

65412

EL ROL DEL COMUNICADOR SOCIAL EN UN ESCENARIO COMUNITARIO (CASO PUERTO LEGUÍZAMO, PUTUMAYO)

Abstract

El presente trabajo tiene como fin exponer el rol de un comunicador social en un escenario comunitario a partir de la práctica educativa realizada por una estudiante de Comunicación Social de la Universidad de Manizales. Lo que se pretende mostrar a lo largo del presente trabajo es que las bases de la radio comunitaria están sustentadas en los conceptos de "alternativo" y "participativo".

Se entenderá que una de las metas de la radio comunitaria es buscar que la comunidad se apropie de las acciones, decisiones, proyectos y sea responsable de las decisiones en la planeación, ejecución, administración, supervisión y evaluación de las actividades y servicios en que se concretan los planes de desarrollo a nivel local; todo esto por vía de un medio como la radio. Así pues, el comunicador se convierte en un eje articulador que posibilita el consenso de la comunidad, que genera el diálogo comunicativo que es indispensable para la resolución de conflictos o simplemente dar información completa de los sucesos de interés colectivo para la cohesión de la comunidad. Por último se quiere dejar la posibilidad de una reflexión en la que se maneja de manera tácita que debido a ciertos aspectos sociopolíticos que establecen una pluralidad cultural como característica esencial de nuestro país, hace que sea necesario la creación de espacios bien enfocados en los que comunidades alejadas de los grandes centros urbanos estén en un continuo proceso de retroalimentación sin necesidad de alejarse del 'mundo exterior'.

Abstract

The present work has as end to expose the role of a social communicator in a common setting from the educational practice carried out by a student of Social Communication of the University of Manizales. What intends to show along the present work is that the bases of the common radio are supported in the concepts of "alternative" and "participatory".

It will be understood that one of the goals of the common radio is to seek that the community be appropriated of the actions, decisions, projects and be responsible for the decisions in the planning, execution, administration, supervision and evaluation of the activities and services in which the development plans are summarized at the local level; all this through a middle as the radio. Thus therefore, the communicator becomes an axis articulators that enables the consensus of the community, which generates the communicative dialogue that is indispensable for the resolution of conflicts or simply to give complete information of the events of collective interest for the cohesion of the community. Finally the possibility of a reflection wants to be left in which is handled in a tacit way that due to certain aspects socio politics that establish a cultural plurality as essential characteristic of our country, does that be necessary the creation of spaces well focused in which far away communities of the large cities be in a continuous process of retroalimentación without need to move away of the 'exterior world'.

**EL ROL DEL COMUNICADOR SOCIAL EN UN ESCENARIO COMUNITARIO
(CASO PUERTO LEGUÍZAMO, PUTUMAYO)**

JIMENA QUINTERO ARIAS

**UNIVERSIDAD DE MANIZALES
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO
MANIZALES**

2006

**EL ROL DEL COMUNICADOR SOCIAL EN UN ESCENARIO COMUNITARIO
(CASO PUERTO LEGUÍZAMO, PUTUMAYO)**

JIMENA QUINTERO ARIAS

**Monografía Para Optar al Título de
Comunicadora Social y Periodista**

**Tutora
Mariela Márquez
Comunicadora Social**

**UNIVERSIDAD DE MANIZALES
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO
MANIZALES**

2006

AGRADECIMIENTOS

La autora expresa sus agradecimientos a:

Primero agradecerle a Dios. A toda mi familia por su apoyo. A Monseñor **Francisco Javier Múnera Correa**, por su confianza y por haber permitido realizar mi práctica en esta zona del país.

A los **Padres Misioneros de la Consolata: Gaetano, Joaquín, Bruno y Eduardo**, por su esmero, dedicación y ganas de sacar a: **LEGUÍZAMO ESTÈREO, LA VOZ DE LA ESPERANZA 93.3 F.M**, adelante. A las Hermanas de la **Consolata** y la **Presentación**. Infinitas gracias a cada uno de los habitantes tanto del casco urbano como veredal de **PUERTO LEGUÍZAMO**, por su compromiso y entusiasmo con la emisora. A mi tutora Mariela Márquez, por creer en este proyecto. Y por último a mis amigas **Llamosa y Tamayo**, por su paciencia y valiosa amistad.

CONTENIDO

	Pág.
1. ANTECEDENTES	7
1.1 FACTUALES: HISTORIA DE LEGUÍZAMO ESTÉREO, LA VOZ DE LA ESPERANZA	7
1.2 ACADÉMICOS	9
2. PROPÓSITO DEL ESTUDIO	11
2.1 OBJETIVO GENERAL	11
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	11
3. JUSTIFICACIÓN	12
4. PREGUNTAS DE ESTUDIO	15
5. ESTRATEGIA METODOLÓGICA	16
6. MARCO CONCEPTUAL	20
6.1 ALTERNATIVO Y PARTICIPATIVO: DOS CONCEPTOS FUNDAMENTALES PARA EL DESEMPEÑO DEL COMUNICADOR SOCIAL, EN LA RADIO COMUNITARIA	20
6.2 LA RADIO COMUNITARIA HACIA UN CONCEPTO DE LO ALTERNATIVO	25
6.3 LA PARTICIPACIÓN	33
6.4 RADIO COMUNITARIA	41
6.4.1 ¿Qué es una radio comunitaria?	46
6.4.2 Radio comunitaria y legislación	51
6.5 LEGUÍZAMO ESTÉREO.	53
7. ANALISIS DE CONTEXTO	61
7.1. MAPA PUERTO LEGUÍZAMO	63
7.2 ASPECTO SOCIAL Y CULTURAL	64
7.3 COMUNIDADES INDÍGENAS	66
7.4 ALGUNAS PREGUNTAS DE REFLEXIÓN	69
8. MANUAL DE UN COMUNICADOR SOCIAL, EN UNA EXPERIENCIA DE RADIO COMUNITARIA	71
8.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN Y EL MODELO:	

¿CÓMO Y HACIA DONDE VAMOS?	71
8.1.1 Analizar el medio y el fin.	71
8.1.2 Establecer el fin de la radio comunitaria	72
8.1.3 Identificar quiénes son y cómo son los públicos	74
8.1.4 Analizar detalladamente el público al que se dirige la programación	74
8.1.5 Indagar por las necesidades comunicativas o de expresión que aquejan a la comunidad	75
8.1.6 Interactuar con la comunidad	76
8.1.7 Ponerse en el lugar del otro	76
8.1.8 Hacer una radio con un verdadero sentido participativo	78
8.2 EL GIRO HACIA UNA VERDADERA RADIO COMUNITARIA: EL SEGUNDO NIVEL	79
8.2.1 Revalorar los conceptos para determinar la estructura y programación de la emisora.	79
8.2.2 Empatía e interacción	79
8.2.3 Mejorar los programas que estén focalizados en informar a la comunidad.	80
8.2.4 Generar confianza.	81
8.2.5 Retroalimentación	82
8.2.6 Lograr que la comunidad convalide la información.	83
8.2.7 Hacer una comunicación con sentido para la comunidad.	84
8.2.8 Lograr que la emisora con visión comunitaria se convierta en un amigo más.	84
8.2.9 El comunicador social comunitario promueve la cultura de participación activa.	85
8.3 LAS METAS QUE DEBEN SER SUPERADAS	86
9. CONCLUSIONES	87
10. ANEXO	89
10.1 VIDEO MULTIMEDIA	89
11. BIBLIOGRAFÍA	90

1. ANTECEDENTES

Los pueblos de la montaña y los alejados de las grandes urbes conforman una comunidad diversa y compleja tanto por su rica y larga tradición histórica y cultural, como por la diversidad de intereses que se han creado dentro y alrededor de la misma en los últimos años. De este modo, los valores comunitarios, las costumbres, la historia y las relaciones entre los distintos grupos se han diluido o desdibujado para dar paso a diversas formas de división, confrontación, competencia e incomunicación.

Buena parte de las dificultades para estimular la participación de la gente en diversos proyectos o problemas radica en que los espacios y los medios para el diálogo y la comunicación se han deteriorado, lo cual deviene en un debilitamiento de los lazos comunitarios, apatía, desinformación y desinterés por las necesidades de la comunidad.

De ahí la importancia de crear espacios o medios de comunicación que permitan abordar diferentes aspectos de la problemática que enfrentan los pueblos, así como para tender puentes de comunicación y conocimiento de las experiencias propias mediante la fomentación de la participación y la expresión de los miembros de la comunidad.

1.1 FACTUALES: HISTORIA DE LEGUÍZAMO ESTÉREO, LA VOZ DE LA ESPERANZA

En el año de 1.985 el Vicariato Apostólico de Florencia es desmembrado: una parte es elevado a Diócesis y de la otra nace el Vicariato Apostólico de San

Vicente del Caguán – Puerto Leguízamo, bajo la administración Apostólica de Monseñor José Luis Serna Alzate.

En octubre de 1.986 fue nombrado Monseñor **Luis Augusto Castro Quiroga** como primer Obispo del Vicariato Apostólico de San Vicente del Caguán – Puerto Leguízamo, quien tomo posesión de su cargo en diciembre del mismo año.

Preocupado por la difícil comunicación existente en todo el Vicariato, Monseñor Castro Quiroga, lideró la iniciativa de articular varias emisoras comunitarias: dos en el departamento del Caquetá, en los municipios de Cartagena del Chaira y San Vicente del Caguán, y una en el departamento del Putumayo, en el municipio de Puerto Leguízamo. Con los siguientes propósitos:

1. Crear un puente de comunicación entre la comunidad y la iglesia a través de la radio
2. Difundir temas de interés comunitario.

El 31 de marzo de 1.998, con resolución número 000833 es otorgada la licencia de concesión para prestación del Servicio Comunitario de Radiodifusión Sonora en Gestión Indirecta a la Parroquia Nuestra Señora del Carmen.

Gracias al esfuerzo coordinado entre Monseñor **Francisco Javier Múnera Correa**, los Misioneros de la Consolata Renzo Marcolongo y Peter Kariuki, la emisora salió al aire el 25 de agosto de 1.999 a las diez de la mañana con el nombre de *“Leguízamo Estéreo, La Voz de la Esperanza 93.3 F.M”*

Los primeros programas fueron: Por Caminos y Veredas, Buenos Días con Jesús, Noticias Radionet, Música Romántica, La Hora Vallenata, Música Variada, Que Suene la Radio, Ángelus, El Show de la Salsa, La Hora Joven, El Santo Rosario, Alternativa Juvenil, Construyendo la Región y el Bambero. Algunos de estos espacios aun se transmiten.

La emisora empieza su evolución y desarrollo tecnológico a partir del segundo semestre del año 2002 gracias al apoyo de los Padres Misioneros de la Consolata **Joaquín Humberto Pinzón** y **Gaetano Mazzoleni** quienes se preocuparon por mejorar con esmero y dedicación el buen funcionamiento y de este Medio de Comunicación. Además por llevar las ondas sonoras de los 93.3 F.M a las veredas mas alejas del municipio, con una buena programación.

Así empezó una ardua labor que aun no termina, innovando con nuevos programas: Diagnóstico: para la formación en salud, Un Paseo por la Historia, El Bachillerato por Radio, entre muchos otros, que ayudaran al fortalecimiento de la identidad cultural de este municipio Tridepartamental, Trifronterizo y Amazónico.

1.2 ACADÉMICOS

En la actualidad son pocos los Comunicadores Sociales (específicamente de la Universidad de Manizales) que han vislumbrado en estas poblaciones aisladas la posibilidad de explorarlas o brindarles sus servicios, desconociendo en gran medida el aporte profesional que se puede hacer en estos sectores para el desarrollo de su memoria.

Con respecto al material bibliográfico que pueda sustentar el presente trabajo, sólo se encontró “Una mirada a los espacios denominados de participación comunitaria en la radio comercial de Manizales” de los comunicadores Paola Betancur y Jhon Freddy Franco. En esta propuesta exponen la labor que desarrollan las emisoras comunitarias y los espacios de participación que generan. Otro texto hallado fue “Criterios para la participación social en el desarrollo local”, de las comunicadoras Alexandra Alzate y Luz Adriana González; quienes en su escrito plantean la necesidad de repensar la comunicación de forma consecuente

con los procesos sociales, indispensables para los cuestionamientos hacia la comunicación orientada al desarrollo y su viabilidad.

Lo anterior muestra que en la Facultad de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad de Manizales son mínimas las prácticas, los estudios y las investigaciones en los que la comunicación esté enfocada en la comunidad. En una consulta posterior por material bibliográfico fue recurrente en todos los textos que se refieren a la materia de radio comunitaria y comunicación participativa el estar desarrollados en forma de narración de experiencias. Es así como el presente trabajo, apoyándose en los datos teóricos aportados por las experiencias citadas en la bibliografía disponible, se desarrollará un modelo de cimentación de radio comunitaria a partir de la experiencia de una practicante de la facultad de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad de Manizales.

2. PROPÓSITO DEL ESTUDIO

2.1 OBJETIVO GENERAL

Sistematizar la experiencia de comunicación participativa de una practicante de Comunicación Social de la Universidad de Manizales en el municipio de Puerto Leguízamo (Putumayo) en que se evidencie el rol del comunicador en la cimentación de una radio comunitaria para la mediación del desarrollo y conservación de una comunidad.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Sistematizar la experiencia de comunicación participativa de Puerto Leguízamo con un carácter contextualizado y con rigor investigativo.
- Exponer herramientas de acción comunicativa eficaces para estimular los procesos de participación y organización que promueva el sentido de pertenencia comunitaria.
- Analizar la experiencia de comunicación participativa enfocada a la radio comunitaria como una posibilidad profesional para que los futuros comunicadores diluciden los aprendizajes que se logran al trabajar con una población alejada de la realidad cotidiana del comunicador.

3. JUSTIFICACIÓN

La comunicación participativa está referida a la posibilidad de intervención real en los procesos de una sociedad, sean estos culturales, económicos o políticos. Gracias a este modelo de comunicación se despliega en el ámbito de lo local el servicio de proyectos, planes, programas, para facilitar el diálogo interpersonal entre los diferentes actores comunitarios. Esto promueve resignificaciones populares culturales y estimula el sentido de pertenencia social frente a las estrategias tomadas y de esta manera asegurar su sostenibilidad.

Desde la academia se hace cada vez más necesario la sensibilización de los futuros comunicadores en formación con respecto al trabajo con la comunidad. Y esto se hace necesario al constatar en la práctica que pocas entidades tienen la posibilidad de tener en el campo a personas que posean los conocimientos y experiencia en comunicación participativa. El recurso al que se apela es al adionamiento de las tareas de comunicación y participación a la descripción del trabajo de cualquier profesional, sin tener realmente en cuenta su preparación académica o experiencia. Generalmente son personas con poca o ninguna experiencia de trabajo a nivel de la comunidad, tendiendo esto como resultado el que se les escape totalmente la dimensión cultural del desarrollo.

Es en este sentido como se propone recuperar la experiencia de un practicante de Comunicación Social para hacer un modelo escrito del rol del comunicador social en un escenario comunitario (caso de Puerto Leguízamo). Este trabajo pretende servir como fundamento para posteriores modelos de comunicación que fomente en los estudiantes de esta disciplina el gusto por el trabajo con la comunidad y descubran la posibilidad de un patrón diferente del concepto de “comunicación”. Ya no desde una visión eminentemente instrumentalista, como herramienta para obtener un determinado efecto o como medio para alcanzar un fin, sino que desde

esta profesión se considere la comunicación como una parte esencial de lo que nos determina como seres humanos.

El comunicador del presente milenio podrá entender con esta propuesta que la comunicación no sólo es un proceso mediático, sino, más bien, un proceso humano, de lo cual se infiere que los medios de información no son su único campo de interacción. Su compromiso está ligado con los proyectos micro y macro-sociales, procurando generar procesos educativos.

Esta perspectiva de la comunicación participativa empleada en la práctica en Puerto Leguísimo propone difundir aspectos humanos como el intercambio, el escuchar al otro, el lenguaje, las emociones, las relaciones interpersonales, los procesos grupales, la creatividad, la participación y el respeto por el otro frente al colectivo y a la individualidad.

Para la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Manizales este estudio representará una herramienta de consulta y un punto de referencia para futuros trabajos de comunicación participativa y radio comunitaria, áreas poco exploradas desde la academia y los estudiantes del programa. De igual manera significará un aporte de motivación para que futuros comunicadores se sientan animados a buscar diferentes opciones de práctica con la comunidad de sectores rurales, y no solamente en las grandes urbes, pues es preciso entender que la profesión de comunicador no se aplica a pequeños segmentos afortunados de la sociedad.

Este proyecto de grado se justifica por la importancia del periodismo comunitario y de desarrollo social y de la utilización de las herramientas y de medios de comunicación que facilitan el desarrollo de estrategias comunicativas que le den al ciudadano opciones de participación y el reconocimiento de sus pensamientos, creencias y valores en el entorno personal, y social en que se desenvuelve.

La importancia de la radio comunitaria y de la creación de espacios de formación y participación avanza en los países de América Latina para contrarrestar los grandes monopolios informativos y permitir que los ciudadanos anónimos tengan una mayor injerencia en los proyectos de formación de la comunidad, la ciudad y en general de las decisiones que deben tomar los Estados democráticos.

De ahí que la Constitución de 1.991 creó y otorgó al ciudadano herramientas vitales para fortalecer procesos como los de la radio comunitaria que hacen importante y justificable este trabajo de grado, desde la percepción de lo que debe ser la tarea del periodista o comunicador social con comunidades y de afianzar los procesos participativos y de comunicación de esas sociedades.

Tiene una mayor justificación cuando el proyecto de práctica se realizo en el municipio de Puerto Leguízamo, ubicado en el Putumayo, zona deprimida económicamente y de grandes problemas, sociales, políticos y económicos, además de la influencia del conflicto armado y el narcotráfico.

4. PREGUNTAS DE ESTUDIO

¿Cuál es el rol que debe cumplir un comunicador social para el ejercicio de la radio comunitaria?

¿Cuál es la naturaleza de la radio comunitaria y que posibles beneficios resultan de este modelo para una comunidad determinada?

¿Cómo se debe sistematizar una experiencia de Radio Comunitaria?

5. ESTRATEGIA METODOLÓGICA

Debido a las características de esta investigación y a la naturaleza del modelo que se pretende exponer, se empleará el procedimiento de la sistematización, con el cual se busca describir, ordenar y socializar la experiencia de práctica. Sistematizar se entenderá en este proyecto como la recuperación de la experiencia con un carácter contextual y con rigor empírico. De igual manera se entenderá como “registrar de manera ordenada una experiencia que deseamos compartir con los demás combinando el quehacer con su sustento teórico y con el énfasis en la identificación de los aprendizajes alcanzados en dicha experiencia” (Instituto Interamericano de Derechos Humanos)¹. Este procedimiento se constituye en práctica ordenadora de información, en reflexión que recupera la experiencia y convalida la teoría y en una práctica que genera información conceptual relevante para el conocimiento que atañe al Comunicador Social y pueda convertirse en un posible modelo de cimentación de la actividad comunicativa enfocada en una participación en la comunidad.

Algunos de los principales propósitos de la sistematización son:

- Recuperar crítica y reflexivamente las experiencias mediante el análisis de los procesos que la constituyen, la identificación de las necesidades y problemas; la formulación de propuestas de solución a partir de un orden lógico que explicita el proceso vivido y proporcione una interpretación crítica que de cuenta de ella.
- Fortalecer la visión y el accionar de las experiencias mediante propuestas retroalimentadoras que amplíen tanto su horizonte como la dinámica de su implementación.

¹ ALBOAN – Hegoa. La sistematización, una nueva mirada a nuestras prácticas. Instituto de Derechos Humanos Pedro Arrupe Bilbao, España, 2004. Citado en: COSUDE. Aprendiendo a sistematizar. Cargraphics S.A. Bogotá: 2004, p.11

- Servir de base para la creación de teoría sobre la práctica realizada a fin de fundamentarla y validarla.

La metodología que se manejó para llegar a la sistematización se desarrolla en tres momentos fundamentales. En primer lugar estuvo fundamentada en la recolección de información cimentada en la observación participativa desarrollada durante la práctica en Puerto Leguízamo; en segundo lugar se encuentra el análisis, complementación y profundización apoyada en documentación teórica y conceptual sobre radio comunitaria, mapas, documentos oficiales y no oficiales (ONGs) y video institucional de *La voz de la esperanza*. En un tercer momento se procederá a la socialización que se constituirá –en íntima relación con el primer momento- en resultado esquemático y conceptual de la presente propuesta.

En cuanto a la sistematización en sí misma, la estructura se desarrolla en tres instancias. En primer lugar se expondrán el marco conceptual en el que se desplegarán los conceptos fundamentales que sustentan el modelo que se pretende exponer, es decir, el de radio comunitaria. No obstante, debido a la naturaleza del mismo modelo es fundamental resaltar que en el material bibliográfico disponible para radio comunitaria y comunicación participativa es evidente que la fundamentación teórica está instaurada por la experiencia misma de la acción, es decir, la teoría está sustentada en la narración de experiencias efectivas. Así, se tiene que en el caso que nos ocupa –esto es, el presentar un modelo de la radio comunitaria- es mediante la experiencia que se convalida la teoría y no en sentido inverso. Es mediante la generación de la acción comunitaria que se ha desarrollado todo un discurso en la materia de comunicación y sociedad, y es por esta misma razón que en el presente estudio se trabajará en el mismo sentido: será la práctica la que deberá ratificar y hacer útil la teoría². Es,

² En este sentido debe entenderse que el discurso que se ha generado con respecto a la radio comunitaria es un modelo que en todo momento sugiere la implementación contextualizada de las sugerencias que se hacen desde este modelo; sin embargo, estas sugerencias están dirigidas a postular esquemas de acción, los cuales no son estáticos ni inmutables. Por el contrario a lo que

por consiguiente, que el marco conceptual adquirirá toda su validez para el lector al analizar éste concienzudamente la tercera parte en la que se contextualizan y determinan, en el cuadro de la experiencia en Puerto Leguísimo, los conceptos y objetivos fundamentales de la radio comunitaria.

En segundo lugar se hará un análisis de contexto en el que se analizarán aspectos de carácter social, cultural, político, geográfico y económico de Puerto Leguísimo. Por que toda experiencia surge y se desarrolla en un determinado contexto. Hay, por esto, una implicación entre ambos que es necesario explicitar. Por una parte, el contexto y los cambios que allí se producen influyen en la experiencia y, por otra, el proyecto o la experiencia pueden influir en el contexto. En consecuencia, “en el análisis es necesario tener en cuenta: el impacto de la situación económica, política, cultural, en la vida de las personas y las comunidades con las cuales se desarrolla la experiencia y el contexto específico del área de trabajo; ejemplo: salud, educación. Los cambios en las políticas, los desarrollos conceptuales pertinentes. El contexto institucional; el momento que vive la institución que realiza el proyecto, sus objetivos, campos de acción, contradicciones, potencialidades y limitaciones.”³

Ahora bien, como elemento que produce saber, la sistematización se enfrenta a un proceso de recuperación y reflexión crítica de las prácticas para desarrollar un conocimiento singular a la experiencia, que permita comprender sus progresos, mediaciones y factores condicionantes. La sistematización produce un nuevo conocimiento, un primer nivel de conceptualización a partir de la lectura de la práctica concreta que a la vez posibilita su comprensión apuntando a trascender el conocimiento. Es así como en último lugar, y mucho más importante, se hará una

se apunta es a que cada comunidad se apropie del sentido y la forma en que la radio debe mediar en su cotidianidad. Así pues, aunque el modelo teórico de radio comunitaria es un modelo que ha sido desarrollado durante más de veinte años, es un modelo que debe estar siendo actualizado (contextualizado) mediante la práctica. Cada nuevo ejemplo es un elemento más para alimentar el modelo.

³ Ibíd., p.32

socialización de la experiencia en forma de reconstrucción histórica en la que se expondrán a través de núcleos temáticos la categorización, análisis e interpretación de la información del marco conceptual todo esto en íntima relación con el relato de la experiencia, esto para mostrar de manera sintética el procesamiento de la información y la reconstrucción analítica del proceso.

El tipo de sistematización que se utilizara será la historiográfica, en el sentido de retomar la experiencia de la práctica en Puerto Leguízamo. Éste modelo de sistematización es el que mejor se acomoda al proyecto y que mayores réditos aporta para su posterior estudio.

Los instrumentos de los que se hará uso están determinados directamente por cada una de las fases del proceso de sistematización. Así, en primer lugar se hará uso de material bibliográfico que aborde el papel participativo y comunitario de la radio en general, así como de algunos elementos de la legislación colombiana que conciernen a nuestro estudio. Igualmente se hará uso de información de carácter económico, social, histórico, político y, en fin, todas aquellas fuentes como mapas, y cuanto informe sea relevante para la contextualización de la práctica en Puerto Leguízamo. En tercer lugar se hará uso de cronologías históricas y el esbozo de un perfil histórico de la emisora La voz de la esperanza, esto apoyándose en el diario de campo realizado por la practicante; de igual manera se hará la exposición de los resultados obtenidos mediante la contratación de la programación de la emisora antes y después de la realización de la práctica educativa, así como de videos institucionales en los que se muestran algunos de los logros alcanzados.

6. MARCO CONCEPTUAL O TEORICO

6.1 ALTERNATIVO Y PARTICIPATIVO: DOS CONCEPTOS FUNDAMENTALES PARA EL DESEMPEÑO DEL COMUNICADOR SOCIAL EN LA RADIO COMUNITARIA

Uno de los objetivos que se pretende cumplir en el presente trabajo es el mostrar el rol del comunicador social en un escenario comunitario para lo cual es preciso establecer que el mismo está fundamentado en una posición de comunicación participativa aplicada al contexto rural, en específico al caso de Puerto Leguizamo. Se parte, de una perspectiva en la que se considera la comunicación como una actividad humana fundamental a través de la cual se hace posible reafirmar los valores de una comunidad.

Es de suma importancia tener claro que la comunicación en relación con la cultura en el siglo XXI ha adquirido especial importancia debido a una necesidad creciente por entender los cambios que la sociedad experimenta. Sin embargo, el poder busca los rastros comunicativos en todos los objetos o incorpora la comunicación en ellos, para analizarlos y servirse de estos, para sus intereses económicos o políticos.

Son los ciudadanos quienes en el ámbito general en el que se depositan los mensajes de los distintos medios: Medios de comunicación masiva, grupales, interpersonales, lugares de encuentros masivos dispuestos para los eventos culturales. Sin embargo en el caso de los medios de comunicación masiva, como es el caso de la radio llegan a espacios más específicos como el hogar, es desde esta perspectiva fundamental desde la cual el comunicador social debe edificar su profesión.

Por el momento se tiene claro que la información está disponible para el comunicador y el receptor, pero es labor del comunicador hacer que ella llegue de forma clara y veraz al receptor. Para esta labor es preciso saber que el público receptor es el centro de atención, es el eje fundamental hacia el cual debe estar enfocado el quehacer comunicativo. Por esta misma razón que un deber del comunicador es saber llegar a su público y una de las mejores formas para lograr este objetivo es mediante el conocimiento completo del público -lo que quiere oír o saber- lo que se puede lograr mediante la empatía y la interacción. Por empatía se entenderá el hecho de ponerse en el lugar del otro, en este caso, en la situación en la que se encuentra la comunidad a la que pertenece el comunicador. Es preciso que el comunicador conozca al otro, que entienda cómo es el ciudadano y su entorno. La interacción, de otro lado, se entenderá en el proceso comunicativo en el sentido en que cada una de los participantes tiene similares capacidades para ser activo en la sociedad que integra. Se requiere establecer relaciones entre los ciudadanos, hacerlos partícipes de la democracia en sus deberes y derechos. Lo que se pretende lograr con la empatía y la interacción es que la comunidad pueda reconocerse en los medios de comunicación y participar en ellos. Es pues este, en términos escuetos, la meta que propone la practicante en el presente trabajo: resaltar no solo la importancia, sino igualmente la necesidad de enfocar la profesión del Comunicador Social con un acertado sentido comunitario.

Al reconocer el carácter participativo de la comunicación se puede entrever que a través de los medios de comunicación, específicamente la radio, que las personas están en capacidad de descubrir, de comprender su realidad, de abrir caminos creativos para transformarla y actuar colectivamente para lograrlo. Parte importante del conocer al otro es aceptar la diversidad. Sin embargo, cada uno de los individuos que participan de ese conjunto es un ser que tiene gustos diferentes a otros individuos de la misma colectividad, que tiene actitudes y estilos diferentes. Es de este modo como el Comunicador Social debe ser consciente de esos

elementos de los que está constituida la comunidad. Es una labor permanente el estudiar esas características con el fin de diseñar los productos que satisfagan sus sentidos, para analizar la incidencia de la comunicación, las identidades, conductas o comportamientos que se modifican, los imaginarios que construyen.

El caso de Puerto Leguízamo es un caso bastante singular en primer lugar por diversidad de culturas que residen en dicha área geográfica; diversidad que supone un esfuerzo mayor por parte del Comunicador para diseñar una radio -en este caso específico, que represente a todos los integrantes de la comunidad-. Aunado a esto se suma el conflicto armado que sufre el país y que es mucho más severo en estos territorios apartados. Es precisamente por este tipo de circunstancias que no se puede dejar perder del horizonte del Comunicador que *la comunicación es la esencia de la vida humana*, ella se inscribe en todo cuanto hace el hombre, obedece a intencionalidades guardadas en su inconsciente y que por consiguiente es preciso identificar la mayor cantidad de rasgos idiosincrásicos de los integrantes de la comunidad para lograr la empatía base de la comunicación.

Es por ésta razón que la acción de comunicar en tanto enfocada a la población debe ser realizada sustentándose en los rasgos distintivos de la comunidad, es decir, hacer que la información sea realmente interesante para el receptor, esto es, que sea cercana. En el caso de una emisora comunitaria se debe hacer hincapié en que la información sea completamente relevante para la mayoría, sino toda, la población. El público necesita estímulos solucionar los problemas que le afectan y además conocer nuevas experiencias que le ayuden a mejorar sus condiciones de vida.

De esta manera se procura generar espacios en los que el público se interese por los problemas de su comunidad, exprese sus propias opiniones y plantee posibles soluciones. El Comunicador Social se convierte en un eje articulador que posibilita

el consenso de la comunidad, que genera el diálogo comunicativo que es indispensable para la resolución de conflictos o simplemente dar información completa de los sucesos de interés colectivo. El mayor de los errores que se encontraron en la emisora de Puerto Leguízamo, Leguízamo Estéreo, era que no estaba realmente interesada en compenetrarse con la comunidad sino solamente en ser escuchada, en ser un medio que comunicaba o mejor, transmitía desde una perspectiva que no se ocupaba a fondo por sus oyentes. Es claro, según lo que se ha reseñado hasta el momento, que uno de los principales objetivos debe ser la posibilidad de generar corrientes de opinión alrededor de los asuntos públicos importantes para el presente y futuro de la población, esto mediante la exposición de temas concretos referentes al interés de toda la comunidad. No obstante, en la praxis normalmente se habla de un concepto de participación referido al hacer, en cuanto que la comunidad participa haciendo cosas. Lo que nos muestra un papel instrumental de la participación que motiva y facilita la movilización de la comunidad en torno a decisiones en las que no necesariamente ha participado.

Una de las metas del Comunicador social en el ámbito de la radio comunitaria es, en consecuencia, buscar que la comunidad se apropie de las acciones, decisiones, proyectos y sea responsable de las decisiones en la planeación, ejecución, administración, supervisión y evaluación de las actividades y servicios en que se concretan los planes de desarrollo a nivel local, el manejo de recursos y dineros públicos.

De otro lado, si lo comunicativo representa la oportunidad de recuperar el espacio público para que los ciudadanos participen en las decisiones que los afectan, los medios comunitarios son el primer paso. La participación no consiste sólo en unos mecanismos para que la gente participe en la toma de decisiones; la participación es una manera de vivir, y por lo tanto se aprende ejerciéndola. Es por esto que Ana Lucía González Paz, en su monografía de grado, titulada “ *La Radio*

Comunitaria: El camino hacia una democracia participativa”, postula que son cuatro los desafíos inmediatos que tiene la participación social en Colombia:

- La descentralización real de las estructuras y mecanismos del Estado, para la definición de objetivos y toma de decisiones.
- El fortalecimiento de las oportunidades para el surgimiento de las organizaciones comunitarias desde la base, ya que los grupos sociales organizados disponen de mayores medios materiales, organizacionales y de información.
- La creación de múltiples instancias de intervención en la planificación, tanto en las organizaciones comunitarias como en el gobierno local, permitiendo la participación, asumiendo un carácter dinámico y no meramente formal.
- La capacitación de miembros de la comunidad, acerca de los métodos y procesos de identificación de problemas, análisis y programación de tipo comunitario.

Cuando se brinda a las comunidades la posibilidad de establecer su propio sistema de comunicación horizontal, los mensajes se ven vestidos de realidad. Son mensajes expresados en su propio lenguaje y desde su propio punto de vista. Y este es el primer paso para una comunidad participativa, que se comienza a conocer a sí misma y su posición en el entorno. Uno de logros importantes (durante la practica) a este respecto fue el poder aumentar el número de horas en la programación de emisiones de carácter participativo y de opinión; así como la creación de un espacio de información regional que se centraba en las noticias de Puerto Leguízamo y no en noticias de índole nacional, como ocurría anteriormente.

Para iniciar un enfoque directo en el tema, en primer lugar se abordará lo que se entiende por alternativo y por participación, esto con el fin de seguir la ruta que muestre el por qué de una radio comunitaria, el sentido y la necesidad de que el

Comunicador Social se da a la tarea de crear espacios en los medios en los que la comunidad se sienta representada y convalidada.

6.2 LA RADIO COMUNITARIA HACIA UN CONCEPTO DE LO ALTERNATIVO

El concepto de alternativo tiene sus antecedentes en la nueva izquierda que surgió en la década de los sesenta tras las múltiples frustraciones sufridas en el ámbito político se planteó la alternativa de alcanzar el poder a través de mecanismos diferentes a los que estaban establecidos. Con respecto al término alternativo aplicado a la comunicación los autores Rodríguez y Sánchez afirman que “tiene sus antecedentes en mayo de 1968 con toda la reacción estudiantil en contra del informacionismo y el énfasis en la vuelta a orígenes, explicitado mediante la producción de materiales de divulgación y propaganda a través de medios alternativos como el graffiti, la pancarta, etc”⁴ Podemos ver que el término alternativo hace referencia a posibilidades de acción diferentes a las que están radicadas en el común de nuestro diario quehacer, lo alternativo es el camino que se construye como opción a una vía que puede estar llena de obstáculos.

Lo alternativo en comunicación apunta a proponer opciones entre disyuntivas de diferente tipo, se trataría de lo tendiente a ser algo distinto de lo común, a lo que se diferencia del sistema oficial. Sin embargo, “por su mismo sustento práctico lo alternativo está muy ligado a la situación y el momento en particular en que se desenvuelve”⁵. Es decir, para ver una opción como alternativa, ésta parte de unos presupuestos que son configurados por una comunidad específica, por su cultura, tradición y modelo político. Esto implica que lo alternativo para una comunidad determinada en un momento histórico determinado puede ser o bien conservador, o incluso tal vez contrario y hasta reaccionario para otra determinada comunidad. Es por eso que se debe tener en claro que cualquier modelo alternativo, comunicativo o no, no puede presentarse como un modelo universal. Es de suma

⁴ RODRIGUEZ CAPORELLI, Enrique y SANCHEZ, José. Medios alternativos y procesos de participación. Facultad de Ciencias Humanas y Sociales de UNISA: Bogotá, 1995. p.6.

⁵ Ibíd. p.8

importancia tener presente esto, y era algo que en Leguízamo Estéreo, “la voz de la esperanza”, difícilmente se realizaba.

Ahora bien, aunque se puede enfocar el presente tema desde diferentes perspectivas, lo cierto es que lo alternativo en la comunicación, según los autores Rodríguez y Sánchez se ha desenvuelto al interior del tradicional modelo emisor-medio-mensaje-receptor. Es por eso que los citados autores proponen tres formas de considerar lo alternativo.

En primer lugar tenemos que lo alternativo respecto al emisor tiene una base ideológica apoyada en el pensamiento de izquierda a partir de la revolución rusa de 1917. “La idea se sustentaba en que, con el cambio de la propiedad de los medios capitalistas, al servicio de unos pocos, por unos medios socialistas al servicio de la colectividad, dicha inversión de inmediato colocaría los ‘nuevos medios’ como alternativos.”⁶ En esta concepción la toma del poder de los medios de comunicación suponía una estrategia para el establecimiento de una nueva sociedad. El énfasis en el emisor supone una postura en la que quien produce el mensaje ocupa un lugar secundario y dependiente de la política gobernante y está supeditado a lo que el mismo gobierno le indique, al ciudadano una mayor participación en el proceso.

Una segunda aproximación tiene sus fundamentos en la teoría gramsciana de que el poder es múltiple y disperso, así lo que se entiende es que no es preciso hacer un ataque frontal a los detentadores del poder, sino penetrar paulatinamente en sus dominios, ganar poco a poco posiciones. De esta manera en comunicación la lucha por el poder se da como “un proceso de inserción y penetración física e ideológica, por parte de los militantes y de sus propuestas en las diferentes instancias que constituyen el aparato comunicativo social, los medios masivos, los

⁶ *Ibíd.*, p. 9

organismos de control y toma de decisión de los mismos, etc. La acción responde a una táctica 'ganar espacios de libertad'." ⁷

Una propuesta de carácter netamente izquierdista denominada 'la inversión del signo' es otro acercamiento alternativo enfocado al emisor. La base conceptual de esta aproximación sostenía que cambiando los contenidos de los mensajes, sin alterar sus formas, se podían producir mensajes nuevos y alternativos respecto a los producidos por los medios dominantes. En este supuesto se pensaba que la forma y el contenido de un producto comunicativo eran dos aspectos separados. Sin embargo, "al producir mensajes aparentemente novedosos y progresistas en su contenido pero con la misma estructura y presentación de los mensajes tradicionales, el público al que iba dirigido, no varió sustancialmente su comportamiento."⁸ Tenemos pues que invertir el signo no genera nuevas lecturas, sino que, por el contrario, refuerza el sistema de valores existentes. De esta manera aunque sea planteado como mecanismo alternativo, al final de cuentas se termina convirtiendo en una herramienta de arraigo de lo tradicional.

Una cuarta postura frente al énfasis sobre el emisor se basa en el supuesto que los medios de comunicación en el sistema capitalista falsean y ocultan la información, y debido a esto es preciso que se sean develadas las intenciones parcializadas y oscuras que ocultan quienes tienen el poder. Esta aproximación es conocida como la contra-información, la cual pretende develar las 'mentiras' que los medios de masas transmiten, aportando a la opinión pública la versión 'verdadera' de los acontecimientos.

El último enfoque hace referencia a la implementación de nuevos modos de producción comunicativa. "el enfoque que ha caracterizado este tipo de planteamiento se centra en encontrar nuevas formas de organización y un sentido

⁷ Ibíd. p.10

⁸ Ibíd. p.11

distinto de la división del trabajo al interior de la producción comunicativa, partiendo del supuesto de que es perfectamente compatible una visión alternativa con la existencia de aparatos de difusión masiva capitalistas, y que el cambio se pueda gestar con la creación de sistemas organizados alternativos al interior de los mismos medios.”⁹ En este enfoque la posición típicamente de izquierda no pretende invertir los valores al dirigir directamente el contenido del mensaje, ni cambiar en contenido manteniendo la forma (inversión del signo). Lo que se pretende desde este enfoque es cambiar el modelo organizacional de los medios comunicativos, haciéndolos de alguna manera más participativos.

En la radio comercial se puede observar que todos estos modelos alternativos de comunicación enfocados al emisor tienen una dirección unívoca en la que el emisor-comunicador se convierte en un portavoz de la ‘verdad’. Aunque todas estas perspectivas fueron planteadas como modelos alternativos, es obvio que desencadenaron en modelos estrictos que pugnaban por lograr lo que el modelo capitalista había logrado: ser la voz que dicta el camino. En este tipo de modelos el comunicador está inserto en un gran engranaje que no le permite interactuar con los receptores; el mensaje es unidireccional y no espera respuestas más allá de los niveles de audiencia. El comunicador social debe tener claro cuál es su propia meta y definir el modelo comunicativo que quiere sostener.

Los anteriores modelos en sus últimas consecuencias estaban apuntando por convertirse en soluciones contestatarias que no propugnaban tanto por la participación como si por el proselitismo. Al hacer un alto reflexivo y enfocarse en el propósito del presente trabajo, se hace obvio que estos modelos comerciales y no alternativos enfocados al emisor riñen con la propuesta de radio comunitaria que se pretende defender. Y esto debido a lo mencionado anteriormente con respecto a la importancia del receptor en proceso comunicativo que se plantea en

⁹ Ibíd. p.13

un modelo de comunicación comunitaria y participativa, según esta establecido en la Constitución de 1991.

Aunque si bien no se podría afirmar que la emisora Leguízamo Estéreo nació propiamente como un medio alternativo de comunicación, su objetivo social implica tácitamente que lo alternativo debe ser un elemento constitutivo del modelo de radio que se pretende: una radio con sentido comunitario. Y se afirma esto en el sentido en que la visión de radio comercial que se tiene en Colombia se reduce al modelo comunicativo en el que privilegia al locutor (el cual visto desde la perspectiva de la radio comunitaria puede ser entendido como un modelo excluyente), una radio que no está configurada por y para los presupuestos culturales y sociales de la comunidad a la cual está dirigida.

Pasando a un segundo enfoque alternativo que se centra sobre los medios, se plantea que éste enfoque se sitúa al interior de los debates sobre las tecnologías de comunicación, sus efectos y alcances a nivel social, político y cultural. Se parte pues de una nueva premisa en la que se da una mayor relevancia del medio sobre los demás elementos del proceso comunicativo. Aunque es una perspectiva que al parecer está menos parcializada que la anterior, es claro que tiene implicaciones que no estarían en total acuerdo con la perspectiva participativa-comunitaria a la cual se pretende llegar. Así, uno de las desventajas que plantean Rodríguez y Sánchez es que “desde este punto de vista, no es muy lejana la relación que se puede establecer entre los presupuestos McLuhianos de ‘el medio es el mensaje’ y la actitud asumida por muchos promotores de emisoras, videos y televisiones comunitarias, que se auto-proclaman alternativas, fundamentados sólo en la independencia de los propietarios, sin tener en cuenta el contenido, formas y relaciones de producción que se establecen y sobre todo, los resultados del trabajo que se obtienen.”¹⁰. En esta perspectiva muchos confunden independencia con alternatividad. El concepto de “alternativo” es mal interpretado

¹⁰ Ibíd.

en un sentido mercantilista de uso de los medios de comunicación. Esta segunda aproximación que se plantea como enfoque alternativo está igualmente lejos de la labor del comunicador social en el contexto comunitario. Pasemos ahora a ver un tercer enfoque.

Un tercer énfasis es el que da especial importancia al receptor, esta aproximación se sustenta en la idea de convertir al receptor en emisor y receptor participativo de sus propios mensajes. “este planteamiento se ha convertido en un principio que ha regido las acciones de las prácticas de comunicación alternativa de los grupos más críticos al sistema de comunicación vigente.”¹¹. Desde esta perspectiva el receptor es visto como elemento fundamental del proceso comunicativo. No obstante Rodríguez y Sánchez consideran que desde este enfoque se tiende a ver al receptor como un sujeto paciente y sufriente del fenómeno comunicativo que se da en un estado puro, y que, al este receptor víctima, tomar el poder de emitir se de la única esperanza que le queda a una comunicación alternativa. Al parecer los autores no ven de buena manera este enfoque y afirman que:

“Estas visiones ideales han contribuido más a confundir que a ayudar a comprender cuál es el rol desempeñado por el receptor al interior del proceso de comunicación masiva, pues dejan a un lado la verdadera dimensión de la relación emisor-receptor-mensaje en la que la coparticipación del receptor en todas las instancias del proceso, dada en particular por los usos que hace de los contenidos que el medio le propone es fundamental para comprender el fenómeno, visión que se pierde al incorporar la de un receptor pasivo y paciente, objeto del emisor.”¹² Caso radio comercial.

¹¹ Ibíd. p.16

¹² Ibíd.

Al parecer el énfasis en el receptor ubica a éste en un punto de víctima que quiere (o hasta quizás debe) ser redimida por vía de los medios de comunicación. Esta forma de idealizar al receptor termina en una visión similar a la del primer enfoque, esto en cuanto que se interpreta lo alternativo en función de ser contestatario: el receptor-víctima que ve como única alternativa la subvertir el esquema emisor-mensaje-receptor. Pero esta es una visión un poco exagerada. Si se toma este enfoque en un sentido débil, se podrá ver que al dar importancia al receptor se tendrá un elemento alternativo en el proceso comunicativo.

Lo alternativo desde el punto de vista general implica, pues, el hecho de forjar una visión lo suficientemente amplia en la que la comunicación comunitaria (entendida en un primer momento bajo el esquema simple de emisor-mensaje-receptor) sea entendida como una alternativa real y pragmática para la convivencia y el desarrollo de las comunidades. En este proceso comunicativo el receptor tiene especial valor en el sentido de que es él quien hace relevante el sentido de la comunicación. De este modo tenemos que “para que haya comunicación es necesario que haya retroalimentación. Es decir, que los participantes de la comunicación sean receptores y emisores de información para que puedan transformarla. Cuando la información circula en un solo sentido, sin producir o recibir respuesta del receptor, no hay comunicación.”¹³ Desde la perspectiva del comunicador social lo alternativo implica el esmero por hacer que se de una comunicación en la que el receptor no sea pasivo sino que se sienta parte del proceso de comunicación, y que desde la praxis profesional del primero, el segundo pueda enriquecer su convivencia.

Para la construcción de lo alternativo con respecto a la comunicación es importante que la comunidad pueda identificarse realmente con el medio de comunicación como un medio de expresión y participación. Es de vital importancia que el emisor que realice esta función con un sentido eminentemente comunitario

¹³ PROYECTO DIFD-COLOMBIA. Si, te escucho. Bogotá D.C.: Cimaz. p.64

pueda lograr que la comunidad vea los medios de comunicación como una alternativa que beneficia y hace parte de todos, esto en el sentido en que facilita la circulación de la información interna de la comunidad.

Éste último aspecto mostró resultados positivos durante la practica, puesto que la comunidad se hizo escuchar y participó en los diferentes programas de opinión no sólo para opinar o controvertir, sino para fortalecer los lazos comunitarios. Para lograr esto fue preciso hacer un análisis detallado del público al que estaba dirigido la programación y encontrar los espacios apropiados para determinados segmentos de público. Es un error craso el suponer que tipo de programación será la adecuada o tal vez pensar que es apropiado esto o aquello para la comunidad.

Lo anterior resalta aun más en el caso de Puerto Leguízamo, dado que no son iguales las necesidades comunicativas de los colonos que las de los indígenas, ni las de los niños o adolescentes que las de los adultos. Al momento de iniciar la practica al analizar la programación de la emisora fue claro la existencia de ciertos programas que tenían un contenido con cierta familiaridad con el concepto de “comunitario”; sin embargo, el esquema de los programas que manejaba la emisora estaba fundamentado en un concepto de comunicación como acto de informar, transmitir, emitir; y no como un diálogo o intercambio¹⁴

Por lo pronto y a manera de síntesis introductoria concordamos con lo afirmado por Rodríguez y Sánchez con respecto a lo alternativo: “Lo alternativo es pues una búsqueda, que se elabora y reelabora constantemente, adecuándose a las

¹⁴ A este respecto véase: KAPLUN, Mario. El comunicador Popular. pp.64-71 Este autor expone que a lo largo del tiempo han coexistido dos formas de entender el término comunicación:

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

La más antigua de las acepciones es la segunda, sin embargo, esta significación se fue oscureciendo por la influencia de los medios de comunicación y la primera significación se hizo más popular gracias a los más medios.

necesidades y expectativas de quienes lo promueven, pero sobre todo lo alternativo es *posibilidades* de generar espacios comunicativos, más humanos, más justos, más democráticos.”¹⁵

Además se debe tener claro que en la propuesta alternativa de la comunicación el comunicador social no debe entender tal propuesta en el sentido en que se refiere únicamente bien sea al emisor, al receptor, o bien, al medio de transmisión; sino que se debe tener especial lucidez en cada uno de los momentos de la acción comunicativa para que en realidad tenga un talante alternativo.

6.3 LA PARTICIPACIÓN

Se ha dilucidado hasta el momento cómo lo alternativo, en tanto perspectiva de acción; es una vía de acceso, o mejor, un potencializador de una posición distinta para la generación de un tipo diferente de radio: una radio realmente comunitaria. Ahora bien, el hecho de que el comunicador pueda plantear alternativas no es suficiente para la acción completa, es preciso que se genere un elemento en especial: la participación.

La participación será entendida como la posibilidad de intervención real en los procesos de una sociedad, bien sean estos procesos de carácter económico, cultural o político. La participación es “la forma en que todos nos asumimos como miembros de una organización social, cómo somos protagonistas en los procesos que se desarrollan en ella y el nivel de apropiación que hacemos de los intereses que ella persigue como propios.”¹⁶

Sin embargo, el campo desde el cual se entiende directamente la participación es el campo político. Es así como Rodríguez y Sánchez afirman que “en el debate político actual la participación gira en torno a la democracia como sistema que

¹⁵ RODRÍGUEZ y SANCHEZ. Op. Cit., p.18

¹⁶ Si, te escucho, p.14

posibilita ejercitar el derecho a participar en los distintos procesos sociales.”¹⁷ Los citados autores parecen crear una identidad entre democracia y participación; sin embargo, es preciso tener muy claro que la participación es un elemento que hace posible la democracia, pero también es la democracia la que hace posible la participación. En otras palabras, debe observarse que en el proceso participación-democracia, ambos elementos se retroalimentan entre sí. Es gracias a la posibilidad participativa que ofrece la democracia que ésta, a su vez, se sostiene como sistema político eficiente. Se entenderá, pues, lo democrático en un sentido amplio como la posibilidad de cada ciudadano de participar en el sostenimiento y progreso de su comunidad.

Para Rodríguez y Sánchez, el eje a partir del cual se orienta la democracia es la racionalidad en un sentido kantiano y ésta, se da a partir de 3 principios: *a)* pensar por sí mismo, *b)* pensar en lugar del otro, y *c)* ser consecuente. Pensar por uno mismo implica ser capaz de argumentar y demostrar lo que uno piensa a otro que igual razona y argumenta. Pensar en lugar del otro se refiere a que el otro puede aportarnos algo, que debemos escuchar su punto de vista y comprender que el nuestro no es el único punto de vista. Ser consecuente implica tener la capacidad de ir más allá de la propia terquedad, del auto-convencimiento, ser capaz mediante la aceptación de los errores y aciertos propios, de la ayuda que el otro puede brindar, de ser consecuentes con lo que se busca, con lo que se desea construir; puesto que el individuo hace parte de un entorno cultural del cual no se puede separar y como parte integrante queda inmerso en un mundo de representaciones colectivas que debe aceptar. Este mundo de símbolos y juegos del lenguaje implica una “herencia acumulada y compartida cotidianamente en la convivencia. Verse reflejado en el ‘otro’ implica también ‘entender, como yo entiendo’, ‘sentir,

¹⁷ RODRIGUEZ y SANCHEZ. p.18

como yo siento', 'hablar, como yo hablo', porque al fin y al cabo hemos construido conjuntamente nuestra realidad y nuestras estructuras de sentido."¹⁸

En este orden de ideas se entiende que la participación es una tarea individual que se realiza con una visión comunitaria. Y entendida de esta manera, la cultura es un hecho social que se construye a través de la democracia, de la participación. Sin embargo, la producción de cultura ha sido abandonada por el mismo pueblo. Una de las posibles causas de este abandono se atribuye al desinterés del estado hacia los aspectos culturales de las diversas comunidades del país. Sin embargo, otra causa más inmediata es la falta de apropiación del mismo pueblo de *su cultura*. La apropiación de las raíces culturales se logra mediante la vinculación de las nuevas generaciones a los hechos culturales de la comunidad, y es en este punto precisamente donde debe aparecer la participación.

Aunque bien es cierto que la participación debe verse como un acto voluntario, no es posible hacerse partícipe de los hechos culturales de una comunidad determinada si estos hechos han sido dejados a un lado para dar paso a otra serie de eventos sociales desligados de la identidad cultural de una comunidad. "La acción conjunta, la interrelación de los actores sociales al compartir vivencias, significados y modos de ver el mundo, crean en el individuo el sentido de pertenencia. Éste que es el fundamento y pilar de la socialización, da razón y sentido a la participación."¹⁹ Es así como es claro que la radio, en este caso Leguízamo Estéreo, debe constituirse en propagador de alternativas y de cultura, de ideas que representen a la comunidad, para que ésta se haga partícipe de su vivencia comunitaria. El Comunicador en este caso debe ser el catalizador que genere el sentido de pertenencia. Debe propender por abrir espacios en los que

¹⁸ MARTINEZ OJEDA, Betty. Una visión antropológica. Simbolismo sociocultural: fundamento de participación. En: CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS. Tenemos la palabra. Santa fe de Bogotá: Servi-impresos ,1997. p.18

¹⁹ *Ibíd.*, p.20

se interrelacionen los diferentes componentes de la comunidad para generar consenso y convivencia.

La participación es un proceso que es inducido, al cual se llega por elección ante una gama diferente de opciones. En las diferentes comunidades se está olvidando que la cultura en cuanto opción no es prescindible, es importante que dentro de la misma comunidad se den procesos participativos que generen movimientos culturales. Es de este modo que se empieza a relacionar la participación con la comunicación:

“La participación como proceso de comunicación supone el intercambio, la construcción conjunta y dialogada de acciones, de conocimientos, de cultura, de sociedad. Es por eso que se erige como el punto nodal, no único, es un momento de la democracia en la medida en que es el camino, el punto de llegada y de partida de todo intento de construcción de una sociedad más racional, más llena de posibilidades para los hombres y las mujeres que lo conforman.”²⁰

Se puede entender la comunicación como un proceso de participación y la participación como un proceso de comunicación. Se entiende que participar es comunicar en el sentido de intercambiar permanentemente ideas y conocimientos que clarifican e impulsan la toma de decisiones. El comunicador debe entender que la participación en un proceso de comunicación implica mirarla desde la posibilidad no sólo de expresarse, de emitir, sino de escuchar. Comunicación y participación entendidos como elementos inseparables y complementarios son la base de la democracia. La tendencia hacia una comunicación participativa suena un tanto redundante, sin embargo, debido a la mala interpretación de los conceptos que se han venido trabajando se olvida un hecho tan claro como que sin comunicación no hay posibilidad de participación.

²⁰ RODRIGUEZ y SANCHEZ, p.21

A este respecto se puede acotar que el modelo comunicativo de Leguizamo Estéreo, que suponía unas bases cimentadas en la preocupación social estaba demasiado alejado de hacerse partícipe de una realidad contextualizada. La idea de participación no era un elemento relevante para proyectar y mejorar la programación: “Así como un montón de ladrillos no hace una casa, tampoco una suma de programas, juntos y revueltos, forma una programación. No basta aglomerar programas en una parrilla. Hay que *organizarlos*.”²¹ La primera propuesta de la practicante fue hacer de la emisora una radio participativa que contara con la comunidad.

Queda claro que en el contexto comunicativo también es necesario que el comunicador social preste atención al segundo principio de la racionalidad antes citado; esto en la medida en que sólo mediante el diálogo con el otro es posible generar un verdadero proceso de comunicación. Es así como en el contexto de lo comunicativo “la participación es un elemento implícito del proceso de la comunicación, debido a que para poder comunicarse es necesaria la participación del otro, si se quiere propiciar el intercambio y el diálogo. En este sentido la participación podría decirse que equivale a comunicación, en cuanto participar sería comunicar, intercambiar con los otros ideas, sentimientos, deseos, etc”²²

La nota que debe tener presente en todo momento el comunicador es que *la participación es una condición necesaria en cualquier construcción democrática*. El salto que generó la constitución de 1991 al pasar de una democracia representativa a una democracia participativa propició un incremento en los espacios de acción que cada individuo tiene para jugar roles activos dentro de la promoción de su propia identidad cultural y política. Una sociedad participativa es aquella en la que se reconocen las diferencias y convergencias en las formas que

²¹ El comunicador popular. p.467

²² *Ibid.*, p.38

cada quien tiene de actuar, aun cuando sea en torno a un problema común. Es por lo mismo que la comunicación participativa encuentra su máxima expresión cuando el agente encargado de emitir los mensajes es capaz de encontrar los más profundos entramados del sentimiento colectivo, creencias, mitos, miedos, ideologías y expectativas. Comunicación participativa se da en el momento en que el comunicador social pueda lograr la conexión en las necesidades de visión de las ideas y hacer que los conceptos encuentren un medio adecuado. El giro a la democracia participativa hace que la participación sea entendida como el centro y bastión de la democracia, como el instrumento social de intervención y construcción del destino de la comunidad, por parte de cada uno de sus integrantes.

Durante la práctica gracias a la labor que realizaba el **Vicariato Apostólico de San Vicente del Caguán – Puerto Leguízamo**, con su fundación Cifisam fue posible acceder a diferentes partes de la comunidad. Se tuvo diálogo tanto con los colonos como con los indígenas. Una de las ventajas que se obtuvo fue que mediante el trabajo social del Vicariato se dio cobertura a gran parte de la comunidad, lo cual permitió conocer y comprender sus necesidades.

De otro lado, otra relación importante que se debe presentar es la que se da entre información y participación: “es un requisito indispensable en el ejercicio de la participación el mantenimiento de los niveles de información necesarios para que los miembros del grupo tengan suficientes elementos de juicio a la hora de participar. Ello garantiza la distribución de la responsabilidad y la asunción de los efectos o consecuencias de manera conjunta.”²³

El artículo 20 de la constitución política reza:

Se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios masivos de comunicación.

²³ Si, te escucho. p.16

Estos son libres y tienen responsabilidad social. Se garantiza el derecho a la rectificación en condiciones de equidad. No habrá censura.

En este artículo vemos que todos los colombianos tienen derecho a estar informados, pero esto no se circunscribe únicamente a la obligación de las instituciones estatales, privadas y comerciales para facilitar la circulación de la información -haciendo que esta sea pertinente para todos los ciudadanos. Sino que también implica que los ciudadanos en sus formas de organización más pequeñas merecen estar enterados de los asuntos que los atañen y que es un deber en el ejercicio de cualquier individuo con sentido comunitario (y mucho más en el caso del comunicador social) el propiciar y facilitar la circulación de la información que interese a la colectividad a la que pertenece.

Para ejemplificar un poco este punto se puede hacer referencia a Leguízamo Estéreo. Los contenidos noticiosos, no se referían directamente al acontecer de la comunidad oyente, esta información era demasiado general y en muchas ocasiones demasiado alejada del espacio físico, social y político que circunscribía la comunidad de Puerto Leguízamo. La programación estaba cargada de un amplio contenido religioso. Ningún espacio tenía identificación propia. Como se puede ver el modelo comunicativo no tenía realmente lo que se puede considerar como un sistema participativo de comunicación. Los programadores de “La voz de la esperanza” suponían lo que a los oyentes les agradaría escuchar, pero no solamente esto sino que también suponían lo que una emisora debía ofrecer en su programación. Arriba mencionamos que es de vital importancia que el comunicador conozca el público, pero es aun más importante que entienda que no se puede ver como un público pasivo, sino como un interlocutor. El Comunicador debe pasar al siguiente nivel de la comunicación: hacerla entre interlocutores. Esto se logra mediante la acción de ponerse en el lugar del que escucha y

comprendiendo que siempre que escuchamos a alguien queremos ofrecer una respuesta o dar una opinión; esto es lo que se entiende en el presente contexto como generar participación. La labor que realizaba el Vicariato facilitó el acceso a los diversos integrantes de la comunidad. Así se originó un diálogo tanto con los colonos como con los indígenas.

En su fuero interno el individuo en el momento en que está comunicando se está revalidando como miembro de un conjunto social. En el ejercicio de su derecho fundamental de comunicarse con los demás miembros de su comunidad está creando y convalidando un sentido de identidad cultural que enmarca, a su vez, un sentido local. Esto se aclara al retomar lo que se ha expuesto. En primer lugar se parte de un hecho constitutivo elemental de la sociedad como es la comunidad. Esta es entendida como un enfoque social dirigido hacia una praxis cotidiana que apunta hacia los intereses y necesidades de los propios grupos a los que pertenecen un conjunto de individuos. Estos individuos se consideran miembros de una comunidad determinada en la medida en que comparten visiones e ideales del mundo que los rodea. Los hechos, características, metas y tradiciones que los identifican se convierten en una identidad de carácter social y cultural que los enmarca en un espacio específico que está delimitado por esa identidad cultural. Por consiguiente, el emisor de un medio comunicativo con carácter comunitario debe apereberse de que el sentido de lo local está determinado por las convenciones sociales y culturales que caracterizan a una comunidad.

La comunicación -como lo sostiene Mario Kaplún, para que sea auténtica debe tener como metas el diálogo y la participación, esto es el eje sobre el cual debe girar un comunicador social cuya vocación esté enfocada en la radio comunitaria. Con lo que se ha expuesto hasta el momento se sientan los fundamentos que permiten entrever los aspectos más relevantes que debe tener en cuenta para su desempeño un comunicador social con una visión de radio comunitaria. Lo que se sostiene hasta el momento no es la aseveración de la cual se infiere la necesidad

de que todo medio de comunicación tenga que ser eminentemente comunitario. Lo que se pretende mostrar es que debido a ciertos aspectos sociopolíticos que establecen una pluralidad cultural como característica esencial de nuestro país, hace que sea necesario que cierto tipo de comunicadores con visión social trabajen por la creación de espacios bien enfocados en los que comunidades alejadas de los grandes centros urbanos estén en un continuo proceso de retroalimentación sin necesidad de alejarse del 'mundo exterior'.

6.4 RADIO COMUNITARIA

Desde que en 1907 Alexander Lee Forest descubrió las válvulas de electrodos que transformaron las modulaciones de sonido en señales eléctricas surgió la radio. En 1920 nace la primera emisora con servicio regular: la KDKA de Pittsburg, en 1921 la torre Eiffel era usada como antena de transmisión, y en 1922 se funda en Londres la BBC. La radio tiene un vertiginoso índice de crecimiento, se convierte en el nuevo modo de estar informado. La prensa pasa casi a un segundo lugar gracias a la innovación del transistor hacia 1948 que hizo que la radio se trasladara en un bolsillo o en una cartera: "la radio cambió de responsabilidades. Dejo de ser espectáculo familiar par ubicarse como *compañía individual*. (...) Y es que con el transistor, la radio se convirtió en fiel compañera de hombres y mujeres"²⁴. La radio ya no es solamente entendida como un simple medio de comunicación sino que pasa a convertirse así mismo en compañía, casi en un interlocutor. Pero no se piense que se queda estancada en una función pasiva, la radio en tanto medio masivo de comunicación adquiere un poder legitimador, esto debido a que, gracias a ella, quienes salen por la radio logran notoriedad, se les conoce públicamente, son valorados y reconocidos como importantes. Pero esto es ir más allá de lo que por el momento se quiere exponer.

²⁴ LÓPEZ VIGIL, José Ignacio. Manual urgente para radialistas apasionados. Quito: Silva, 1997. p.19

Al convertirse en un medio que tiene el poder de llegar a cualquier lugar, al transformarse en un medio en el que la información puede fluir casi ilimitadamente, la radio sufre una evolución que se podría entender como natural: pasa a ser un medio masivo de comunicación. Sin embargo, se debe pensar que dentro de la filosofía de los medios masivos de comunicación el pueblo (comunidad) no se entiende como productor o emisor de cultura, sino como receptor de una “cultura” (o de unos productos culturales) convertida en espectáculo. “Lo masivo comprenderá desde la forma industrial capitalista de producción en serie, hasta un tipo particular de audiencias y un campo de cobertura en el cual se desenvuelven los medios de comunicación. Pero además, los contenidos que transmiten los medios de comunicación, darán origen a una forma de cultura: la cultura de masas.”²⁵ En este sentido de cultura de masas, los medios masivos de comunicación no tienen en lo más mínimo una vocación comunitaria²⁶. En sus inicios la radio como tal no aparece como un sistema dirigido a la propagación de cultura como si al entretenimiento de las masas, y en la medida que ha ido avanzando ha buscado llegar cada vez a lugares más apartados y oyentes cada vez menos específicos.

En el momento en que la participación se convierte en fundamento y en emblema de lucha de grupos y organizaciones que vieron en la comunicación el camino ideal para la participación, para gestar los cambios necesarios, para la construcción de un nuevo sistema social, en ese preciso momento empieza un ideal de sociedad renovada desde sus mismas bases. Sin embargo, la construcción de un nuevo modelo de sociedad desde la participación, comprometería dos intenciones, una que pretendía “*democratizar la comunicación como lucha política alternativa al sistema comercial, masivo y transnacional, de por*

²⁵ Véase Rodríguez y Sánchez, p.31

²⁶ Entiéndase comunitaria en el sentido de estar enfocada en una praxis cotidiana dirigida hacia los intereses y necesidades de los propios grupos a los que pertenecen o la participación en organizaciones y movimientos comprometidos con intereses sociales más amplios. A este respecto véase: KROHLING PERUZZO, Cicilia M. Op. Cit., pp.82-93

si negativo y otro, que proponía la revaloración de la palabra del oprimido, como punto de partida de los procesos educativos que liberarían su conciencia.”²⁷

Hacia la década de los ochenta se da un importante aumento de los centros de producción de comunicación y educación popular en América Latina, con ellos también se presentaron transformaciones en el contexto político y social a nivel institucional y comunitario que afectaron radicalmente la manera de entender la participación y la concientización, ideales estos tan importantes para el pensamiento de la educación popular. No obstante, estos ideales fueron reducidos ‘a prácticas metodológicas y formales que mezclaban viejas y nuevas concepciones’ Lo que surgió como un interesante esfuerzo conceptual y metodológico de emprender de manera práctica un cambio fundamental en las relaciones de dominación que las clases dirigentes establecían con el pueblo, terminó por institucionalizarse, mudándose en un tipo particular de metodología de educación para adultos, que rápidamente con su nuevo sentido, se expandió por toda América Latina²⁸.

Se reitera que **en todo proceso comunicativo se da uno participativo y en toda comunicación, necesariamente una participación.** No obstante, El comunicador no debe pensar este doble proceso como algo terminado, no hay recetas milagrosas, ni manuales que indiquen la manera exacta y efectiva que funcione como panacea de cómo participar, de cómo comunicar. Esto es algo que el encargado de comunicar debe construir de acuerdo con las necesidades específicas de cada grupo y a las características particulares sociales, políticas, económicas, culturales, etc., en que se desenvuelven los procesos donde se quiere generar participación.

²⁷ ALFARO, Rosa María. Un enfoque político de la participación en la comunicación popular. Revista comunicación y cultura p 60. Citado por Rodríguez y Sánchez. p.39

²⁸ Cf. Sánchez y Rodríguez, p.41

A pesar de esto, como afirma Cecilia M. Krohling, en el momento en que las clases populares crean sus propios canales de expresión y logran conquistar un espacio en los canales tradicionales de información para divulgar sus mensajes, en ese momento logran participar en el debate sobre los problemas nacionales y en la reelaboración de ideologías, valores y modos de ver el mundo, y contribuyen a la educación para la ciudadanía. Es igualmente a este el blanco al que debe apuntar el comunicador social: hacer que la comunidad se interese por su propio bienestar representado en una comunicación clara e imparcial que informe y coadyuve al mejoramiento de la convivencia.

La situación de la emisora Leguízamo Estéreo estaba en una especie de limbo con respecto a lo comunitario. Fue preciso que la practicante revalorara conceptos y se enfocara en los principios de comunidad y participación. La programación de la emisora se alejaba bastante del concepto comunitario que se pretendía manejar. Es por esta razón que se propugnó por la revaloración de los conceptos que manejaba la emisora. Esta revaloración estuvo acompañada por un diálogo abierto con la comunidad para saber qué era lo que realmente querían escuchar y en qué querían participar. En este sentido se optó en primer lugar por mejorar el programa “El Bambero” de la fundación Cifisam. El modelo estaba caracterizado por un esquema de monólogo en el que simplemente se enviaban saludos a las personas que habían participado de los talleres, sin lograr que los habitantes de la cabecera municipal y de las veredas pudieran ser, no simplemente receptores de tal información, sino que igualmente tuviesen la oportunidad de ser generadores de información y de convertir ese espacio en un medio y parte de comunicación de la comunidad para la comunidad. Es de esta manera que la labor del comunicador ayudó a dar un paso más allá del diálogo y se alcanzó la interlocución logrando que los oyentes se sintieran igualmente escuchados, que se generara una confianza en la comunicación. Para el cambio en el programa citado se tuvo en cuenta que era necesario generar esa confianza, la cual debe empezar por escuchar al otro y hacerle notar que es comprendido.

Aunado a esto, y con el fin de tener un sentido social más centrado en la región, se modifico el espacio “Construyendo la Región”. Espacio en el cual se colocan en discusión asuntos relevantes no solo para el acontecer del municipio, sino que igualmente para el devenir de la región. La respuesta que tuvo este programa fue amplia y con un crecimiento de audiencia y participación constante. Este resultado constata que cuando el comunicador hace partícipe al otro, cuando aquél muestra real interés por entorno y cotidianidad del último, se obtiene un interlocutor interesado en establecer un diálogo productivo.

Ahora bien, respecto a la selección del medio para adelantar un trabajo comunitario está determinada por el mismo y por el tipo de significados que se quiere construir con el medio a utilizar, lo cual determina, en gran parte, su escogencia y viabilidad en un contexto determinado. Muchos comunicadores se han concentrado en el manejo de técnicas, pero se olvidan de la articulación que la comunicación debe tener con el entorno cultural y social para que los mensajes tengan sentidos apropiables para las personas a las cuales se dirige. Así es que los medios pasan a ser “productos culturales con un proceso histórico definido que influyen en el mensaje, condicionan buena parte de la forma de producción de éste y sobretodo, han sido cargados socialmente, con determinados valores, que establecen claramente quienes tienen o no competencias prácticas e intelectuales para usarlos.”²⁹

Por consiguiente es preciso que el comunicador social considere al medio no solamente como un aparato artificial sofisticado, sino, más bien, como un instrumento cuyas características influyen en el modo como se produce o recibe la comunicación misma; esto debido a que ha desarrollado un lenguaje, unas formas de decir e interpretar la realidad, a través de un sistema de códigos sonoros,

²⁹ Véase Rodríguez y Sánchez, pp. 51 y 52

visuales, e impresos, etc., que median la relación entre el que emite y el que recibe la comunicación.

6.4.1 ¿Qué es una radio comunitaria?

La palabra comunicación proviene del griego *κοινωνία* (koinoonia), que significa al mismo tiempo comunidad, comunicación, trato. Comunicar implica, poner en común, construir comunidad y ésta sólo se construye con la participación y la convergencia de cada uno de los miembros. Sin embargo, el ejercicio de la comunicación se ha convertido en muchos casos en una transmisión mecánica de información en la que el receptor improbablemente se cuestiona por dicha información, y mucho menos es capaz de poner su propia información en circulación. La transmisión de información en este sentido en nada colabora para la construcción de la comunidad. Su única utilidad puede ser la del mantenimiento de un orden social, pero no de generación de comunidad.

Rodríguez y Sánchez sostienen que en el momento en que la comunicación alternativa se planteó como una opción de trabajo para quienes estaban interesados en reivindicar a las comunidades en su papel histórico, político y comunicativo, un grupo importante de comunicadores pensó que la comunicación a emplear (muy dentro del espíritu de los años sesenta), era exclusivamente aquella que utilizaba medios que las comunidades habían desarrollado por sí mismas o aquellos que fueran posibles de ser considerados como autóctonos. Esto es quizás debido a que la comunicación es mucho más fácil cuando hay cosas en común que se puedan compartir o discutir y es en los núcleos culturales (comunidades) en los que esas coincidencias son esenciales.

Es así que con la pérdida de ciertas características fundamentales de la comunicación a través de los medios masivos, esto principalmente en lo que se refiere a comunidades alejadas de los centros urbanos. En el momento en que los individuos se sienten alejados de su propia colectividad, cuando se sienten

incomunicados entre si mismos, es que surge la necesidad de potencializar nuevos espacios de comunicación apelando a los medios que están a su disposición. Es aquí donde encuentra su cantera el comunicador comunitario.

Lo que se pueda definir como una radio comunitaria es una misión bien extensa, esto debido a que de acuerdo a los contextos sociales y las necesidades de los mismos, la definición se modifica para amoldarse a la forma que mejor responda a esas necesidades. No obstante, la definición que sugiere José Ignacio López Vigil parece la más acertada y sintetizadora al mismo tiempo:

“Cuando una radio promueve la participación de los ciudadanos y defiende sus intereses; cuando responde a los gustos de la mayoría y hace del buen humor y la esperanza su primera propuesta; cuando informa verazmente; cuando ayuda a resolver los mil y un problemas de la vida cotidiana; cuando en sus programas se debaten todas las ideas y se respetan todas las opiniones; cuando se estimula la diversidad cultural y no la homogenización mercantil; cuando la mujer protagoniza la comunicación y no es una simple voz decorativa o un reclamo publicitario; cuando no se tolera ninguna dictadura, ni siquiera la musical impuesta por las disqueras; cuando la palabra de todos vuela sin discriminaciones ni censuras, ésa es una radio comunitaria. No se someten a la lógica del dinero ni de la propaganda las emisoras que así se denominan. Su finalidad es distinta, sus mejores energías están puestas al servicio de la sociedad civil. Un servicio, por supuesto, altamente político: se trata de influir en la opinión pública, de inconformar, de crear consensos, de ampliar la democracia. En definitiva -y por ello, el nombre- de construir comunidad.”³⁰

³⁰ LÓPEZ VIGIL, José Ignacio. Manual urgente para Radialistas Apasionados. Quito: SILVA, 1997. p.539

Como afirma Mario Kaplún: “Los sectores populares no quieren seguir siendo meros oyentes; quieren hablar ellos también y ser escuchados. Pasar a ser interlocutores. Junto a la ‘comunicación’ de los grandes medios, concentrada en las manos de unos pocos grupos de poder, comienza a abrirse paso una comunicación de base; una comunicación popular, comunitaria, democrática.”³¹ Pareciera que se está dando vueltas al mismo asunto desde el principio de este trabajo, sin embargo, lo que acontece es que cada uno de los aspectos que son fundamentales para la caracterización de una radio comunitaria están atravesados por el un componente dialógico que determina que el elemento comunicativo esté presente a través de cada uno de los mismos aspectos. El diálogo es la herramienta principal en el trabajo del comunicador comunitario.

Es así como es en el espacio de lo local o lo municipal, pensado no sólo como el primer eslabón para lograr la modernización del Estado, sino como el lugar en donde es posible que, de manera concertada todas las fuerzas políticas y culturales, que tienen representación en el municipio, se construyan un nuevo tipo de relaciones sociales basadas en la participación democrática y en el respeto de los valores culturales del otro; todo esto potencializado por la capacidad que tenga el comunicador social de generar comunidad a través de un espacio definido, una radio comunitaria –por ejemplo.

Algunas de las características que hacen una verdadera radio comunitaria, y que deben guiar a quien pretenda ejercer esta labor, pueden esbozarse de manera sucinta así:

- Es esencialmente una asociación independiente, sin ánimo de lucro que se considera como vocera de comunidades.
- La comunidad es la vida del medio y no viceversa. La esencia de la radio comunitaria es el diálogo, donde el que habla escucha y es escuchado.

³¹ Op. Cit., p.67

- La programación es fundamentalmente participativa. Es preciso balancear los aspectos musicales con los periodísticos, hacer ágil y adecuado el manejo del tiempo propendiendo por conseguir que la emisión haga parte y refleje la vida cotidiana de los oyentes.
- Debe darse una programación ágil, enfocada a los oyentes con los que se pretende establecer el diálogo. Su elemento fundamental es la pertinencia, variedad y riqueza de la programación.

Los miembros de AMARC-Europa han comenzado a trabajar en el diseño de una carta constitucional que confirme los principios que mantienen unidos a los radiodifusores comunitarios. Esta carta se propone identificar las metas comunes que las emisoras comunitarias deberían hacer lo posible por alcanzar. Las emisoras comunitarias³²:

1. Están establecidas como organizaciones sin ánimo de lucro.
2. Como medios de radiodifusión independiente contribuyen al proceso democrático y a una sociedad pluralista.
3. Deben permanecer independientes de los poderes políticos o comerciales, en el ámbito local o nacional.
4. Garantizan que la administración interna de la emisora sea abierta y explicable para los patrocinadores y el personal empleado.
5. Están autorizadas para ser financiadas por una variedad de fuentes: aportes, auspicios, colaboraciones, patrocinios y publicidad.
6. Están comprometidas con la promoción y protección de los derechos de las minorías, su diversidad lingüística y cultural, y con la defensa de servicios adecuados para ellas.
7. Promueven el talento creativo y las tradiciones locales.
8. Aseguran que la administración, la programación y los métodos laborales no incluyan actitudes y prácticas discriminatorias.

³² Tomado de: MINISTERIO DE COMUNICACIONES, Colombia. Guía de administración para emisoras comunitarias. Bogotá: Imprenta Nacional, 2002. pp.11-12

9. Reconocen el derecho de los trabajadores y proveen condiciones de trabajo satisfactorias tanto para el personal pago como para el voluntario.
10. Sirven y representan a comunidades geográficas o comunidades con intereses específicos.
11. Tienen un fuerte compromiso en proveer acceso a capacitación, y con la generación de espacios para la participación.
12. Estimulan la innovación en programación y una tecnología apropiada.
13. Estimulan y realzan el desarrollo y el entretenimiento de sus oyentes y facilitan una variedad de opiniones para enriquecer el flujo de información.
14. Buscan informar honestamente a través de programas noticiosos elaborados con una pluralidad de fuentes.
15. Garantizan el “derecho a la réplica” a cualquier persona u organización sometida a una seria tergiversación.
16. Diseñan su programación principalmente de fuentes locales, al tiempo que aseguran que los oyentes tengan una comprensión de asuntos más amplios.
17. Crean conciencia acerca de asuntos ambientales y de derechos humanos.
18. Promueven el intercambio de programas y personal entre emisoras.
19. Hacen lo posible por usar la comunicación para desarrollar una mayor comprensión y unidad entre las personas.

Se quiere resaltar una opinión expresada dentro de las conclusiones y sugerencias manifestadas dentro del proyecto “*Radios comunitarias gestoras de participación y desarrollo social en el Putumayo*”: “los procesos de comunicación comunitaria, se dan sólo en ambientes democráticos, donde las personas que trabajan en los medios hayan hecho una opción por la vida, la justicia, la equidad y el desarrollo social e integral de las comunidades.”³³

³³ PROYECTO DE FORTALECIMIENTO DE LAS EMISORAS COMUNITARIAS DEL DEPARTAMENTO DEL PUTUMAYO. Emisoras comunitarias. Gestoras de participación y desarrollo social en el Putumayo. Bogotá: oscar Alberto Coca Gómez, 2002. p.94

Para concluir se quiere resaltar que es indispensable recordar que una radio comunitaria es en esencia un proyecto social sostenido por los diferentes grupos que pueden constituir una comunidad con intereses comunes que tienen una propuesta hacia su entorno inmediato como eje de concentración el comunicador social. Esto a su vez supone que utilizar la radiodifusión en un sentido comunitario tiene como fin principal que el comunicador logre que la ciudadanía ejerza su libertad de expresión en la esfera de lo público, con la idea de generar un diálogo colectivo tendiente a construir consensos y contribuir a una participación corresponsable. Por ello, la pluralidad es una característica de su condición.

El cambio en Leguízamo Estéreo en sí mismo, fue proyectado desde el conocimiento académico que brindó la practicante, pero la aplicación efectiva de esa proyección fue la suma participativa de diversas instancias que giraron en torno a un eje común: la creación del diálogo comunitario a través de “La voz de la esperanza”. La emisora se convirtió con el tiempo, y con la colaboración de cada uno de los habitantes, en un medio que promueve la integración como región, o mejor, como comunidad. Pero esta construcción no se ha quedado estancada en Puerto Leguízamo, este modelo de radio ha superado barreras geográficas y ha sido reconocido el trabajo hecho con Leguízamo Estéreo: “En dos años ayudó a convertir una remota emisora de Puerto Leguízamo (Putumayo) en un medio de comunicación reconocido para el servicio social.” De esta manera es resaltado el trabajo logrado por la practicante en el periódico La Patria³⁴. Se resalta de esta manera el trabajo efectuado, se observa de igual manera que es el trabajo en sí mismo el que sirve de base o modelo para acciones similares. Las experiencias se vuelven teoría, pero esta es nada sin la acción comunitaria.

6.4.2 Radio comunitaria y legislación

³⁴ PATIÑO, Carlos Andrey. En: La Patria, Manizales (29, ago.2004); pág.7b.

A partir de 1994 en Colombia se dieron los primeros pasos legales para adjudicar las licencias a estaciones de radio de pequeña cobertura, con infraestructura básica, posibilidades de autofinanciación local y programación participativa centrada en los asuntos del desarrollo de la comunidad. Sin embargo, muchas emisoras comunitarias empezaron a trabajar sin licencia, y al momento de legalizar su situación se encontraron con una cantidad de trámites engorrosos, costosos y demorados. Un primer paso legal para la creación de las emisoras comunitarias fue dado con el decreto 1900 de 1990. El artículo 6 de este decreto determina que el gobierno nacional debe propender porque los grupos de población de menores ingresos económicos, los residentes en áreas urbanas y rurales marginales, las etnias culturales y en general los sectores más débiles o minoritarios de la sociedad accedan al uso de los servicios de telecomunicaciones. En el artículo 17 numeral 13 del decreto 1901 de 1990 se expresa que es función del Ministerio de Comunicaciones auspiciar la participación comunitaria en el desarrollo y gestión de servicios de comunicaciones, especialmente en la planeación y ejecución de programas y proyectos de comunicación social de alcance local y regional. La ley 80 de 1993 (ley de contratación administrativa) en su artículo 35, párrafos 1 y 2, facultó al ministerio de Comunicaciones para que se encargara de reglamentar el servicio comunitario de radiodifusión sonora. Con el decreto 1695 de 1994 se concerta una propuesta de reglamentación. Se dieron las bases para iniciar la legalización de las emisoras comunitarias, pero no se avanzó en la definición de la disponibilidad de las frecuencias.

Con los decretos 1415, 1446 y 1447 de 1995 mediante los cuales se reglamentan el servicio de radiodifusión sonora en el País y se da carta de ciudadanía a la radio comunitaria, tipificándola y asignándole frecuencias de operación. En el decreto 1416 se dan los criterios de clasificación del servicio de radiodifusión, la clasificación del servicio en función de la gestión, en función de la orientación de la programación y en función de la tecnología de transmisión. En el capítulo V del

decreto 1447 se estipula lo correspondiente al servicio comunitario. El texto del artículo 22 de este decreto expresa:

El servicio comunitario de radiodifusión sonora está orientado a difundir programas de interés social para los diferentes sectores de la comunidad, que propicien su desarrollo socioeconómico cultural, el sano esparcimiento y los valores esenciales de la nacionalidad, dentro de un ámbito de integración y solidaridad ciudadana. Por tanto, todos los concesionarios tendrán la obligación de ajustar sus programas a los fines indicados.

Los criterios básicos, según la ley, que deben tener una emisora comunitaria son los siguientes:

- Tendrá 15 minutos de pauta comercial por hora, pero ese dinero sólo podrá ser reinvertido en la calificación humana y/o técnica de la emisora misma: entidad sin ánimo de lucro. (Artículo 30, capítulo V, decreto 1447)
- La responsabilidad y pertinencia de la emisora será asumida por una comunidad organizada con personería jurídica. (artículo 7, capítulo III, decreto 1447 y artículo 23, capítulo V, decreto 1447)
- Funcionarán en FM con 250 Watts de potencia.
- No podrán encadenarse pero sí, eventualmente enlazarse. (numeral 1, artículo 11 y 12, capítulo II decreto 1446)
- Deben estar al servicio y resaltar los valores culturales propios. (literal C artículo 3, capítulo I, decreto 1446 y artículo 22, capítulo V, decreto 1447).

6.5. LEGUÍZAMO ESTÉREO

A continuación se puede ver una tabla con la programación que tenía la emisora Leguízamo Estéreo:

PROGRAMA	DÍA	HORA	CONTENIDO
Buenos días con Jesús	Lunes a Domingo	6:00 AM a 7:00 AM	Religioso

El Ángelus	Lunes a Domingo	12:00 PM a 12:05 PM	
El Santo Rosario	Lunes a Domingo	6:00 PM a 6:30 PM	
Santa Misa	Domingo	10:00 AM a 11:00AM y de 7:00 PM a 8:00 PM	
Noticias Radio Net	Lunes a Domingo	7:00 AM a 8:00 AM	Noticioso
Noticias Radio Net	Lunes a Domingo	12:05 PM a 2:00 PM	
Por caminos y veredas	Lunes a Domingo	5:30 AM a 6:00 AM	Musical
Música romántica	Lunes a Domingo	8:00 AM a 8:30 AM	
La Hora Vallenata	Lunes a Domingo	8:30 AM a 9:30 Am	
Música Variada	Lunes a Domingo	9:30 AM a 12:00 PM	
La Hora de la Salsa	Lunes a Domingo	2:00 PM a 3:00 PM	
Atardecer Vallenato ³⁵	Lunes a Domingo	5:00 PM a 6:00 PM	
Música Variada ³⁶	Lunes a Domingo	7:30 PM a 8:00 PM	
La hora Joven	Lunes a Jueves	3:00 PM a 4:00 PM	
La dimensión Romántica ³⁷	Lunes a Jueves	6:30 PM a 7:30 PM	
Salvador	Lunes a Jueves	4:00 PM a 5:00 PM	Mensajes de reflexión
Alternativa Juvenil	Jueves	5:00 PM a 5:30 PM	Programa juvenil ³⁸
Construyendo La Región	Jueves	6:30 PM a 7:00 PM	Crítico y reflexivo
El Bambero	Viernes	6:40 PM a 7:00 PM	Formación y capacitación ³⁹

³⁵ La hora de este programa variaba el día jueves y pasaba de 5:30 PM a 6:30 PM por estar lleno con otro programa.

³⁶ Excepto el día viernes porque se emitía el programa El Bambero.

³⁷ Excepto el día jueves porque se transmitía el programa Construyendo la región.

³⁸ En este programa se hacía referencia a los valores éticos, morales y cristianos para concienciar a los jóvenes del área rural y urbana.

³⁹ Este programa pretendía hacer extensivo los proyectos que CIFISAM desarrolla en el área rural.

Como se alcanza a observar al analizar la programación de la emisora, es claro la existencia de ciertos programas que tienen un contenido con cierta familiaridad con el concepto de “comunitario”; sin embargo, el esquema de los programas que manejaba la emisora estaba fundamentado en un concepto de comunicación como acto de informar, transmitir, emitir; y no como un diálogo o intercambio. El esquema básico de los programas con contenido social consistía en transmitir información que el oyente debía simplemente recibir y poner en práctica (esto en el mejor de los casos).

Para ampliar el panorama de lo que se quiere exponer, obsérvese el siguiente análisis FODA realizado en octubre de 2002 previo a iniciar el proceso de reestructuración:

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
El entusiasmo y la alegría que se manejan en algunos programas.	Dar a conocer a la gente los nuevos espacios de la emisora.	No existe buena relación entre algunos de los empleados.	Perder audiencia por falta de programación.
La habilidad para manejar los equipos técnicos.	Crear programas de servicio a la comunidad.	Falta de música y de nuevos equipos, como el computador.	La mala infraestructura física de la emisora.
La capacidad para conseguir pauta publicitaria con el fin de ayudar al sostenimiento de la emisora.	Posesionar la emisora como una de las mejores de la región.	Deficiencia en la pronunciación y lenguaje de los locutores.	No contar con nuevas tecnologías.
	Buscar que este sistema de radiodifusión tenga más alcance.	Carencia de programas; entre ellos el de un noticiero local.	La violencia y la crisis económica que vive el país.
	Mejorar la imagen y el ambiente de La Voz de la Esperanza.	Contar con muchos espacios religiosos.	

	<p>Elaboración de encuesta para saber que quieren escuchar los habitantes de Puerto Leguízamo.</p> <p>Realizar producciones para que las conozcan fuera de la región.</p> <p>Buscar apoyo en otras ONGs.</p> <p>Extender el horario de emisión.</p>	<p>La infraestructura física no es la adecuada.</p> <p>Falta de control al ingreso de la instalaciones.</p>	
--	---	---	--

Se observa que al momento de realizar este análisis una de las principales problemáticas está parcializada hacia la preocupación por los elementos que se refieren al aspecto técnico-formal. Si Bien es cierto que es de suprema importancia este aspecto no es imprescindible para el desarrollo de una radio con contenido comunitario. Es labor del comunicador hacer que las herramientas que tenga a mano sean utilizadas de la mejor manera. Ya se ha mencionado que la principal herramienta con la que cuenta un comunicador social con sentido comunitario es la participación y el diálogo.

Se puede ver ahora las diferentes modificaciones que se generaron en la programación de Leguízamo Estéreo a partir del análisis de los puntos que se han abordado hasta el momento. La reestructuración de la programación se hizo teniendo en cuenta la labor Pastoral del Vicariato y sus diferentes programas, pero por sobre todo, con una visión social por parte de la practicante que propugnó el desarrollo de la convivencia de la comunidad de Puerto Leguízamo.

HORA-DIAS	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
5:00 A.M	NUESTRO AMANECER	NUESTRO AMANECER	NUESTRO AMANECER	NUESTRO AMANECER	NUESTRO AMANECER	NUESTRO AMANECER	NUESTRO AMANECER
5:30 A.M	UN TAL JESÚS	UN TAL JESÚS	UN TAL JESÚS	UN TAL JESÚS	UN TAL JESÚS	NUESTRO AMANECER	NUESTRO AMANECER
5:45 A.M	NUESTRO AMANECER	NUESTRO AMANECER	NUESTRO AMANECER	NUESTRO AMANECER	NUESTRO AMANECER	NUESTRO AMANECER	NUESTRO AMANECER
6:00 A.M	BUENOS DIAS CON JESÚS	BUENOS DIAS CON JESÚS	BUENOS DIAS CON JESÚS	BUENOS DIAS CON JESÚS	BUENOS DIAS CON JESÚS	BUENOS DIAS CON JESÚS	BUENOS DIAS CON JESÚS
7:00 A.M	RADIO NET	RADIO NET	RADIO NET	RADIO NET	RADIO NET	RADIO NET	RADIO NET
8:00 A.M	DIMENSIÓN ROMÁNTICA	DIMENSIÓN ROMÁNTICA	DIMENSIÓN ROMÁNTICA	DIMENSIÓN ROMÁNTICA	DIMENSIÓN ROMÁNTICA	DIMENSIÓN ROMÁNTICA	DIMENSIÓN ROMÁNTICA
9:00 A.M	ESPACIO DE OPINIÓN	ESPACIO DE OPINIÓN	ESPACIO DE OPINIÓN	ESPACIO DE OPINIÓN	ESPACIO DE OPINIÓN	MÚSICA VARIADA	UN PASEO POR LA HISTORIA
10:00 A.M	LA HORA VALLENATA	LA HORA VALLENATA	LA HORA VALLENATA	LA HORA VALLENATA	LA HORA VALLENATA	MÚSICA VARIADA	LA SANTA MISA
11:00 A.M	MUSICA RELIGIOSA	MUSICA RELIGIOSA	MUSICA RELIGIOSA	MUSICA RELIGIOSA	MUSICA RELIGIOSA	MÚSICA VARIADA	MÚSICA VARIADA
12:00 P.M	ANGELUS	ANGELUS	ANGELUS	ANGELUS	ANGELUS	ANGELUS	ANGELUS
12:05 P.M	RADIO NET	RADIO NET	RADIO NET	RADIO NET	RADIO NET	RADIO NET	RADIO NET
1:00 P.M	NOTICIAS MAGUARE ESTÉREO	NOTICIAS MAGUARE ESTÉREO	NOTICIAS MAGUARE ESTÉREO	NOTICIAS MAGUARE ESTÉREO	NOTICIAS MAGUARE ESTÉREO	RADIO NET	RADIO NET
1:30 P.M	RADIO NET	RADIO NET	RADIO NET	RADIO NET	RADIO NET	RADIO NET	RADIO NET
2:00 P.M	LA HORA DE LA SALSA	LA HORA DE LA SALSA	LA HORA DE LA SALSA	LA HORA DE LA SALSA	LA HORA DE LA SALSA	LA HORA DE LA SALSA	LA HORA DE LA SALSA
3:00 P.M	CONTACTO DIRECTO	CONTACTO DIRECTO	CONTACTO DIRECTO	CONTACTO DIRECTO	CONTACTO DIRECTO	APUESTAS AMÉRICA	CÍRCULO ELECTRONICO

3:30 P.M	DIAGNÓSTICO	DIMENSIÓN ZOOLOGICA	DIAGNÓSTICO	DIMENSIÓN ZOOLOGICA	DIAGNÓSTICO	APUESTAS AMÉRICA	DISCOTECA ABIERTA
4:00 P.M	CONTACTO DIRECTO	CONTACTO DIRECTO	CONTACTO DIRECTO	CONTACTO DIRECTO	CONTACTO DIRECTO	APUESTAS AMÉRICA	DISCOTECA ABIERTA
4:30 P.M	UN PASEO POR LA HISTORIA	UN PASEO POR LA HISTORIA	UN PASEO POR LA HISTORIA	UN PASEO POR LA HISTORIA	UN PASEO POR LA HISTORIA	APUESTAS AMÉRICA	DISCOTECA ABIERTA
5:00 P.M	ATARDECER VALLENATO	ATARDECER VALLENATO	ATARDECER VALLENATO	POR LOS BARRIOS DE LEGUIZAMO	ATARDECER VALLENATO	ATARDECER VALLENATO	ATARDECER VALLENATO
6:00 P.M	SANTO ROSARIO	SANTO ROSARIO	SANTO ROSARIO	SANTO ROSARIO	SANTO ROSARIO	SI, TE ESCUCHO	UN PASEO POR LA HISTORIA
6:30 P.M	DIMENSIÓN ROMÁNTICA	DIMENSIÓN ROMÁNTICA	DIMENSIÓN ROMÁNTICA	CONSTRUYENDO LA REGIÓN	EL BAMBERO	DIMENSIÓN ROMÁNTICA	UN PASEO POR LA HISTORIA
7:00 P.M	POR CAMINOS Y VEREDAS	POR CAMINOS Y VEREDAS	AMAZONIZANDO	POR CAMINOS Y VEREDAS	POR CAMINOS Y VEREDAS	POR CAMINOS Y VEREDAS	LA SANTA MISA
8:00 P.M	YO CREO	YO CREO	YO CREO	YO CREO	LA MOVIDA	LA MOVIDA	DESPERTANDO LA CONCIENCIA
8:30 P.M	DESPERTANDO LA CONCIENCIA	DESPERTANDO LA CONCIENCIA	DESPERTANDO LA CONCIENCIA	DESPERTANDO LA CONCIENCIA	LA MOVIDA	LA MOVIDA	DESPERTANDO LA CONCIENCIA
9:00 P.M	ESPAÑOL VIVE EN TI	ESPAÑOL VIVE EN TI	ESPAÑOL VIVE EN TI	ESPAÑOL VIVE EN TI	LA MOVIDA	LA MOVIDA	ESPAÑOL VIVE EN TI
9:30 P.M-10:00 P.M	LA VOZ DEL ROCK	LA VOZ DEL ROCK	LA VOZ DEL ROCK	LA VOZ DEL ROCK	LA MOVIDA	LA MOVIDA	LA VOZ DEL ROCK

El cambio en la programación significó un cambio en la percepción de la emisora por parte de la comunidad. Lo que se pretendía con esta renovación y con la inclusión de programas con un sentido social más específico (y quizás especializado) era que la emisora fuese un proyecto que realmente retratara a Puerto Leguízamo en sus aspectos más importantes. Pero aun más que un simple retrato o representación, la emisora pretendió convertirse en un puente que comunicara los distantes grupos que conforman al pueblo de Puerto Leguízamo. Con este cambio “la programación ha venido pasando de la mayor parte del tiempo de programas de música a programas de formación”, son palabras del Padre Gaetano Mazzoleni⁴⁰, director de la emisora.

Otras percepciones que alientan la labor desarrollada en la emisora son: “es un servicio para la comunidad. [...] La comunidad la utiliza para comunicación, recreación. Para formas didácticas del conocimiento de la comunidad misma.” (Misionero Fernando Urbano).⁴¹ De esta manera se puede observar que en un territorio como Puerto Leguízamo, la generación de un sistema de comunicación con fundamento social no es óbice para que la población lo tome como parte integral de su vida en comunidad. La emisora con visión comunitaria se convierte en un amigo más, en habitante, en integrante que es capaz de hablar con todos y que es capaz de escucharlos a todos, pero que, además, está dispuesto a generar consenso y comunidad; que está presto a ayudar a cada uno de los miembros de su colectividad y hacer que se identifiquen entre sí.

Desde esta perspectiva la práctica desarrollada en Puerto Leguízamo sirvió para fundamentar una teoría acerca de cómo debe ser enfocada la participación de un comunicador social que quiera desempeñarse en el campo comunitario. No es simplemente servir como puente de intercomunicación entre los miembros de la comunidad. Es servir de eje concentrador del dialogo participativo, de la creación

⁴⁰ Ver anexo No. 1, video institucional Leguízamo Estéreo 93.3 FM.

⁴¹ *Ibíd.*

de espacios mediante la búsqueda de los principales puntos concentradores y dilatantes dentro de la comunidad. La revaloración de los ideales propios conduce a la construcción de comunidad, es este el primer paso que debe dar un comunicador social para llegar a ser un comunicador comunitario.

7. ANÁLISIS DE CONTEXTO

El municipio de Puerto Leguízamo perteneció hasta 1953 a la intendencia del Caquetá, posteriormente paso a la Comisaría del Amazonas, y en el año de 1957 por acuerdo número 0131 de Julio 17 fue anexado al Putumayo. Tiene una extensión de 11.140 km, con una altura sobre el nivel del mar de 200 m y una temperatura de 25 C. El clima, es tropical, lluvioso, la vegetación es selvática, con muchas especies en su flora y fauna; de allí que el Gobierno haya construido El Parque Natural La Paya.

Puerto Leguízamo limita al norte con el Departamento del Caquetá, al sur con las Repúblicas de Perú y Ecuador, al oriente con el Amazonas, al occidente con los municipios de Puerto Asís y Mocoa.

Administrativamente fronteras y ríos separan, pero desde la percepción de los habitantes, estas se constituyen en puntos de comunicación a partir de las cuales se establecen relaciones de cooperación.

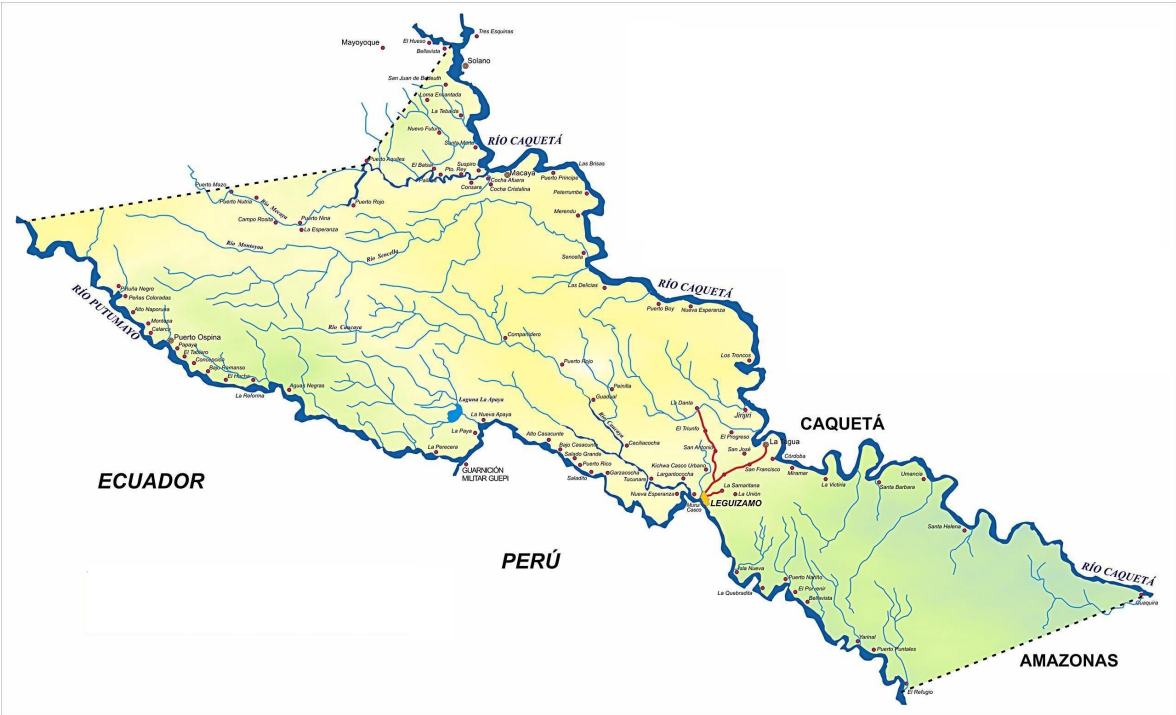
Puerto Leguízamo es un punto de confluencia de culturas; inicialmente se llamó La Perdiz, y posteriormente adquirió el nombre de Caucajá, nombre nativo de origen Siona grupo étnico que predomina en la región.

La población comenzó a crecer a partir de la llegada de los indígenas principalmente de la Chorrera, Amazonas, los cuales huían de la desdichada época de injusticias en la casa Arana; célebre por su explotación a la población indígena en la producción del caucho, experiencia llevada a las letras por el celebre escritor José Eustacio Rivera, con su única novela La Vorágine.

La parte urbana sólo tiene acceso por vía fluvial o aérea; su población es una amalgama de culturas de diversas colonias; personas ciudadinas provenientes de diversas regiones del país debido a posibilidad de emplearse con las diferentes instituciones del municipio; o por épocas pasadas, de colonos en pos de mejores opciones, en la búsqueda constante de oportunidades que faciliten un mejor futuro.

Puerto Leguízamo se caracteriza también por ser municipio región multiétnico y pluricultural, lugar de encuentro de varias etnias, Huitoto, Murui, Ingano, Quechua, Bora, con sectores de la sociedad colombiana proveniente de varios Departamentos: Caquetá, Nariño, Huila, Tolima, Cundinamarca, Boyacá, de afro descendientes y de un significativo sector de población flotante. La pluriculturalidad es el resultado de un proceso de colonización, paulatino desde el conflicto colombo-peruano y más acelerado a partir de 1960.

7.1 MAPA PUERTO LEGUÍZAMO



7.2 ASPECTO SOCIAL Y CULTURAL

La principal fuente de economía de esta región es agrícola basada en cultivos de pancoger, ganadería, pesca artesanal, pescados ornamentales: una economía de poca expansión y poca rentabilidad. Otras fuentes de ingresos están representadas por los empleos oficiales de la Alcaldía, la Rama de la Salud, de la educación, el comercio, los empleados de la Fuerza Naval del Sur, lavanderas y preparadoras de comidas.

Los minifundios son parcelas o fincas pequeñas donde el campesino tiene cinco vacas, dos caballos, varios cerdos y aves de corral, también viven de la cosecha de maíz, arroz y otros productos. Ellos siembran para el consumo de la familia como la cebolla, el tomate, el cilantro, la batata, caña, chontaduro. En el pueblo estos productos tienen poca venta por lo cual no se puede sembrar en grandes cantidades, además las fincas no pasan de cien hectáreas.

En el campo hay aproximadamente quince latifundios donde se crían muchas reses especialmente de raza cebú pardo y cada uno tiene aproximadamente de ochocientos cabezas y otros animales como ovejas, cerdos, cabras y aves de corral. Los lotes de novillos se venden en Florencia (Caquetá), Puerto Asís (Putumayo) y Leticia (Amazonas) y son transportados en lanchas particulares, por los ríos Caquetá y Putumayo.

Existe la Cooperativa de Pescadores, la cual se encarga de comprar el pescado y venderlo a Florencia, Bogotá, Neiva; La Arawana es una especie ornamental; los avelinos se empacan en bolsas plásticas llenas de agua y a estos se les hecha ambramicina para que no se mueran y alcancen a llegar a sus destinos; además son vendidos a los campesinos por menor precio.

Eclesiásticamente pertenece al Vicariato Apostólico San Vicente del Caguán – Puerto Leguízamo, es la segunda sede del Obispo y conforma la zona pastoral del Sur.

En esta región hay cuatro parroquias. Dos en el casco urbano: (Nuestra Señora del Carmen – Catedral y Divino Niño; una en Puerto Ospina, a cinco horas en bote desde Puerto Leguízamo subiendo por el río Putumayo, y la Parroquia de La Tagua, ubicada a orillas del río Caquetá y que atiende a veredas del Putumayo, Caquetá y Amazonas. Además, se ha iniciado un centro de culto con su respectiva capilla dedicada a la Consolata en una zona de futura expansión en la cual hasta la fecha se han asentado 110 familias. Hay otras tres capillas construidas como centros de culto en Puerto Nariño, Yarinal, y Refugio.

Puerto Leguízamo carece de viviendas. La alcaldía ha promovido un proyecto de repartición de lotes: se han repartido 110 l y se prevé otra repartición de 80 lotes en la urbanización del Nuevo Progreso.

Puerto Leguízamo, paulatinamente se está transformando en un receptor de desplazados con el agravante de carecer de viviendas y de puestos de trabajo. En el caso urbano hay dos barrios de desplazados: La Invasión y El Nuevo Progreso con un total de 172 familias que en su mayoría provienen de Curillo, Solita a orillas del río Caquetá.

Así mismo, La falta de arraigo en la población es ocasionada porque para muchos este es un *“lugar de paso”* en el que sin embargo, permanecen vidas enteras, sin propiciar escenarios de dialogo en interlocución cultural que permitan construir una identidad común, en torno a la compleja presencia de personas, expresiones, símbolos y códigos culturales asentados en la zona.

En Puerto Leguízamo no existen fiestas patronales que permitan el enlace de los distintos sectores de la población, sin embargo la Iglesia Católica conmemora las ceremonias religiosas de la Virgen del Carmen, patrona del municipio. Durante el año se celebra Festival de Blancos y Negros, Día Internacional de la Niñez, Fiestas de San Pedro, Día Blanco (por los discapacitados), Día del Campesino, Encuentro Cultural Trifronterizo. Carnaval de Barranquilla.

7.3 COMUNIDADES INDÍGENAS

Las Tribus Indígenas por lo general tienen un territorio propio (reserva Indígena) o Parque Natural “La Paya”.

TRIBUS	FAMILIA
Samaritana	Uitoto
Cecilia Cocha	Inganos
Lagarto Cocha	Uitoto
Jirijiri	Uitoto
Hacha Concepción	Uitotos – Inganos
Porvenir	Uitoto
El Tablero	Uitoto – Cofanes
Puerto Nariño	Inganos
Consara	Coreguaje
Aguas Negras	Uitotos – Inganos
La Paya	Inganos
Lorencito	Paeces
Puntales	Inganos
Puerto Ospina	Sionas – Inganos

Cultivan productos como yuca, maíz, cacao, batata, caimaron, chontaduro, piña, guamas, azafrán, plátano, coco, cumare, papaya, auyama entre otros.

Recogen algunas frutas como: milpes, umari, coco, cumare, polvillo, madroño, juansoco, milpesillo, cancharana, granadillas y otras frutas silvestres. También viven de la pesca del bocachico, tucunare, arawana, quaraja, plateado, lechero (

bagre), chontaduro, garopa, gamitada, pirarucú, sábalo, siete babas, agujas, cuchas, bacalao, pirañas y otros peces.

Cazan animales como: venado, danta, boruga, guara, armadillo, yulo (chigüiro), mico maicero, mico churuco, gallinetas, panguanas, por mencionar algunos.

En las fiestas acostumbran a tomar chicha de yuca, anduche, Maguana (Colada de yuca, milpeso, canangucha y otros), comidas especiales las cuales están acompañadas de ají negro, casabe y fariña, extraída de la yuca.

En las tribus manda el cacique, pero también tiene un gobernador, un brujo y un curuca. El cacique es vitalicio y arregla muchos problemas de una tribu con la coordinación del gobernador que es el que se encarga de los asuntos civiles o penales. Hay un brujo curuca en plantas para que les indique qué yerbas son medicinales.

Los caciques en las tribus también desempeñan diferentes labores, dan concejos o conferencias a los jóvenes sobre valores morales o normas de comportamiento en la tribu y fuera de ella, las ordenes del cacique y del gobernador las hacen cumplir con los alguaciles y cuando necesitan hacer un juicio sobre un delito, el gobernador presenta el detenido al cacique y este coge en el dedo un poquito de ambil de tabaco, lo saborea y piensa durante algunos momentos, luego le aplica la sanción que puede cumplir en la tribu y en el pueblo a cargo del inspector. El cacique puede hacer curaciones tomando Yajé, encuentra plantas curativas. También usando ciertas plantas se convierten en tigre, boa, moan.

En las horas de trabajo llevan en la cintura una pequeña bolsa de cuero donde tienen hojas de coca pulverizada revuelta con ceniza de otros árboles, ellos lo mambean para calmar el hambre mientras trabajan y así evitan el cansancio y se acostumbran para un ritual con los espíritus elementales de la coca.

En estos procesos de bonanza cocalera, quienes han visto más afectado su espacio cultural y simbólico son las comunidades indígenas, quienes poco a poco han perdido sus usos y costumbres. Uno de los elementos que caracteriza la pérdida de los hábitos es la desacralización de sus expresiones rituales, la ceremonia de mameo la cual se ha relevado a un segundo plano, especialmente para la población joven, sin tener en cuenta toda la cosmovisión ancestral ni los signos culturales que representa; y que eventualmente se podrían convertir en espacios de intercambio y diálogo cultural que inicie un camino hacia la reconstrucción de la identidad, teniendo en cuenta las contribuciones que se pueden hacer al conocimiento universal.

El indio Uitoto habita desde antes de la llegada de los blancos viven de la pesca, caza y la recolección de los frutos silvestres también de la agricultura. La mujer Uitota es muy trabajadora, siembra y limpia las chozas que el hombre hace. Cultiva maíz, yuca plátano, chontaduro, cacao, piña, ají, arroz. Viven en tribus gobernadas por un Cacique, un gobernador y curanderos en tierras propias llamadas reservas indígenas.

Sus comidas especiales son: Casabe, ají negro, chicha de Umari, Maguana de yuca y milpeso, caguana de yuca y piña, caguana de yuca y canangucha.

El indio Ingano viene de otras regiones especialmente del Ecuador. Es comerciante por excelencia, también agricultor, ganadero y artesanos; viven en chozas hechas de palma y yaripa (Palma picada). El jefe es el cacique, también hay un gobernador y Un curaca. Cultivan productos como: el plátano, yuca, piña, ají, cacao, arroz, maíz. Fabrican canastos con yaré y bejucos como el panceburro y otros. Los cernidores se hacen pelando el bejuco yaré y partiendo a la mitad y Luego se teje. Las esteras se elaboran con cortezas de diferentes plantas. Las sopladeras se elaboran de cogollo de milpesos y de cuajo o bejuco

yaré. Las sillas, se elaboran con armazón de madera forrada en bejuco de yaré y de la misma forma se hacen las cunas.

Sin embargo, la situación ha ido más allá, a tal punto llegó que algunas familias durante un tiempo se dedicaron al consumo de la coca procesada “pasta de coca”, originando una ruptura en los códigos de interpretación y representación del mundo, los cuales ancestralmente daban un vínculo sagrado a la hoja de la coca.

Las estructuras ideológicas que han ido incorporando las comunidades indígenas en su sistema de valores, traen consigo elementos que distorsionan el rol social de la mujer con un espacio diferenciado y no por ello menos importante, y que sin embargo, se ha transformado en relaciones de dominación – sumisión, así mismo, en espacios como la chagra, escenario de aprendizaje generacional, mientras disminuye la producción de alimentos de pan coger y se mantienen los cultivos de coca, esta pierde legitimidad como espacio pedagógico.

En estas circunstancias se crean mecanismos que unifican esfuerzos por fortalecer los procesos de reconstrucción histórica del saber ancestral y la cultura tradicional, que desde hace algunos años han venido implementando algunas comunidades indígenas del municipio y que vienen siendo apoyadas por la organización ACILAPP “Asociación de Cabildos Indígenas de Leguizamó, Alto y Predio Putumayo”, que agrupa a los 31 cabildos legalmente constituidos y sustentados en la normatividad existente.

7.4 ALGUNAS PREGUNTAS DE REFLEXIÓN

Es preocupante constatar la inversión del Estado sin rumbo, diría desacertada; la falta de proyectos adecuados de inversión; la falta de estímulo para la reforestación; la educación generalizada y estandarizada en un ambiente específicamente amazónico; la ausencia de posibilidades de empleo estable para

los jóvenes y los adultos; la carencia de viviendas; la situación de hambre endémica en todos los rincones de este municipio región; la debilidad de la sociedad civil, sobre todo en el sector rural; la dispersión de la población rural; la crisis de identidad. Todo esto me parece es el resultado lógico de la falta de respuesta a los interrogantes **¿Qué piensa hacer el Estado con esta región amazónica? ¿Cual es la economía sostenible y el desarrollo sostenible para este municipio región trifronterizo? ¿Cómo administrar la amazonía y 1252 kilómetros de frontera?**⁴²

⁴² Padre Gaetano Mazzoleni. Master en Antropología.

8. MANUAL DE UN COMUNICADOR SOCIAL, EN UNA EXPERIENCIA DE RADIO COMUNITARIA

8. 1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN Y EL MODELO: ¿CÓMO Y HACIA DONDE VAMOS?

No obstante la intención inicial de llegar a la comunidad, la emisora Leguízamo. Estéreo no tenía una identidad que se pudiese considerar propiamente comunitaria. La programación no se asemejaba a la de una emisora comunitaria y los locutores se dedicaban a poner música cross over: una mezcla de géneros que poco o nada tenía que ver con la identidad cultural de los habitantes de Puerto Leguízamo.

La intención de la radio comercial está dirigida para llegar a la comunidad, prevaleciendo sobre los intereses comunitarios los de venta de productos (aun de la misma emisora). Es de suma importancia que el comunicador se planteé preguntas relevantes que conduzcan al establecimiento de un medio de comunicación de y para la comunidad. Cuando en el afán de llegar al público sólo importa convertirse en un instrumento comunicativo, o de reproducción esto tiene como consecuencia una emisión de una sola vía, es decir, de comunicador a oyente.

Es por esto que el primer paso que debe dar el comunicador social es el de analizar el formato comunicativo que maneja el medio, en el caso presente la emisora.

8.1.1 Analizar el medio y el fin.

En Leguízamo Estéreo se evidenció un primer error en el manejo de una emisora con enfoque comunitario, pues se pensaba que el acto comunicativo se realizaba

con fines comunitarios. Sin embargo, lo que realmente ocurría es que se seguía un esquema similar al de una emisora comercial.

En este modelo el locutor se encarga de narrar y de simplemente colocar música. El concepto de alternatividad –el cual el comunicador siempre debe tener presente– es algo que no se toma en cuenta en muchos casos. El concepto de radio que implica el sistema comercial es un modelo completamente inadecuado para los fines que se debe proponer desde el mismo inicio el comunicador. Al establecer un modelo es preciso saber cuáles son los parámetros por los cuales está regido.

En lo referente a la radio comunitaria el principal parámetro lo establece el hecho de que en este caso lo comunitario se refiere a la interacción entre los diferentes participantes del acto comunicativo y no solamente al hecho de que una comunidad de oyentes escuche a un locutor *sordo* que supone *qué* le gustaría escuchar a *su* público. El emisor debe atender a la interacción de los conceptos de comunicación y participación.

Para tener un verdadero acto comunicativo es preciso no sólo hablar sino también escuchar. Se ha afirmado que sólo mediante el diálogo es posible la superación de los problemas y las limitaciones que acongojan a una comunidad, sin embargo, muchos creen que el diálogo consiste en “yo digo, tu dices”, pero el verdadero sentido del diálogo supone que cuando “yo digo” el otro escucha y cuando “tu dices” yo debo escuchar, este es parte del “credo” del comunicador comunitario. El diálogo es realmente una herramienta que ayuda a resolver los problemas porque al poder escuchar lo que el otro opina lo estoy conociendo y entendiendo su punto de vista, este es el medio básico que tiene el comunicador de conocer al público. Tenemos el segundo paso a seguir:

8.1.2 Establecer el fin de la radio comunitaria.

Si una radio comunitaria realmente quiere hacerse partícipe del desarrollo de su comunidad, entonces debe hacerse un lugar dentro del diálogo comunitario y para esto es preciso que el emisor escuche al otro, a ese al que la radio tradicional siempre ha considerado de manera espuria como el “oyente”.

En Leguísimo Estéreo el principal punto de partida para retomar el camino de lo comunitario fue centrarse en la misión y la visión que se habían establecido al momento de fundar la emisora. Tomando como punto de partida el espíritu comunitario se modificó la programación para incluir programas más participativos en los que no sólo se informara a la población, sino que ésta fuera la fuente misma de esa información. Se buscó que la comunidad se hiciera partícipe del acto comunicativo y que buscara ser escuchada.

Esto último es bien importante porque no es lo mismo que alguien quiera hablar a que alguien quiera ser escuchado. Muchas veces las personas hablan por hablar, por hacerse notar, pero desde esta perspectiva la comunicación no tiene sentido: el mensaje no necesita ser escuchado atentamente sino simplemente oído. Por el contrario cuando alguien habla para ser escuchado busca que su interlocutor no sólo lo escuche atentamente sino que éste, a su vez, exprese lo que piensa acerca del tema que se está tratando.

Este es el sentido en el que el comunicador debe entender la radio comunitaria, como un medio en el que cada uno de los interlocutores busca escuchar y ser escuchado. El comunicador debe buscar generar el diálogo que retroalimente la comunicación y, por consiguiente, que genere una mejor interacción de la comunidad.

El concepto de retroalimentación es otro de los conceptos fundamentales para la comunicación comunitaria que se verá más adelante. Por lo pronto continuemos con el tercer paso que debe dar el comunicador para llegar a la radio comunitaria.

8.1.3 Identificar quiénes son y cómo son los públicos

Ya se ha visto que el público, en cuanto interlocutor, es lo más importante para una emisora comunitaria. Es por esto que el comunicador social comunitario debe entender la radio comunitaria como un medio alternativo de comunicación, esto en cuanto su objetivo social implica tácitamente que lo alternativo debe ser un elemento constitutivo del modelo de radio que se pretende: una radio con sentido comunitario.

Se afirma esto desde la perspectiva en que la visión de radio comercial que se tiene en Colombia se reduce al modelo comunicativo en el que privilegia al locutor (el cual visto desde la perspectiva de la radio comunitaria puede ser entendido como un modelo excluyente), una radio que no está configurada por y para los presupuestos culturales y sociales de la comunidad a la cual está dirigida.

En este orden de ideas el comunicador debe preocuparse por conocer a sus interlocutores; debe conocer el contexto social, político, económico, entre otros, en el que se desarrolla el diario acontecer de la comunidad a la que pertenece. Es por esto que se debe realizar un nuevo estudio:

8.1.4 Analizar detalladamente el público al que se dirige la programación

El comunicador debe poder encontrar y establecer los espacios apropiados para segmentos determinados de público. Es un error craso el suponer qué tipo de programación será la adecuada o tal vez pensar que es apropiado esto o aquello para la comunidad. Este error se comete al no compenetrarse con la comunidad.

Como ya se ha mencionado, en Leguízamo Estéreo se manejaba un modelo en el que el locutor suponía qué tipo de música le gustaría escuchar a su público, o qué tipo de información le resultaría relevante a la comunidad. No obstante, esta

cadena de supuestos desembocaba en un modelo comunicativo ineficaz para el modelo comunitario. No había ningún tipo de dialogo entre comunicador y oyente, lo que es el principal error que puede cometer un comunicador.

Es de vital importancia para un comunicador social en el ámbito comunitario prestar atención al oyente: qué es lo que desea escuchar. Es por esto que el siguiente paso es:

8.1.5 Indagar por las necesidades comunicativas o de expresión que aquejan a la comunidad

Hay que entender que las necesidades que acongojan a los diversos sectores de la comunidad no son las mismas para todos, ni siquiera para todo tipo de comunidad. Es necesario, pues, que el comunicador haga un estudio en el que cada uno de los sectores que conforman la comunidad sea quien brinde sus puntos de vista y no el hecho de suponer cuáles sean estos.

En ciertas ocasiones se supone que algunos programas tienen un contenido con familiaridad, con el concepto de “comunitario”, como es el caso de los programas de opinión. Sin embargo, el esquema de muchos de estos programas esta fundamentado en un concepto de comunicación como acto de informar, transmitir, emitir; y no como un diálogo o intercambio. Para muchos comunicadores el esquema básico de los programas con contenido social consiste en transmitir información que el oyente simplemente debe recibir y poner en práctica (esto en el mejor de los casos).

Este punto está en íntima relación con la contextualización de los contenidos y la forma de la emisora. Pero se debe aclarar que no se está hablando de un frío estudio sociopolítico, sino de la interacción del comunicador con los diferentes

componentes de la sociedad para no sólo conocer sino comprender las necesidades de los mismos. Este es el siguiente paso:

8.1.5 Interactuar con la comunidad.

La respuesta para encontrar la mejor programación no está en manuales ni en otras emisoras, la respuesta para encontrar los contenidos está afuera: en los interlocutores. Es claro que la ayuda académica es un factor indispensable para formar un buen comunicador social; pero en el ámbito comunitario, éste último debe permitirse involucrarse con el público, hablar con los diferentes sectores que conforman la comunidad en el lugar en el que se desarrolla su acontecer. La mejor manera de conocer a alguien no es preguntándole a terceros por esa persona (preguntándole a un libro o a un manual cómo son los públicos), sino interactuando con ella, dialogando, conociendo su diario vivir y mostrándose a uno mismo como es, para que el otro pueda hacer lo mismo.

La interacción es la mejor fuente de información que un comunicador puede encontrar. Para llevar a cabo esta interacción es preciso que el comunicador sepa entender a su interlocutor.

8.1.6 Ponerse en el lugar del otro.

El modelo comunicativo de una emisora comunitaria supone unas bases cimentadas en la preocupación social, que implica a su vez hacerse partícipe de una realidad contextualizada. La idea de participación debe ser un elemento que el comunicador social debe resaltar para proyectar y mejorar la programación: “Así como un montón de ladrillos no hace una casa, tampoco una suma de

programas, juntos y revueltos, forma una programación. No basta aglomerar programas en una parrilla. Hay que *organizarlos*.⁴³

Los contenidos noticiosos en muchas emisoras de municipios alejados no se refieren directamente al acontecer de la comunidad oyente, esta información considerable a veces es demasiado general y en muchas ocasiones demasiado alejada del espacio físico, social y político que circunscribe a la comunidad o en otras ocasiones la programación se encuentra cargada de un amplio contenido religioso. En estos casos ningún espacio tiene identificación propia para una multiplicidad de interlocutores. Como se puede ver el modelo comunicativo en estos ejemplos no consiste realmente en lo que se puede considerar como un sistema comunitario de comunicación.

Otra de las grandes preocupaciones se fundamenta en los elementos que se refieren al aspecto técnico-formal. Si Bien es cierto que es de suprema importancia este aspecto, No obstante, no es lo principal. Como afirma José Ignacio López Vigil,

“Tal vez por falta de recursos, tendremos que arrancar con equipos de segunda mano y locutores improvisados. Pero no hagamos de la carencia virtud. Poco a poco, si el proyecto está bien encaminado, iremos consolidando la empresa, mejorando la producción y los productores. Precisamente por ser comunitarias -por aquello de *para el pueblo lo mejor*- nos desafiaremos a ser tanto o más profesionales que las radios comerciales. [...]

Sobra y no sobra la aclaración: profesional no es lo mismo que egresado de la universidad. En cuestiones de periodismo y comunicación, se puede llegar a ser un brillante profesional con o sin título académico. Porque el buen albañil es quien levanta las

⁴³ El Comunicador Popular. Pág. 467

paredes rectas, no quien exhibe un diploma de estudios de albañilería. La profesionalidad radiofónica se consigue con mucha práctica bien evaluada”⁴⁴.

El objetivo que debe tener presente todo el tiempo el comunicador social enfocado en el aspecto comunitario es el de hacer que la comunidad participe del desarrollo de la comunicación en la radio comunitaria.

8.1.7 Hacer una radio con un verdadero sentido participativo.

Este es el *mantra* que debe repetir el comunicador social diariamente mientras trabaja con ahínco en el desarrollo del medio de comunicación. Los aspectos técnicos y humanos se deben desarrollar y perfeccionar, pero siempre sin perder el énfasis comunitario.

En el punto anterior mencionamos que es de vital importancia conocer el público, pero es aun más importante entender que, como lo hemos recalado tantas veces, no se puede ver como un público sino como un interlocutor. Hay que pasar al siguiente nivel de la comunicación: hacerla entre interlocutores. Esto se logra mediante la acción del emisor de ponerse en el lugar del que escucha y comprendiendo que siempre que se escucha a alguien se quiere ofrecer una respuesta o dar una opinión.

Ya hemos seguido los primeros pasos que debe seguir un comunicador social en un ámbito comunitario para generar una verdadera radio comunitaria. Ahora pasemos al segundo nivel.

⁴⁴ López Vigil, Radialistas Apasionados, p. 534

8. 2 EL GIRO HACIA UNA VERDADERA RADIO COMUNITARIA: EL SEGUNDO NIVEL

Con los pasos que se han expuesto tenemos un marco general de lo que debe hacer un comunicador social para introducirse en un contexto comunitario. A continuación veremos otros pasos que están en intrínseca relación con los primeros, pero que suponen un trabajo verdaderamente comunitario y no introductorio como en el nivel anterior.

8.2.1 Revalorar los conceptos para determinar la estructura y programación de la emisora

Teniendo claro que en la emisora Leguízamo Estéreo el objetivo que se dilucidaba era dado a partir de la misión de la misma como eminentemente comunitaria, la estructuración en la programación de la emisora debía implicar una radio participativa y por consiguiente democrática en la que la comunidad se pudiese escuchar a sí misma. El punto es recordar que una radio comunitaria es en esencia un proyecto social sostenido por los diferentes grupos que pueden constituir una comunidad con intereses comunes que tienen una propuesta hacia su entorno inmediato. Esto a su vez supone que utilizar la radiodifusión en un sentido comunitario tiene como fin principal lograr que la ciudadanía ejerza su libertad de expresión en la esfera de lo público, con la idea de generar un diálogo colectivo tendiente a construir consensos y contribuir a una participación corresponsable. Por ello, la pluralidad es una característica de su condición que el comunicador comunitario debe desarrollar.

Es por esto mismo que el siguiente paso consiste en desarrollar dos cualidades trascendentales para un comunicador.

8.2.2 Empatía e interacción

La radio comunitaria busca mostrar la diversidad y la riqueza de los diferentes sectores y movimientos sociales; defender la legalidad democrática, propiciando la

focalización de problemáticas específicas; y erigirse como tribuna abierta para toda sociedad. En suma: se dirige a sectores concretos de la población: mujeres, niños, campesinos, indígenas, organizaciones populares, ambientalistas, jóvenes, sectores barriales, entre otros. Su principal sello es el servicio público sin fines de lucro: la construcción de ciudadanía. La defensa de los derechos humanos, la promoción de un desarrollo humano sostenible, la equidad de género, el respeto a las identidades étnicas, la preservación del medio ambiente, el protagonismo de los jóvenes y sus propuestas, la protección a la niñez y a las personas adultas mayores, la educación y la salud, así como la integración nacional y regional constituyen prioridades y perfiles de las radios comunitarias.

Así es como el comunicador debe no sólo conocer a fondo la comunidad por medio de la interacción sino que debe sentirse como un miembro más de esa comunidad. El comunicador debe compenetrarse con la comunidad logrando que cada uno de sus miembros lo vean como una parte constituyente de la colectividad. Pero no es en un solo sentido que funciona esta compenetración: el comunicador debe verse y sentirse a sí mismo como parte constitutiva de la comunidad. Esto le permitirá al comunicador seguir adelante:

8.2.3 Mejorar los programas que estén focalizados en informar a la comunidad

Una parte importante para el diálogo es que lo que se dice tenga sentido, y el sentido está dado por la relevancia de los datos. En este orden de ideas, lo que dice un comunicador en un contexto comunitario tendrá sentido en la medida en la que afecte a la comunidad; esto es, en la medida en que los interlocutores consideren importante lo que escuchan y lo que se puede decir acerca del asunto que se esté tratando. La información que se maneje en la emisora debe ser relevante para la comunidad. Muchas veces lo que pasa en una región alejada puede importar para los intereses de la comunidad, pero esto no ocurre en todos

los casos. Es pues necesario focalizar la información en los intereses de la comunidad y esto se logra mediante los pasos que se han mencionado hasta el momento.

Otro medio que contribuye a este objetivo son los talleres de interacción con la comunidad. Estos talleres debe enfocarlos el comunicador para dar la oportunidad a los miembros de la comunidad de que sean generadores de información y puedan convertir programas informativos en un medio y espacio de comunicación de la comunidad para la comunidad.

El comunicador debe crear espacios en los que pongan a discusión asuntos relevantes no solo para el acontecer del municipio, sino que igualmente para el devenir de la región, estos son importantes para una comunicación útil. El resultado de estos proyectos se constata cuando se hace partícipe al otro, cuando se muestra real interés por su entorno y su cotidianidad, y se obtiene un interlocutor interesado en establecer un diálogo productivo.

Es de esta manera que se da un paso más allá del diálogo y se llega a la interlocución logrando que los oyentes se sientan igualmente escuchados, que se genere una confianza en la comunicación.

8.2.4 Generar confianza.

La confianza empieza por escuchar al otro y hacerle notar que es comprendido. El comunicador debe recordar que aquel que escucha es alguien que también quiere ser escuchado. En este sentido el comunicador debe dar el primer paso para hacer que la comunidad radioescucha quiera hablar. Debe generar espacios de interacción en los que cada uno de los miembros del público se sienta con la suficiente seguridad para expresar sus opiniones.

Esto se logra generando una charla amena en la que el comunicador pueda hacer interesar al oyente. Pero esta charla recordemos que debe ser relevante para el contexto comunitario, es decir, debe estar enmarcada por temáticas realmente importantes para una comunidad específica. Con este diálogo es posible obtener una ganancia extra del proceso de comunicación.

8.2.5 Retroalimentación

Una de las ventajas que pocas personas (en especial los comunicadores o los agentes productores de radio) ven en el proyecto de una radio comunitaria es que al tomar el rumbo de una radio participativa, esto es, al lograr involucrar al oyente (interlocutor) como parte esencial del proceso de comunicación, se hace más fácil realizar tres tareas fundamentales que son capitales para que la planeación y programación de la emisora sea la adecuada y generen los mejores resultados. Estas tareas son:

- a. Realizar investigaciones periódicas y análisis de las cifras de audiencia.** En el diálogo diario con los miembros de la comunidad a través de la emisora es posible llevar a cabo estadísticas de los niveles de audiencia que tiene la estación. Además, un comunicador despierto estará atento a realizar preguntas conducentes a establecer los niveles de satisfacción del público con la emisora.
- b. Monitorear y responder a la retroalimentación de los oyentes.** En el diario discurrir de la acción comunicativa, el comunicador social está en capacidad de dilucidar los elementos más importantes para el diálogo con la comunidad y los niveles de respuesta de ésta. Esto con el fin de enriquecer este proceso mediante el análisis de la interacción con sus radioescuchas.

c. Consultar y examinar nuevas ideas de programación con los oyentes.

Uno de los principales beneficios de la interacción y de la retroalimentación es que el comunicador comunitario puede encontrar elementos importantes para mejorar no sólo la programación sino, también, el diálogo y el interés de los miembros de la comunidad en el mejoramiento de sus condiciones de vida.

Mediante estas tareas el comunicador puede lograr el mejor enfoque y no perder su norte. Ahora bien, es preciso resaltar este elemento que es cardinal en la radio comunitaria, ésta es una característica que acompaña el proceso completo de la comunicación en el modelo que se está exponiendo. Este elemento aunque implícito, puede pasar desapercibido; el elemento que se quiere hacer referencia es a la retroalimentación que constantemente está presente en este esquema de comunicación. El comunicador quiere dirigirse a una comunidad, pero lo que dice a la comunidad proviene de la misma y necesita que las personas den su punto de vista sobre esa información. En esa aceptación se sustenta el próximo paso:

8.2.6 Lograr que la comunidad convalide la información.

No es solamente que los radioescuchas consideren la información importante, no es hasta este punto donde llega la comunicación. Es necesario que los ciudadanos apoyen, amplíen, corroboren e intervengan en ese transcurso de la palabra, para que la comunicación sea realmente significativa y atinente al medio para que pueda ser contextualizada. En este sentido la retroalimentación se debe entender como el resultado del diálogo entre comunicador y comunidad.

La radio participativa de la que es promulgador el comunicador está en una constante retroalimentación que, bien establecida y asimilada, genera grandísimas ventajas para la administración y programación de la emisora, no sólo enfocado

hacia la programación, sino hacia aspectos tan importantes como las políticas internas de la emisora, la planeación estratégica, el plan de mercadeo, entre otros.

Los contenidos de programas esencialmente participativos no son pensados a priori. Es mediante el estudio y el diálogo que el comunicador establece los ejes de discusión de cada programa. No es el planteamiento de un tema para llenar un espacio, es la necesidad que tiene la comunidad de resolver sus problemas o de ver soluciones a dificultades en todos los aspectos de su medio los que generan la dinámica de comunicación en estos espacios. Y las soluciones plausibles y/o las dificultades que resulten de cada una de las sesiones deben ser tratadas por el comunicador, a su vez, como nuevos temas que alimentan el diálogo. Es preciso que el comunicador social comunitario vea cada resultado como un nuevo inicio para que la dinámica de la comunicación permanezca.

8.2.7 Hacer una comunicación con sentido para la comunidad.

Ahora bien, la generación de un sistema de comunicación con fundamento social no es óbice para que la población lo tome como parte integral de su vida y no solamente como un medio de información pasiva. Una emisora comunitaria no debe entenderse como un medio de comunicación que cumple con una fría misión que consiste en hacer llegar la información a los miembros de la comunidad.

Al lograr que la información sea relevante para la comunidad, ésta puede ver en la emisora y en el comunicador un amigo más con el cual puede conversar, y con el que puede hacer que su comunidad crezca y se desarrolle.

8.2.8 Lograr que la emisora con visión comunitaria se convierta en un amigo más

El comunicador debe convertir la emisora en un habitante más, en integrante que es capaz de hablar con todos y que es capaz de escucharlos a todos, pero que,

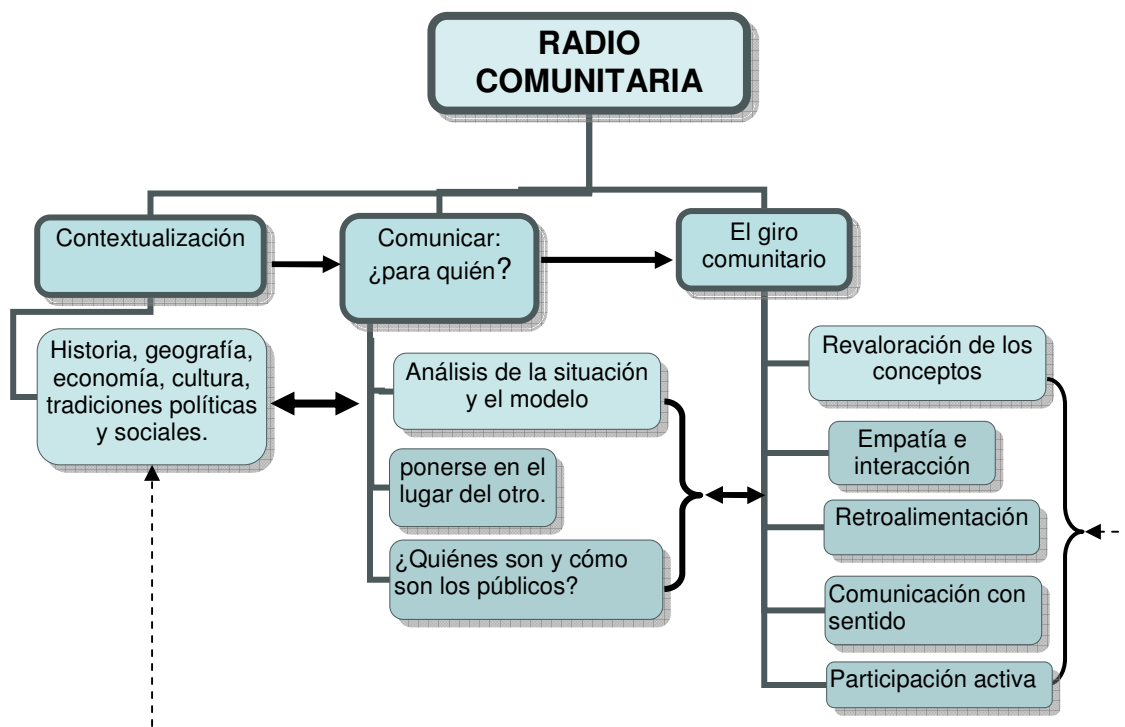
además, está dispuesto a generar consenso y comunidad; que está presto a ayudar a cada uno de los miembros de su colectividad y hacer que se identifiquen entre sí.

El cambio en sí mismo puede ser proyectado desde el conocimiento académico, sin embargo la aplicación efectiva de esa proyección se sustenta en la suma participativa de diversas instancias que giren en torno a un eje común: la creación del diálogo comunitario generado por el comunicador social.

8.2.9 El comunicador social promueve la cultura de participación activa

El comunicador debe ir convirtiendo a la emisora con el tiempo, y con la colaboración de cada uno de los habitantes, en un medio que promueve la integración como región, o mejor, como comunidad. Se resalta de esta manera el posible éxito del trabajo efectuado, se puede dilucidar de igual manera que es el trabajo en sí mismo el que sirve de base o modelo para acciones similares. Las experiencias se vuelven teoría, pero esta es nada sin la acción comunitaria.

A continuación se puede observar un cuadro en el que se sintetizan los pasos conducentes para la consolidación de una radio comunitaria:



8.3 LAS METAS QUE DEBEN SER SUPERADAS

Este proyecto es el resultado de una práctica como estudiante de Comunicación Social y Periodismo que buscó valorar la importancia de los Medios de Comunicación Comunitarios y Alternativos en el desarrollo de las comunidades. Como punto principal logró esbozar una estrategia de comunicación de una emisora comunitaria en un municipio que carecía de esta herramienta, lo cual sirvió como medio para acercar más a esos ciudadanos a los organismos del Estado y a quienes ostentaban el poder político, económico y religioso. De igual manera se logró demostrar cómo, superando los obstáculos, se puede fortalecer una emisora comunitaria que trabajara más allá de los intereses políticos, personales o de otra índole y que estancan el desarrollo de las comunidades.

Otro importante logro que se cumplió fue el de haber logrado una identidad propia en la región a través de los programas radiales con contenidos religiosos, culturales, ecológicos, históricos, educativos y de educación en salud. Pero más importante para los objetivos del presente trabajo es el de conocer otras culturas y aprender de ellas y con este fundamento el de narrar estas experiencias para que más estudiantes de la Facultad de Comunicación Social y Periodismo se animen a hacer prácticas en zonas de difícil acceso que dejan gran enseñanza.

9. CONCLUSIONES

1. Uno de los aspectos más importantes para la formación del comunicador social es que éste debe tener presente que el concepto de participativo es la fuente principal de la cual se alimenta el diálogo, mismo que, a su vez, es la piedra que sustenta la acción comunicativa comunitaria.
2. El comunicador social que se quiera desempeñar en un contexto comunitario debe hacer de su ejercicio profesional una constante interacción dialógica con los diversos componentes de la comunidad. Debe compenetrarse, hacer parte de la comunidad a la que empieza a pertenecer en el momento en que da inicio a su práctica profesional.
3. El papel del comunicador social debe cumplirse con total dedicación y entrega no obstante los tropiezos económicos y la injerencia de la clase política e inclusive de los actores ilegales de la confrontación armada que han visto en este medio alterno de comunicación, un canal de inmensas connotaciones políticas, económicas y sociales y un gran multiplicador.
4. Desde los conceptos que están expuestos a lo largo de este proyecto fue posible fortalecer la programación de una emisora comunitaria y avanzar en la creación de mecanismos que fundamenten el papel del comunicador social en un contexto comunitario, bien sea en zonas deprimidas económicamente o de grandes problemas sociales.

5. La realización de la practica en la emisora comunitaria de Puerto Leguízamo en el Putumayo, abrió un escenario distinto para que los futuros periodistas encuentren en estos medio de comunicación alternos la forma de multiplicar su función social con las comunidades y de un sustento, dada la complejidad de oferta en las grandes ciudades.

6. Los procesos de comunicación se dan solo en ambientes democráticos, donde las personas que trabajan en los medios hayan hecho una opción por la vida, la justicia, la equidad y el desarrollo social e integral de la comunidad.

10. ANEXO

10.1 Video Multimedia

11. BIBLIOGRAFÍA

- ✓ CALANDRIA, Asociación de Comunicadores Sociales. Manual del Comunicador Rural Descentralista. Lima: Gama gráfica, 2005.
- ✓ COLOMBIA, MINISTERIO DE COMUNICACIONES. Guía de Administración para Emisoras Comunitarias. Bogotá, Imprenta Nacional 2002.
- ✓ CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS. Tenemos la palabra. Enfoques multilaterales de la comunicación participativa en Colombia. Bogotá: Servi - impresos, 1997.
- ✓ GONZÁLES PAZ, Ana Lucía. La Radio Comunitaria: El camino hacia una democracia participativa. Facultad de Comunicación y Lenguaje. Universidad Javeriana. Monografía 2000
- ✓ FIP. Lo que todo periodista debe saber y no sabe donde encontrar. Bogotá: Gente Nueva, 2003.
- ✓ KAPLÙN, Mario. El comunicador popular. Quito: CIESPAL, 1985.
- ✓ KROHLING PERUZZO, Cecilia M. Comunicación comunitaria y educación para la vida. En: Signo y pensamiento No 38. Pontificia Universidad Javeriana: Departamento de Comunicación, 2001.
- ✓ LÒPEZ VIGIL, José Ignacio. Manual urgente para radialistas apasionados. Quito: Silva 1997.
- ✓ PROYECTO DE FORTALECIMIENTO DE LAS EMISORAS COMUNITARIAS DEL DEPARTAMENTO DEL PUTUMAYO. Emisoras comunitarias, gestoras de participación y desarrollo social en el Putumayo. Bogotá: Oscar Alberto Coca Gómez, 2002.
- ✓ RODRIGUEZ CAPORELLI, Enrique y SÁNCHEZ, José. Medios Alternativos y procesos de participación. Facultad de Ciencias Humanas y Sociales de UNISA: Bogotá, 1995.