



**UNIVERSIDAD DE CHILE**  
**INSTITUTO DE LA COMUNICACIÓN E IMAGEN**  
**CENTRO DE ESTUDIOS DE LA COMUNICACIÓN**

### **Título**

Radio comunitaria, territorio y cultura: aproximación a la comprensión actual del fenómeno

### **Autor**

Leonel Yáñez Uribe, licenciado en Comunicación, Universidad Arcis. Investigador colaborador del Centro de Estudios de la Comunicación, Universidad de Chile.

### **Correo electrónico**

leoyanez@vtr.net

### **Resumen**

---

### **Palabras clave**

---

### **Introducción**

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

En el contexto de los estudios que se han realizado en Latinoamérica del fenómeno de la llamada "Radio Popular", y de lo que nos deja 14 años desde que aparece en las poblaciones del país un tipo de radio emisora sin fines de lucro, queremos reactualizar la mirada en torno a estas problemáticas, atendiendo las continuidades y discontinuidades en su concepción y su hacer, tanto como situándonos en Chile y la particularidad del fenómeno, a propósito que la escena de los medios de comunicación ha provocado cambios profundos en el ámbito de la cultura, agregando a esto, la ligazón de la gente con un hacer democrático en el contexto de nuestra transición democrática, no menos conflictiva y conflictuada.

Un primer acercamiento realizado al fenómeno de la radio comunitaria, queda consignado en un documento de trabajo denominado "Radios Comunitarias y de Mínima Cobertura"<sup>1</sup>, donde hay un acercamiento preliminar de tipo diagnóstico, en el que da cuenta, al menos, de tres dimensiones observadas en esa práctica comunicacional:

---

<sup>1</sup> Yáñez Leonel; Aguilera Oscar: "Radios Comunitarias y de Mínima Cobertura: Diagnóstico estado de situación de la radio comunitaria chilena". Documento trabajo. ECO Educación y Comunicaciones. Santiago de Chile, Marzo, 2001.

1) La radio como animador socio cultural, vinculada a ciertas prácticas organizativas de la gente en un territorio.

2) La radio como espacio de formación y desarrollo de opinión pública local, es decir, lugar donde podemos precisar en términos teórico de la existencia de una cartografía y mapas de la comunicación local donde se distinguen actores, espacios, proyectos, agendas y estrategias comunicacionales.

3) La radio y su territorialidad, es decir, inserta en unas culturas, donde predominan unos códigos, que manifiestan de maneras emergentes o cristalizadas, unas identidades, lo que se traduce en ciertas representaciones existentes en el decir de aquellos que producen comunicación desde un dispositivo como lo son las radios comunitarias (locales).

El presente trabajo, pretende abordar esta última dimensión, “problematizando”<sup>2</sup> a la radio comunitaria y su saber hacer, con una contemporaneidad que pone en cuestión (hipotéticamente) las nociones que desde el campo de la comunicación y la cultura desarrolla conocimiento al respecto. Es ahí donde podemos ver un circuito comunicacional que da cuenta de unos emisiones/producción y unas recepciones/consumo, proceso que no está al margen de los procesos y hábitos de consumo general de medios que la gente tiene y vive en su cotidianidad.

Particularmente, nos acercaremos a esta problemática desde los trabajos de dos investigadoras latinoamericana<sup>3</sup>, más algunos documentos de distintos autores que abordan los temas de la identidad y la cultura.

### **1) La cuestión de la radio y lo popular: continuidades y discontinuidades**

Las difusas categorías comentadas en el contexto de la denominada “crisis de la ciencias sociales”, que desde fines de los 80 en Chile viene a invadir el discurso de la investigación social, se mantiene y se profundiza, toda vez que las tecnologías de la información y las comunicaciones vienen a exacerbar dicho diagnóstico.

De pasar de una concepción funcionalista de los medios, que tiene como antecedente toda la tradición anglosajona cristalizada en las teorías de la “Aguja Hipodérmica” y la “Teoría de los efectos”, a una crítica política, donde se denuncia el poder de los medios y sus efectos de alienación, se llega a un lugar tal en que los medios se empiezan a pensar desde las dinámicas sociales y la cultura, es decir, la mirada puesta en la sociedad, o lo que al fin y al cabo es la relación de medios, movimientos sociales, sujetos.

A hacer ingreso a este constructo teórico, debemos aclarar ciertos conceptos que han cruzado estas investigaciones. Uno de estos, centrales, es lo que remite a “lo popular”: lo popular no como degradación, subvaloración de

---

<sup>2</sup> He decidido problematizar, antes que hacerme las preguntas, con las que termino este trabajo.

<sup>3</sup> Nos referimos al trabajo extenso de Rosa María Alfaro, investigadora peruana y María Cristina Mata, investigadora argentina.

formas de ser y pensar de ciertas culturas, marginadas y excluidas de la trama moderna, sino como “desde la espesura de los mestizajes y las deformaciones de lo urbano, de lo masivo”, que viene a abastecer un imaginario que ha dominado en las concepciones de las ciencias sociales desde fines del siglo XIX, hasta nuestros días. Lo popular, como “una realidad heterogénea”<sup>4</sup>.

Por otra parte, otra noción que articula esta conversación es la de “lo masivo”. Por un lado la idea de sujetos asimilados por una dinámica donde no hay posibilidad de reflexión crítica, es decir, esa masa que pone al individuo como un ente indiferenciado, sometido a la dinámica cuantitativa de la mayoría. O, por otra vertiente, la noción “de lo masivo” problematizada desde lo mediatizado, concebido hoy, incluso, como lo masivo segmentado o de la hipersegmentación de los públicos, que identifica al concepto venido desde las industrias culturales, es decir, una cierta cultura industrializada producida y destinadas a grandes masas de la población<sup>5</sup>.

Pero nuestro enfoque (o el que se esta en perspectiva), quiere reconocer no sólo objetos o bienes simbólicos que son producidos para el consumo masivo, sino más bien, y atendiendo toda su contemporaneidad, a ese lugar en que se “producen las significaciones” en una sociedad donde todo se ha masificado<sup>6</sup>.

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

“(...)algunos comenzamos a sospechar de aquella imagen del proceso en la que no cabían más figuras que las estratagemas del dominador, en la que todo transcurría entre unos emisoras-dominantes y unos receptores-dominados sin el menor indicio de seducción ni resistencia, y en la que por la estructura del mensaje no atravesaban los conflictos ni las contradicciones y mucho menos las luchas (...)”<sup>7</sup>

Es decir, los procesos de la comunicación moderna (y pos, agregamos), que no se remiten sólo a dinámicas unidireccionales, ni a asuntos donde los contextos no intervienen. Es más, podemos señalar que, buena parte de lo que los sujetos y las personas viven, se afina en la relación que las nuevas tecnologías y los medios de comunicación contemporáneas instalan como unas “tecnhe”, desarrollando o negando ciertas habilidades sociales y disponiéndose ciertos hablantes, espacios comunicacionales desde donde se construyen diversas identidades, en un mundo donde lo masivo se constituye, agregamos nosotros, mediáticamente.

No hay una intención de exacerbar un discurso donde parece que el sujeto ha sido violentado y difuminado en un tiempo cuyas tecnologías componen y

---

<sup>4</sup> Sunkel, Guillermo: “Razón y Pasión en la prensa popular. ILET, Santiago de Chile. 1985.

<sup>5</sup> María Cristina Mata problematiza esta noción en su artículo “De la cultura masiva a la cultura mediática” Revista Diálogos de la Comunicación” Número 56, FELAFACS. Octubre 1999.

<sup>6</sup> Martín Barbero, Jesús: “De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía”. Editorial Pili. Barcelona 1987

<sup>7</sup> Op. Cit.

descomponen la realidad, es decir, la realidad “pantalla”, “interfaz”, realidad “redes contiguas de la información” como lo plantea Baudrillard.

Lo cierto es que al mirar lo que la radio comunitaria chilena es, no podemos dejar de lado las categorías y nociones que han ordenado la discusión en Latinoamérica, al respecto. Es decir, estudio aquello que tiene contiene un discurso, en tanto su existencia es porque se nombrada por quienes la hacen y por quienes la miran (esto es un problema, de todas maneras, más metodológico, y lo dejamos hasta ahí). Decir radio comunitaria, es decir para el resto de los latinoamericanos “radio popular”, “radio educativa” y más próximo “radio ciudadana”. Decir radio comunitaria es decir pueblo, es decir lo alternativo, es decir identidad, pero también es decir “lo masivo” y “lo mediático”.

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

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

María Cristina Mata, en el marco de la transición democrática argentina, comienza a observar a los medios que se constituyen de unos públicos heterogéneos, fragmentados culturalmente, pero que ven en los medios de comunicación la posibilidad de expresión pública y por ello, un lugar donde se pueden constituir actores sociales. Y por otra parte, una reciprocidad constituida desde de las dinámicas establecidas por la relación entre los “múltiples productos y prácticas que constituyen la cultura masiva<sup>8</sup>”.

Es importante reconocer que la radio comunitaria, en la actualidad, forma parte de los procesos contradictorios que la globalización ha venido a instalar, en el sentido que lo local a perdido cierto lugar como referente, pero que sin embargo, en medio de esta paradoja, se reinstala como una salida a una cierto desplazamiento hacia aquello asible, en que las tendencias de la fragmentación social y los procesos de personalización, no es ajeno a lo que se vive en los sectores poblaciones, urbano popular, lugar desde donde miramos a la radio comunitaria chilena porque en ese territorio se origina y se desarrolla.

Porque las radios comunitarias algo se proponen al existir, al organizarse, al producir ciertos objetos, ciertas materialidades, ciertos discursos. Algo dicen y algo conectan con una audiencia que está hipersegmentada por las posibilidades múltiples de consumo de medio, que segregan en el tiempo mediático llámesele en el ver noticias, escuchar matinales, leer e ingresar y navegar en Internet. La radio comunitaria no como comunicación alternativa, sino como un medio más que compite y que es pertinente en tanto su propuesta manifiesta una relación, la que implicaría un contrato desde el discurso que es “un espacio donde se construye una relación de intercambio entre sujetos, entre los emisores y los destinatarios<sup>9</sup>”.

---

<sup>8</sup> Mata, María Cristina: “Radios y públicos populares”. Revista Diálogos de la Comunicación, FELAFACS, Noviembre 1988.

<sup>9</sup> Mata, María Cristina; Scaraffa Silvia: “Lo que dicen las radios”. ALER, Quito, 1993.

Es interesante la mirada complementaria, pero no por ello distinta, que Rosa María Alfaro hace de los procesos donde se relaciona la cultura de masas y la cultura popular en el Perú. Dice, a propósito de la explosión de radios de todo tipo en Lima, proceso que da cuenta de a fines de los 80, pero por lo que sabemos, aún no se ha detenido: “Esto ha generado un proceso espontáneo de repartición de la audiencia. La emisora de más alta sintonía llega sólo a un 5,2 % del público oyente (...) De esa manera se enfrentan al proceso de popularización social y cultural que se vive en las grandes ciudades, resemantizando por lo tanto sus mensajes conforme los diversos imaginarios populares que descubren muy intuitivamente en esa búsqueda”<sup>10</sup>.

Es interesante el fenómeno que ocurriría en Lima, en tanto rompería “con el mito de la massmediación, de la homogenización del público de todo medio masivo ante un arquetipo de hombre medio representativo”<sup>11</sup>.

En medio de múltiples emisoras, aparece una emisora “mía”, aquella que interpela unas formas de ser, que habla y conversa desde un lugar de cercanía/proximidad, donde los códigos que se comparten, necesariamente, tiene que ver con una vida, que también se desagrega, de la vida representada desde el campo de “los grandes medios”.

Desde esa perspectiva es que Rosa María Alfaro coincide con María Cristina Mata en la necesidad de analizar las radios para reencontrarnos “con los procesos sociales implicados en la comunicación y por ende en la vida social”<sup>12</sup>.

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

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

Desde esta visión, la producción radial originada en un territorio, destinada para ese territorio, contempla claves posibles de averiguar, que dan cuenta de sentidos distintos a los que se transan desde la industria cultural, que segmenta por condición socioeconómica y no sociocomunicacional (en el sentido de unos códigos que se intercambian en un territorio de la vida cotidiana):

“Lo que nos interesa distinguir es el **mundo creado** por esta particular forma de comunicación: la dinámica de vivencias que supera los

---

<sup>10</sup> Alfaro, Rosa María; y otros: “Cultura de Masas y Cultura Popular en la Radio Peruana”. Calandria, Lima 1990.

<sup>11</sup> Op. Cit. Pág 19.

<sup>12</sup> Op.cit. Pág 20.

esquemas "emisor" / "receptor". Más bien, que trenza las acciones de destinatario y destinatarios en un único movimiento de existencia en la cultura (único: **uno**, para los involucrados, en **un** mismo momento)<sup>13</sup>.

Con este fin, los procesos de producción radial acotados a un territorio/localidad, nos abren las puertas para entender acerca de las culturas locales, como procesos de construcción de identidades que ubican a los sujetos en una dimensión distintas a las culturas, productos de otros espacios posibles (laborales, de consumo de bienes material, de viaje). Es interesante, al respecto, acercarnos al fenómeno sin dejar pasar por alto el influjo que el contexto global impone a estas prácticas sociocomunicacionales, en una coyuntura que para muchos teóricos, se comienza a "mutar" prácticas y relaciones sociales, en el hacer de la gente.

De ahí que interesa reconstruir el circuito de comunicación que encarna la radio comunitaria chilena, decodificando sus lenguajes, sus temáticas, sus campos de referencias, en la producción de la programación radial para un territorio específico; tanto como las claves de recepción que existe de esa oferta comunicativa, singular, que (hipotéticamente), se daría desde una interacción distinta a la relación medio/públicos, en la radio comercial con fines de lucro, cuestión que dentro del programa de investigación de quien escribe sólo es posible resolver a través de una investigación de más largo aliento y donde se puedan integrar distintos niveles de comprensión del estatuto Receptores-Recepciones, Consumidores-Consumos.

Por ello, viene a cuentas conceptualizar el vínculo existente entre audiencias (públicos) y radios (u otros medios), relación que ha sido definido bajo dos modalidades: de "exposición" al medio y de "consumo" del medio.

El primero, nos remite al modelo comunicacional básico, "emisor-mensaje-receptor", donde el mensaje depende exclusivamente del propósito de un emisor. Aquí, asociamos a la idea de receptor a un público pasivo, que se expone a la oferta del medio.

La segunda concepción del vínculo públicos-medio radial, consiste en una red de relaciones de intercambio de bienes fundamentalmente simbólicos. El "consumo" de medios adquiere forma al interior del fenómeno de la "mediatización" de la vida a través de los dispositivos con que opera la "industria cultural". Aquí la radio constituye un dispositivo específico de la industria cultural, distinta a la televisión o la prensa escrita. Entonces:

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

Esta constituye un interrogante orientadora, en tanto existen muchas dimensiones posibles de ser interrogadas. Sin embargo, dos ámbitos constituyen el foco de atención: uno es el lugar y las características del tratamiento que las emisoras hacen de la cultura en el espacio local; y otro, los rasgos que definen los

---

<sup>13</sup> P Cottet; L Yáñez: Aproximaciones a los vínculos comunicación radial y cultura juvenil. Documento de trabajo, ECO, Educación y Comunicaciones. 1995.

contenidos y estéticas de la propia conversación radial que se origina en un territorio. Esto último, define lo propio de la estrategia comunicacional de la radio en una localidad, en tanto es un dispositivo que crea sentido común, dota de sentido y significado al entorno. Por así llamarlo, constituye a su estrategia (no en el sentido de De Certeau).

Es acá donde nos aparece esa forma posible, en principio, distinta de “crear un mundo”. Qué hay detrás de ese hablar ¿es posible definir un imaginario que se representa a través de unas relaciones mediadas por la radio en la localidad? Cómo es esa cultura, que queda de lo popular en ella. Cuánto más ha sido vaciada para, ahora sí, transformarla en una suerte de manifestación de una ideología que cubre todo y la empapa hasta transformarla en una identidad individual, autoreferente y fuertemente posmoderna.

Por ello y como lo sugiere Mario Berríos es importante “reconstruir esa red de relaciones que produjeran lo que tenemos ante los ojos”<sup>14</sup>, o para el caso, lo que produce aquello que se dice desde la radio comunitaria.

Pues, como dice Berríos, en el contexto de una cultura oficial siempre se encuentran resistencias, formas contestarías a ella. Esa otra cultura, no adolecería de la mirada crítica, de la que adolece el resto de la sociedad. Esta cultura no oficial, manifiesta o emergente, permite a partir de sus propias claves y códigos, leer aquello que se viste de poderoso, aquello que se instala en el sentido común. Esa forma de ver el mundo, es identificado por Berríos como Cultura Popular, es decir, “un modo inteligible de la realidad cultural”<sup>15</sup>

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

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

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

¿La relación comunicativa<sup>16</sup> del medio radial comunitario da cuenta de procesos comunicacionales distintos al que instalan los grandes medios de comunicación?

---

<sup>14</sup> Berríos, Mario: “Detrás del Arco Iris. Epistemología de la cultura popular en América Latina. Diálogos de la Comunicación, Número 26. FELAFACS, Marzo 1990.

<sup>15</sup> Op.Cit. pág 3.

<sup>16</sup> Concepto que se definirá más adelante a partir de “Lo que dicen las radios” de María Cristina Matta”, en la idea que la relación comunicativa radio/comunidad, sería distinta al vínculo que los medios de comunicación tradicional tienen con sus audiencias.

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

### **Bibliografía**

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

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

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

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

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

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

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

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