol activo de los medios de comunicación para lograr una exitosa comunicación para el desarrollo, concretamente de la radio comunitaria como impulsora de cambios en las comunidades. Se abordan aspectos inherentes a este tipo de radio como su carácter contrahegemónico, el valor de sus discursos y su sostenibilidad social, garantes de su pertinencia como espacio de participación en el seno de la comunidad.

Palabras Clave:

radio; comunidad; cambio social; participación

Abstract

The article reflects on the evolution of the different paradigms of communication for development and its conception linked to social change. The active role of the media is recognized in achieving successful communication for development, specifically community radio as a promoter of changes in the

communities. Aspects inherent to this type of radio are addressed, such as its counter-hegemonic character, the value of its speeches and its social sustainability, guarantors of its relevance as a space for participation within the community.

Keywords

radio; community; social change; participation

La inclusión de la comunidad y su participación en los procesos de comunicación que tienen lugar en su interior, dan cuenta de la importancia de priorizar los sistemas comunicativos para que las personas deliberen y opinen sobre los asuntos de los que depende el bienestar colectivo.

De este modo, el rol de los medios comunitarios en los procesos de empoderamiento ciudadano es tan distintivo como vital, y contribuyen a que las personas entiendan su realidad, debatan sobre ella y participen en cuestiones locales y nacionales. Ese respeto al derecho a la comunicación, a la aceptación de las diferencias y a la promoción de derechos participativos y la horizontalidad se engloba en una terminología no exenta de complejidades como la de Comunicación para el Desarrollo.

Cháves Gil (2015) reconoce el largo recorrido teórico-epistemológico del concepto, ligado al desarrollo como raíz biológica, pues “a lo largo de la historia se han sucedido multitud de hechos que han supuesto una transformación de las estructuras vigentes hasta el momento del suceso, lo que supone un cambio social” (p. 154). Este autor rememora el discurso de Harry Truman en la toma de posesión de su segundo mandato como presidente de Estados Unidos en 1949, quien instauró la existencia del subdesarrollo y promovió una política

de ayudas para las naciones atrasadas. Este hecho, según Cháves Gil (2015) constituyó un cambio desde del punto de vista comunicativo, a través del cual se comenzaron a “vender” al mundo subdesarrollado los avances tecnológicos y las bondades del desarrollo estadounidense.

Inició entonces una época en que la prioridad de la principal potencia económica mundial era comunicar, valiéndose de estrategias propias de la mercadotecnia y de la publicidad, para expandir su política y su ideología. Sin embargo, Ramonet (2003) denuncia las irregularidades del sistema de comunicación estadounidense, que “ha puesto toda su influencia en la batalla de la desregularización, para abrir las fronteras de un número de países cada vez mayor al libre flujo de la información es decir, a los mastodontes norteamericanos de las industrias de la comunicación y el ocio (p. 213)”.

Se trata entonces de un sistema de comunicación unidireccional, vertical y dominante, con énfasis en mostrar y vender una manera muy pragmática de interpretar el mundo. Esta práctica ha sido seguida por muchos países subdesarrollados gracias a la apertura de agencias de cooperación internacional como la *United States Agency for International Development* (USAID), con un plan de acciones comunicativas encaminadas a la educación agrícola, sanitaria y audiovisual.

Este paradigma modernizador se fundamenta en tres pilares teóricos: el darwinismo, el funcionalismo y la teoría de los cambios sociales y económicos de Max Weber. Aunque Melkote y Steeves (2001) refieren que este modelo es percibido como la mejor alternativa posible para ser aplicada en cualquier país, sin atender a las características individuales de cada territorio, desde el punto de vista comunicativo se buscaron maneras de persuadir a las sociedades para incorporar patrones modernizadores o estadounidenses a sus rasgos distintivos

desde lo social. Así se enfatiza en los efectos que sobre las sociedades tienen los procesos de comunicación, realzando la importancia de la difusión de la innovación no sólo a través de los medios, sino gracias a la influencia de líderes de opinión.

Sin embargo, numerosas investigaciones realizadas hacia los 60 concluyeron que estas políticas modernizadoras que se habían volcado sobre Latinoamérica por casi dos décadas, provocaron más subdesarrollo e inequidades sociales. “El paradigma modernizador nunca comprendió, o no quiso comprender, que la principal causa que impedía la transformación de las sociedades en modernas fuera la negación ideológica de dichas naciones a este proceso” (Chávez Gil, 2015, p. 169). De ahí que el modelo fuese criticado duramente por su carácter etnocéntrico y sus resultados económicos deficientes. Desde lo comunicacional, las estrategias tampoco crearon el anhelado cambio de un estado tradicional a uno moderno.

Esta situación, unida a la fundación de la Organización de los Países No Alineados (NOAL) y el fervor desatado por las revoluciones que sucedieron en varios países del mundo, favorece el surgimiento del paradigma de la dependencia, que entiende al desarrollo y al subdesarrollo como la cara de la misma moneda, por lo que no pueden analizarse como fenómenos aislados.

Así, este paradigma postula que los países subdesarrollados no deben renunciar a su cultura ni incorporar patrones culturales modernos, pues cuando un país se desarrolla a imagen de otro, el primero siempre será dependiente del segundo. Desde el punto de vista comunicativo el paradigma de la dependencia está matizado por tres corrientes de pensamiento: culturalista (sus autores postulan que los medios de comunicación sirven a los intereses de las clases dominantes, dividiendo y reprimiendo a los grupos opositores),

estructuralista (argumenta que la radio y la televisión privilegian una estructura comunicativa unidireccional, favoreciendo a los propietarios de las grandes industrias culturales de masas) y la de la política económica (sus postulantes refieren que tanto la estructura política como la económica condicionan la forma en que se desenvuelven los medios y las industrias culturales, forzadas a operar bajo las reglas del mercado).

De esta manera, muchas son las naciones que asumen la postura independentista con las esperanzas puestas en el desarrollo productivo a partir de lo estrictamente local, desechando los beneficios que auguran las grandes potencias para quienes se alinean al paradigma modernizador. Servaes (1999) destaca sus efectos políticos, pues “los gobiernos de los países tercermundistas pusieron mayor atención a las políticas de los países industrializados” (p. 42), debido a las consecuencias que traen para las economías locales.

Sin embargo, Cháves Gil (2015) afirma que este paradigma “sólo criticó los efectos de los monopolios mediáticos externos, como forma de dominación local. Sin embargo, no puso mayor atención en los medios que se encontraban al servicio de los grupos dominantes locales, los cuales se formaron en una herramienta para conservar las desigualdades internas en el tercer mundo (p. 176)”.

Hacia los 70, comienza a ganar terreno otro paradigma de corte pluralista, como consecuencia de la defensa de los derechos civiles, la protección medioambiental, los movimientos sociales y los procesos de liberalización de naciones tercermundistas. A diferencia de los paradigmas anteriores, este concibe el desarrollo como un todo integral, dialéctico y multidimensional, y que cada nación para alcanzarlo puede forjarse su propia ruta, pues depende de las

particularidades en los órdenes cultural, económico, medioambiental e histórico, entre otros.

El propósito de esta nueva concepción es mejorar la calidad de vida de la población. Cobo y Tohá (1999) resaltan que, desde este paradigma “el desarrollo debe permitir el acceso a todos los seres humanos al propio desarrollo, respetando el medio ambiente y los recursos naturales” (p. 36). De este modo, las respuestas en torno al desarrollo se pueden encontrar en el espacio de lo local.

En este sentido, la comunicación desempeña un rol medular. Tohá (2006) plantea que en este paradigma no se puede separar la comunicación del desarrollo. Se trata de dos vocablos que conforman un concepto único, inseparable e interdependiente. En este escenario, Servaes (1999) asegura que un camino óptimo para el desarrollo respeta las peculiaridades locales, aporta los medios políticos para garantizar la libertad de construir y propone múltiples caminos para el desarrollo, por lo que White (2002) resalta el rol de los sistemas educativos y, en consecuencia, de la comunicación, para potenciar en las personas esa capacidad de reconstruir su identidad y comprender su cultura de forma permanente.

De ahí que existan dos modelos o tendencias actuales de la comunicación para el desarrollo: uno que enfatiza en la difusión y otro en la participación. “Si bien estos dos modelos no son antagónicos y en gran medida pueden ser complementarios, técnicamente poseen perspectivas muy diferentes acerca de la forma en la que se debe abordar el rol de la comunicación para el desarrollo” (Tohá, 2006, p. 181).

Aunque el modelo difusionista es heredero de los paradigmas modernizador y de la dependencia, la comunicación para el desarrollo reconoce el derecho de

los ciudadanos a estar informados, como principio rector para conocer e interpretar la realidad global y la local, pues una de las condicionantes del subdesarrollo es la escasa información a la que se exponen los habitantes del tercer mundo.

Morris (2002) afirma que la inaccesibilidad a la información se soluciona desde lo local a partir de la transferencia de información, lo que posibilita mayor acceso a conocimientos, actitudes y prácticas modernas mediante el marketing social y la educación recreativa. El marketing social aplica las técnicas comunicativas del marketing comercial a lo social, lo cual favorece la caracterización y segmentación de las audiencias y la creación de campañas sanitarias, de cambio de actitudes y de comportamiento cívico. Morris (2002) alerta que aunque estas campañas son comunes en el espacio de la comunicación para el desarrollo, no existen estudios que revelen su efectividad en las audiencias.

Por su parte, la educación recreativa se integra en un proceso intencional de conformación de un mensaje mediático que persigue entretener, educar, transmitir conocimientos y hacer reflexionar en torno a temas como el embarazo en la adolescencia, las infecciones de transmisión sexual, las consecuencias del alcoholismo y el tabaquismo, los efectos que puede traer quebrantar la ley, entre otros aspectos. La educación recreativa utiliza formatos como las telenovelas, series o programas de orientación, porque inicialmente son concebidos para entretener.

Otra tendencia de la comunicación para el desarrollo es la de la participación, que sugiere que alcanzar el desarrollo depende también de la formación de estructuras de intercambio de información democrática y participativa, a escala global o local. La participación reconoce a todas las personas como fuentes de

información y de conocimiento, comprendiéndolas tanto receptores como emisores. Desaparece entonces la concepción verticalista de la comunicación, prevaleciendo la horizontalidad, favorecedora de los cambios sociales.

Este modelo no desestima los aportes que genera lo global. Morris (2002) destaca que “mantenerse abierto a conocimientos e información externos trae mayor control sobre las decisiones que se toman en el espacio local” (p. 23). Esto lo fundamenta también Servaes (1999) al reconocer los aportes de los especialistas externos al espacio local, siempre que se prioricen los planteamientos formulados en el interior de la comunidad.

Gumucio (2011) también refiere que la comunicación para el desarrollo, además de valorar el conocimiento local, respeta y fortalece las formas tradicionales de organización social, a la vez que enfatiza “en la capacitación de técnicas de comunicación de los agentes de cambio y la producción de materiales apropiados para el contexto cultural de cada programa” (p. 35).

Por otro lado, desde un punto de vista sociológico en materia de comunicación también se habla de cambio social. Chaparro (2010) alerta sobre la ambigüedad del término cambio social, debido a sus diversos abordajes y perspectivas, pues engloba la acción, el fenómeno y el problema social. Cháves Gil (2015) explica lo anterior cuando afirma que “para que exista un cambio se tiene que producir una acción, o un fenómeno o un problema, de cualquier tipo, que conlleve un ejercicio, un quehacer voluntario” (p. 142). En tanto, Gumucio (2011) alega que es un paradigma reciente, aunque de alguna manera ha estado presente en las experiencias de comunicación para el desarrollo y la participación.

Sin embargo, Lara y Olabe (2013) reconocen que en la actualidad, el concepto de comunicación para el desarrollo ha evolucionado y tiene como fin lograr un

cambio social, que contribuya a despertar conciencias en el norte y transformar realidades en el sur del mundo. Estos autores plantean que ese cambio social se compone de tres fases: sensibilizar y concienzar a la población en torno a problemáticas ligadas al desarrollo y la eliminación de injusticias; movilizar a la población en busca de la reivindicación de sus derechos y revertir las injusticias por medio del proceso comunicativo.

Así, el cambio social implica transformar el modo en que la sociedad se ha organizado, siempre tomando en cuenta las características de la comunidad, espacio, región o país donde se produzca. De ahí que “la comunicación es estratégica en proyectos de desarrollo y es la herramienta (nada menos) para alcanzar los objetivos del milenio” (Chaparro, 2015, p. 117), según concluyó la Conferencia Mundial de Comunicación para el Desarrollo celebrada en 2006.

Tierno (1973) alerta que siempre que se intenta llevar a cabo un cambio social, se produce un conflicto de los paradigmas que fundamentan el *status quo* vigente. En el caso concreto de la comunicación para el desarrollo y su paso a denominarse comunicación para el cambio social, se ha producido un proceso de transformación que entiende ambos conceptos con una mirada inclusiva y de respeto a la comunicación, a la aceptación de las diferencias y a la promoción de procesos participativos horizontales.

Este artículo coincide con ese proceso de transformación conceptual, que lejos de ser contradictorio, se fortalece con la utilización de los medios de comunicación como herramientas para concienciar. Y se retoma a Gumucio (2011) cuando reconoce que “la comunicación para el cambio social aparece a fines del siglo como un paradigma reformulado, que rescata y profundiza el camino recorrido por la comunicación para el desarrollo y la comunicación participativa, mientras incorpora algunas nociones innovadoras y progresistas

de los modelos de modernización. Lo esencial es que cuestiona el concepto de un *desarrollo* que no cuente con la participación de los sectores directamente afectados, y promueve una participación que haga efectiva la participación comunitaria, particularmente de los sectores más pobres y aislados (p. 28)".

En este sentido, Beltrán (2005) realiza el rol de los medios de comunicación para una exitosa comunicación para el desarrollo, por su eficacia en "el logro de las metas prácticas de instituciones que ejecutan proyectos específicos en pos del desarrollo económico y social". Aprovechando el adelanto tecnológico, el crecimiento económico y el progreso material, se puede lograr una atmósfera pública favorable al cambio que modernice las sociedades tradicionales, sin dejar de emplear sus propios recursos.

Precisamente, es la radio uno de esos medios que se integra a los desafíos de creer en la justicia, la paz y el cambio social, de informar sobre lo acontecido, denunciar las fallas y velar y defender los derechos a la comunicación y la información de las personas. Y es que la radio, cuando se enfoca en mantenerse como organización sin ánimo de lucro, con el imperativo de funcionar y desarrollar proyectos viables y sostenibles para la sociedad, logra un escenario comunicativo donde se alzan voces, intereses y expectativas de la vida local en función del desarrollo y el cambio social.

La radio como sujeto de comunicación para el desarrollo y el cambio social

Radios populares, educativas, rurales, locales, públicas o libres. Cualquiera puede ser su denominación, en dependencia de donde se encuentren; pero el sentido es el mismo: hacerse desde y para la comunidad en busca de que se desarrolle y se promuevan cambios en el ámbito social. Quizás el calificativo

más extendido sea el de radio comunitaria, que inició hace poco más de medio siglo, cuando en los años 40 surgieron iniciativas de medios populares y comunitarios que “apostaron (...) por una alternativa radical a los modos de constitución del lazo social desde la comunicación” (Cerbino, 2018, p. 125).

Estas experiencias se enfrentaron a la lógica comercial individualista y privada de la comunicación mediática, apostando por una construcción de lo común. De este modo, Mata (1993) describe que la radio comunitaria surge como un proyecto “para servir al pueblo, una radio que favorece la expresión y la participación al tiempo que valora la cultura local” (p. 59).

Semejante planteamiento lo sustenta Cerbino (2018), cuando alega que “la búsqueda de una praxis socio-política de metamorfosis social desde la comunicación guió desde las primeras escuelas radiofónicas vinculadas a la Iglesia Católica y los procesos de evangelización, a las radios mineras bolivianas y las emisoras populares y educativas hasta las experiencias comunicacionales insurgentes desarrolladas en Cuba y Centroamérica (p. 125)”.

En la actualidad, para muchos autores la radio continúa siendo el medio de comunicación convencional más expandido en el mundo (Cerbino, 2018; Kejval, 2019), de ahí su idoneidad para alcanzar a las comunidades más pobres.

Se trata de una radio con vocación para la transformación y emancipación de la ciudadanía, promotora de la alternatividad comunicacional donde el sujeto de la comunicación popular, alternativa y/o comunitaria se convierte en el “nosotros” que integra organizaciones, movimientos y grupos sociales de base, según Kaplún (1983) y donde los procesos comunicacionales que en ella ocurren, tienen como fin democratizar la palabra (López Vigil, 1997; El Mohammadiane

y Espinar, 2019; Dávila y Molina, 2019). De ahí que la comunicación alternativa emerja de la necesidad de los individuos de comentar acerca de su entorno y exponer su visión del mundo, muchas veces contradictoria a la del sistema hegemónico, pues en esta práctica hay un intento implícito de suplantar a los medios tradicionales, buscando oponerse a los sistemas de los medios de comunicación de masas y sus implicaciones sociales.

Esta comunicación se da en particular en sistemas dominantes, en los que los individuos no cuentan con una expresión abierta dentro de los medios y canales establecidos, ya que estos son invadidos, saturados y controlados por el discurso del poder. Sin embargo, la comunicación alternativa también se puede generar en sistemas en los que el control de los canales de comunicación no se da en extremo, pero que tampoco plantea todos los puntos de vista surgidos en la sociedad. En esas sociedades igualitarias algunas visiones individuales se omiten, lo cual probablemente se debe a una censura en menor grado de la que observamos en los actuales sistemas dominantes.

En este sentido, la radio comunitaria instituye vínculos y compromisos entre los sujetos, rompiendo con la transmisión unidireccional, verticalista y difusionista de la comunicación mediática comercial mediante la participación, que muchos autores (Kaplún, 1983; Cerbino 2018) asumen como la posibilidad de que los sujetos sean emisores y receptores de manera alternada.

En contraste con la comercial, la radio comunitaria suele tener corto alcance y transmite sin fines de lucro, respondiendo a las necesidades de información de las personas que viven en un lugar determinado (Herrera Sánchez, 2015, p. 56). De esta manera pone una herramienta en las manos de los ciudadanos para su expresión cultural, noticias e información, diálogo y desarrollo. Y es que, como refiere Chaparro (2009), “una sociedad civil a la que no se le

garantiza el ejercicio del derecho a la comunicación, es una sociedad con una opinión secuestrada, usurpada (...)” (p. 147). En muchos casos en Latinoamérica, las personas de bajos recursos son incapaces de participar en el debate o de expresar sus opiniones sobre políticas públicas que les afectan directamente, pero Kaplún (1978, p. 386) reconoce la participación como el motor de la democracia, y a la radio comunitaria como su instrumento.

Por eso los medios comunitarios en general y la radio en particular, se proponen como constructores de herramientas críticas contra el control social de los poderes mediáticos tradicionales, buscando el empoderamiento ciudadano y la participación activa de los sujetos en la esfera pública, en un espacio donde se articulan la comunicación y la lucha política (Vinelli, 2014, p. 40), pues la radio comunitaria forma parte de procesos políticos de comunicación que contribuyen al cambio social facilitando la inclusión, reconociendo la diversidad cultural y buscando la construcción de la paz en comunidades locales.

Gracias a ellas el pueblo es escuchado y goza de un espacio donde puede levantar la voz de inconformidad con algo que le incomoda. Se pone de manifiesto el principio de democratización de la palabra al que se hizo alusión anteriormente, pues “el desafío de todas estas emisoras es (...) mejorar el mundo en que vivimos. Democratizar la palabra para hacer más democrática esta sociedad excluyente a lo que nos quieren acostumbrar los señores neoliberales” (López Vigil, 1997, s.p).

Por ello se pondera el rol del oyente como parte fundamental de este tipo de radio, con la que interactúa de manera directa e indirecta. De este modo, la radio comunitaria se convierte en parte integral de las personas que comparten intereses de tipo económico, territoriales, organizativos y socioculturales,

quienes a su vez construyen vínculos de compromisos en el contexto social y territorial (Gumucio, 2001), concretados con la participación y la relación con los actores locales, estableciéndose una comunicación de tipo horizontal que genera contenidos sobre participación socio-política y político-cultural (Dávila y Molina, 2019).

Así la radio comunitaria es contra-hegemónica, al estar los medios de comunicación comerciales arraigados a la ciudadanía, como ilustran Dávila y Molina (2019), al reconocer que “en esos espacios socio-culturales, lo local-territorial-simbólico entreteje diferentes acentos (informativo, investigativo, educativo) con la aceptación de las formas diversas de mirar el mundo y los acontecimientos, desde lugares de resistencia frente al hegemón globalizador y como dinámicas de autoafirmación gestora de múltiples posibilidades de vida (p. 10)”.

La influencia de esas posturas revisadas conducen a entender la radio comunitaria como un espacio donde desarrollar acciones autónomas desde lo económico, étnico, cultural y de género, sobre la base de la solidaridad y dejando de lado intereses personales. De esta manera se conservan costumbres y tradiciones de cada comunidad, transmitiendo las características sobresalientes de cada sector.

En este sentido, es oportuno referirse al concepto de intermediación aplicado al periodismo, que consiste en entregar los micrófonos a los ciudadanos para que ejerzan sus reclamos. La intermediación define el carácter de servidora pública de la radio comunitaria, expresado en los contenidos que se incluyen en su programación. De ahí que sean consideradas medios alternativos por el contacto directo y más cercano que permite con su audiencia. Así la comunicación alternativa en las radios comunitarias difunde un mensaje

inclusivo, de respeto a las diferencias culturales y personales, porque permite la participación de todos los miembros de la comunidad, proponiendo “nuevos marcos de interpretación de la realidad y nuevos modos de relación y de interacción” (Marí-Sáez, 2014, p. 69).

Tomando en cuenta los anteriores planteamientos, este artículo define a la radio comunitaria como aquella que es creada con la intención de favorecer a una comunidad o núcleo poblacional del país, cuyo interés es el desarrollo y el cambio social de su comunidad y su fortalecimiento. Este tipo de emisora busca una participación más cercana de sus oyentes, al tiempo que se compromete con su comunidad a brindar información adecuada y de interés para la zona.

El discurso de la radio comunitaria para el desarrollo y el cambio social

La principal tendencia de la radio comunitaria es la construcción de un discurso contra-hegemónico. Para ello deben conjugarse los contornos sonoros y no sonoros que constituyen el discurso radiofónico sin apartarlos del contexto comunitario, por el contrario, es la mezcla con esos espacios los que conducen a formar una nueva realidad dialéctica.

El principio de este discurso debe versar en que la radio transforma la sociedad y viceversa. Esto se fundamenta en Barbero (2003) quien refiere que gracias a las mediaciones, se hace posible la comunicación como creación de sentidos o interpretaciones provenientes del individuo con una historia personal y sociocultural, de las situaciones que imponen negociaciones entre las audiencias y el medio, de factores contextuales, institucionales y estructurales del entorno de interactividad y del discurso propio del medio, capaz de naturalizar su significación y anclarse en el sentido común. De ahí que la base

discursiva se la radio comunitaria deba establecerse en el transcurso de la vida de ese sitio.

Desde una óptica más compleja como la económica, debe considerarse que las poblaciones a las que se dirigen las radios comunitarias generalmente están excluidas de los beneficios del desarrollo. Esta situación, provocada por la disposición de los agentes de poder para redistribuir la riqueza, la corrupción y la toma de decisiones por parte de las grandes empresas transnacionales o grupos bancarios, “refleja discursos en los medios ciudadanos y comunitarios, como medios horizontales que construyen territorio y tejido social, debates que afrontan desafíos y propuestas de intervención” (Krohling, Chaparro y Torrico, 2019, p. 35), orientadas a generar la participación de los ciudadanos y favorecer la sostenibilidad de la comunidad.

De ahí que el surgimiento de la radio comunitaria se vio impulsado por la necesidad de dar voz a los relatos que los medios hegemónicos silenciaban, y en consecuencia, difundir un discurso diferente al que esos medios construyen, involucrando a los ciudadanos en los problemas que realmente son de su interés. Krohling *et Al.* (2019) fundamentan la idea anterior, cuando afirman que Las narrativas desde las que piensan hoy las redes continentales y regionales de medios comunitarios empiezan a expresar discursos decoloniales, en el sentido en que reconocen haber asumido enseñanzas y discursos mediáticos que contradicen la realidad y nuestra naturaleza misma, en la necesidad de descontaminar creencias, aprendizajes y prácticas nocivas instaladas por la sociedad del desarrollo (pp. 35-36).

Estos autores también señalan que en la actualidad, los medios comunitarios intervienen en la construcción de narrativas orientadas a tres principios básicos: ética, ecología y equidad. Refieren que una narrativa discursiva que

pondere el ejercicio de la ética considera la relación de interdependencia que se produce entre los seres humanos y el planeta; lo ecológico se fundamenta en el uso armónico de los recursos que brinda la Tierra, sin destruir ecosistemas y lo equitativo en la defensa de una economía que redistribuya la riqueza generada (Krohling *et Al.*, 2019, p. 36). Sobre estas bases, el discurso de la radio comunitaria está llamado a propagar los imaginarios que conducen a tomar decisiones en pos de generar transformaciones, lo cual obliga a los comunicadores de estas emisoras a conocer la realidad antes de pretender modificarla.

De esta manera el rol del comunicador se orienta a recoger las experiencias de la comunidad, seleccionarlas, ordenarlas y, de forma mejor estructurada, devolvérselas a los destinatarios. Así estos podrán concientizarlas, analizarlas y reflexionarlas. Dicho de otro modo, la ciudadanía podrá identificarse con los mensajes difundidos, sean o no protagonistas o copartícipes de la producción.

En la misma medida en que la comunidad vea más cercanos los mensajes que se emiten, mejor podrá involucrarse en el proceso comunicativo y de construcción discursiva de la radio comunitaria. Esto constituye a la vez un reto para los comunicadores, quienes ya no son los exclusivos emisores, sino que cuanto más se empodere la ciudadanía en el papel de elaborar y dar forma a la información, más los emisores interactuarán con los destinatarios, en un proceso que contribuya a recuperar la soberanía de la localidad y a construir redes de experiencias y de conocimientos compartidos. “Ello implica trabajar no una “comunicación para el desarrollo” sino más bien otra para salir de él y de los desastres provocados por prácticas que amenazan con el colapso del planeta” (Krohling *et Al.*, 2019, pp. 36- 37).

Al ser la radio un medio efímero, en que el mensaje si no es bien recibido por el

radioescucha, se pierde en un instante, debe atenderse con sumo cuidado el modo en que se emplea el recurso expresivo de la palabra. Martínez (2019) sostiene que “la radio debe ser valorada como un instrumento de uso social que pone en común los saberes y valores de la comunidad, entre ellos: el sonido” (p. 32); sin embargo, críticas actuales a medios radiofónicos hegemónicos se sustentan en el hecho de que con ellos la palabra se aleja del pueblo, y la voz ya no expresa el sentir, la emoción y la vida de la comunidad, alejando de esta forma a la radio tradicional de la audiencia.

Muchos locutores de las poblaciones cuando empiezan un trabajo radial lo hacen con la conciencia deformada por la radio tradicional y lo pretenden llevar a la práctica imitando gestos, poses y el estilo del locutor comercial. Sin embargo, es oportuno que el locutor de una radio comunitaria domine el lenguaje cargado de emoción, sentimiento y vida, convirtiéndose en un artista capaz de alegrar, entretener, de dar una palabra de aliento, de vida, una esperanza. Esto es una habilidad que se forja en las tareas de la emisora popular, a medida que esta se construye y avanza.

La radio comunitaria y la sostenibilidad económico-social

Contrario a lo que se piensa, los medios comunitarios en sentido general son empresas sociales de propiedad colectiva sin fines de lucro (Sáez, 2008). Aunque en su nacimiento pueden entenderse como resultado de actos de buena voluntad emancipatoria de un grupo de personas o instituciones públicas, privadas, laicas, religiosas o de cualquier otro tipo, los ingresos se emplean en proyectos de desarrollo que incluyen a la emisora.

Así, la puesta en funcionamiento de una radio comunitaria exige de un proceso de gestión multidimensional, donde las vías de financiamiento son formas que

la emisora debe adoptar a pesar de las complejidades que supone. Aunque el beneficio económico es considerado un valor tangible socialmente aceptado, en el caso de la radio comunitaria “la actividad pública suele medir el coste económico del servicio en comparación con el beneficio social que supone” (El Mohammadiane y Espinar, 2019, p. 185). Lo anterior se traduce en el aporte que realice la emisora a la construcción de valores, a la información plural y debidamente contextualizada, sin ánimos de lucrar.

Desde el punto de vista económico un proyecto es sostenible cuando obtiene recursos materiales y es capaz de emplearlos en función de sus propósitos. De ahí que los gastos de una emisora comunitaria deban emplearse en función de dar continuidad a sus proyectos.

Otras vías por las que las radios comunitarias pueden ser sostenibles económicamente es ofertando servicios a la localidad. Como refiere Gumucio (2001), sin la sustentabilidad económica no pueden visualizarse horizontes de crecimiento, pues esta implica que todo proyecto de radio comunitaria tenga fuentes diversas y sólidas de financiamiento, estrategias de distribución y uso eficiente de recursos.

Sin embargo, la sostenibilidad no se fundamenta sólo en las bases económicas con las que cuenta la emisora comunitaria. Siguiendo a Gumucio (2001), ningún medio comunitario puede ser sostenible sin el apoyo de la comunidad. Para este autor “la sostenibilidad social tiene que ver con aspectos organizativos, culturales y lingüísticos, que son parte inherente a la apropiación del proceso comunicacional” (s.p.).

Esta sustentabilidad de tipo social se expresa en el grado de relación y el involucramiento entre el medio y la comunidad y en la representación que de esta última hagan los contenidos que se radien, explicitando el compromiso

social con los niveles de respuestas que se den a sus demandas (Gumucio, 2001).

Del mismo modo, la sustentabilidad de una radio comunitaria también se mide por la inclusión de contenidos diversos en su oferta, que promuevan la participación ciudadana. Entra entonces a tomar protagonismo la participación, concepto que consiste en un acto social que abarca como mínimo a dos personas, pues nadie puede participar aislado (Merino, 1996) . Sobre esta misma base, Guillén *et Al.* (2009) aluden que “participar significa que la gente sea capaz de estar activamente presente en los procesos de toma de decisiones que atañen a lo colectivo que definen el rumbo de nuestro Estado” (p. 180).

El fin de la participación es lograr que los ciudadanos influyan en las políticas públicas y las decisiones que en torno a ellas se tomen, por lo que es oportuno institucionalizar mecanismos, procesos u organismos a través de normativas legales. Esa institucionalización no sólo se ve en el espacio macro de la sociedad, sino también en los espacios micro o locales, donde los ciudadanos se sienten familiarizados y con sentido de pertenencia para ejercer sus derechos.

Cabrero (1996) afirma que en las sociedades de la segunda mitad del siglo XX, lo local se erigió en nueva forma de organización social, por eso los objetivos de la participación se enfocan en dos dimensiones: como medio de socialización política y como forma de ampliar la esfera de lo público hacia la de la sociedad civil, favoreciendo a esta última (Cunill, 1991), realzando y apoyando la idea de la democracia.

Esto conduce a Guillén *et Al.* (2009) a enunciar tres razones por las cuales debe fortalecerse la participación ciudadana: proporciona mejor base para

elaborar las políticas públicas de más calidad que conduzcan a un mejor aprendizaje y a una implementación más eficaz de dichas políticas; otorga a los ciudadanos más confianza en las instituciones públicas, en tanto que se familiarizan con los proyectos de la administración pública, para dar a conocer su opinión y contribuir a la toma de decisiones; busca fortalecer la democracia a partir de favorecer la relación entre la administración pública y los ciudadanos, incentivando una ciudadanía activa.

Sin embargo, se entiende que para que una comunidad participe, debe acceder a la información para saber a ciencia cierta cuáles son los problemas que aquejan a los ciudadanos. En esto, los medios de comunicación juegan un papel fundamental. Por estas razones, la radio comunitaria está llamada a generar estrategias que permitan a la comunidad involucrarse con el diseño y emisión de espacios radiales que tributen al desarrollo y la promoción de la cultura local.

De la sustentabilidad social que supone la participación, se desprende el liderazgo de una radio comunitaria en procesos transformativos de su entorno, deviniendo sujeto de participación activa (Gumucio, 2001), representando a la comunidad a la que se debe mediante la apertura de espacios de opinión, discusión y análisis sobre temas que silencian los medios tradicionales (Moscoso y Ávila, 2017, p. 65).

Conclusiones

En el ámbito de la comunicación, se han operado cambios vinculados a la comprensión de su naturaleza. Si en un principio esta era entendida en un sólo sentido, con el paso del tiempo se asoció a un proceso de dos, reconociendo su carácter interactivo. La entrada en consideración de la perspectiva cultural,

motivó el debate sobre la comunicación para el desarrollo, moviendo el enfoque tradicional de la comunicación, que privilegió durante largo tiempo los criterios económicos y materialistas hacia apreciaciones más holísticas y complejas del proceso comunicativo.

De este modo se comenzó a concebir la comunicación como un derecho y necesidad del ser humano, como una faceta de los procesos de liberación, emancipación y concientización de las sociedades, que implica a su vez tener en cuenta los derechos y las obligaciones de los individuos, pues se vincula estrechamente con los procesos de participación. Así, considerando la perspectiva del desarrollo, se busca por medio de la comunicación y la transmisión de información, elevar el espíritu de las comunidades locales en busca de realzar sus valores culturales e identitarios. Por estas razones, la participación de los actores involucrados es medular para lograr el cambio social.

Hablar de comunicación para el cambio social implica profundizar en el camino trazado por la comunicación para el desarrollo, mediante la incorporación de miradas innovadoras y progresistas que ponderan la participación de sectores vulnerables y promueven la participación de sectores poblaciones de escasos recursos.

Si bien los medios de comunicación continúan siendo canales difusores de ideas, proyectos e iniciativas, en los últimos años han adquirido un rol político en las estrategias de desarrollo. Específicamente, la radio se ha convertido en una de las mejores opciones de comunicación para el desarrollo y el cambio social de las comunidades. Una emisora que tiene una programación desde y para la comunidad, puede considerarse estratégica porque motiva a los ciudadanos a tener sentido de pertenencia por su comunidad y las instituciones

que la conforman, a integrarse con los funcionarios públicos para solucionar determinadas situaciones y a expresar las necesidades que la comunidad más siente. El modelo de radio comunitaria es de uso social, promotor de los saberes emanados del contexto físico, cultural y territorial donde se inserta y productora, constructora y difusora de discursos que dialogan empáticamente con las audiencias.

La radio comunitaria, por medio de la sostenibilidad social, es capaz de movilizar a los actores de la comunidad en función de lograr la auto-organización y la búsqueda del bienestar. De esta manera, este medio contribuye al empoderamiento de la comunidad y hace que sus ciudadanos decidan el destino de sus situaciones, realzando el valor de la toma de decisiones de carácter colectivo que se pone de manifiesto gracias a los procesos de participación democrática.

Referencias bibliográficas

- Barbero, J. M. (2003). *De los medios a las mediaciones*. Bogotá: Convenio Andrés Bello.
- Beltrán, L. R. (2005). La comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: un recuento de medio siglo. En *III Congreso Panamericano de Comunicación* celebrado en la Universidad de Buenos Aires.
- Cabrero, E. (1996). *Los dilemas de la modernización municipal: estudios sobre la gestión hacendaria en municipios urbanos de México*. California: CIDE.
- Cerbino, M. (2018). *Por una comunicación del común. Medios comunitarios, comunidad y acción*. Quito: CIESPAL
- Chaparro, M. (2009). *Comunicación para el empoderamiento y comunicación*

- ecosocial. La necesaria creación de nuevos imaginarios. *Perspectivas de la Comunicación*, 2(1), 146-158.
- Chaparro, M. (2010). Comunicación, desarrollo y cambio social. La necesaria creación de nuevos imaginarios. A. Gumucio y K. Herrera (coord.). *Políticas y legislación para la radio local en América Latina*. La Paz: Plural Ediciones.
- Chaparro, M. (2015). Del pensamiento de Luis Ramiro Beltrán a las epistemologías de la liberación y la alteridad. *Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo*, 3, 143-153.
- Cháves Gil, I. (2015). *La comunicación para el desarrollo desde las radios comunitarias. Estudio como herramienta para el cambio social* (Tesis doctoral), Universidad Rey Juan Carlos de Madrid.
- Cobo, C. y Tohá, J.J. (1999). *Universidad, acción comunicativa y sociedad civil* (Tesis de diploma), Universidad Diego Portales, Santiago de Chile.
- Cunill, N. (1991). *Participación ciudadana*. Caracas: CLAD.
- Dávila, G. y Molina, C. (2019). La comunicación comunitaria: el sustrato político-cultural de los movimientos sociales. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 140, 9-15.
- De Lara González, A. y Olabe Sánchez, F. (2013). La comunicación para el desarrollo. Análisis de caso: Fundación Aclo, Educación a Distancia por Radio en Bolivia. *Revista Razón y Palabra*, (81), 95-111.
- El Mohammadiane Tarbift, A. y Espinar Medina, L. (2019). El índice de rentabilidad social de las radios comunitarias, una herramienta para el fortalecimiento de la comunicación ciudadana. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 140, 195-214.
- Guillén, A., Sáenz, K., Badii, M. y Castillo, J. (2009). Origen, espacio y niveles

- de participación ciudadana. *Daena: International Journal of Good Conscience*, 4(1), 179-193.
- Gumucio Dagron, A. (2001). *Haciendo olas. Historias de comunicación participativa para el cambio social*. La Paz: Plural Ediciones.
- Gumucio Dagron, A. (2011). Comunicación para el cambio social: clave del desarrollo participativo. *Signo y Pensamiento*, 30(58), 26-39.
- Herrera Sánchez, J.J. (2015). Comunicación y Humanidades. Radio Comunitaria: estrategia para la comunicación pública. *Filo de Palabra*, 19, 56-73.
- Kaplún, M. (1978). *Producción de programas de radio*. Quito: CIESPAL.
- Kaplún, M. (1983). *Hacia nuevas estrategias de Comunicación en la Educación de Adultos*. Santiago: OREALC.
- Kejval, L. (2019). De lo local a lo global en la lucha por la democratización de las comunicaciones. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 140, 75-94.
- Krohling, C., Chaparro, M. y Torrico, E. (2019). Comunicación comunitaria: políticas y ciudadanía. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 140, 33-42.
- Marí-Sáez, V. (2014). *Comunicar para transformar, transformar para comunicar. Tecnologías de la información desde una perspectiva de cambio social*. Madrid: Fragua.
- Martínez, G. (2019). La radio comunitaria indígena: alternativa para la descolonización, la interculturalidad y la construcción del bien común a través de sonido emanado del territorio. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 140, 31-46.
- Mata, M.C. (1993). ¿Radio popular o comunitaria? *Chasqui. Revista*

- Latinoamericana de Comunicación*, 47, 57-59.
- Melkote, S. y Steeves, H.L. (2001). *Comunicación para el desarrollo en el Tercer Mundo: teoría y práctica para el empoderamiento*. Nueva Delhi: SAGE.
- Merino, M. (1996). La participación ciudadana en la democracia. *Revista Mexicana de Sociología*, 58(4), 177-181.
- Morris, N. (2002). *A comparative analysis of the diffusion and participatory models in development communication*. USA: Temple University.
- Moscoso, V. Y Ávila, C. (2017). Radios universitarias como medios comunitarios: parámetros para un modelo convergente. V. Barragán; I. Terceros (coords.). *Rádios, redes e internet para la transformación social* (pp. 49-71). Quito: CIESPAL.
- Ramonet, I. (2003). *La tiranía de la comunicación*. Barcelona: Debate-Random House Mondadori.
- Sáez, Ch. (2008). *Tercer sector de la comunicación. Teoría y praxis de la televisión alternativa* (Tesis de doctorado). Universitat Autònoma de Barcelona, España.
- Servaes, J. (1999). *One world multiple cultures; a new paradigm on communication for development*. Valencia: Ed. Academic Publishing Company.
- Tierno, E. (1973). *Conocimiento y ciencias sociales*. Madrid: Tecnos.
- Tohá, J.J. (2006). *Educación, comunicación para el desarrollo y gestión de conocimiento: estudios de caso de los modelos de Sociedad de la Información de Finlandia e Irlanda* (Tesis doctoral), Universidad Autònoma de Barcelona.
- Vigil, J.I. (1997). *Manual Urgente para Radialistas Apasionados*. Quito: Silva.

- Vinelli, N. (2014). *La televisión desde abajo: historia, alternatividad y periodismo de contrainformación*. Buenos Aires: Editorial El Río Suená.
- White, R. (2002). *Communication for development; an appraisal of current theory and research*. Roma: Universidad Gregoriana.