Medios de Comunicación Comunitarios y su relación con el periodismo, una mirada desde las emisoras comunitarias en Colombia.

GT8: Comunicación Popular, Comunitaria y Ciudadanía

Marisol Mesa Galicia
Universidad del Tolima, Ibagué – Colombia
mmesag@ut.edu.co

Rafael González Pardo
Universidad del Tolima, Ibagué - Colombia
rgonzal@ut.edu.co

Resumen

El presente trabajo de investigación se abordó a partir de la metodología cualitativa, que tiene como objetivo la descripción de las cualidades de un fenómeno. Busca un concepto que pueda abarcar una parte de la realidad. No se trata de probar o de medir en qué grado una cierta cualidad se encuentra en un cierto acontecimiento dado, sino de descubrir tantas cualidades como sea posible (Wimmer & Dominick, 1996).

A través de un enfoque etnográfico hicimos inmersión en los ejes periodismo y medios comunitarios así como un análisis desde el modelo, el marco legal y la participación en las emisoras comunitarias de Colombia; la etnografía inicialmente tenía relación con la ubicación geográfica y el origen étnico, la definición se ha

ampliado para incluir bastante más que la organización de un grupo, permitiendo el estudio de la organización particular de una "cultura". El enfoque etnográfico más común es simplemente observar a los participantes sentirse inmersos en la cultura, tomando extensas notas de las observaciones e impresiones (Wimmer & Dominick, 1996).

Con la presente ponencia buscamos analizar el papel que hoy en día juegan los medios de comunicación comunitarios y de esta manera hacer una lectura de como éstos contribuyen de forma estratégica al desarrollo económico y social. Así mismo queremos anotar como éstos medios surgen de las comunidades cuando éstas sienten la necesidad de dejar de ser consumidores pasivos de información para convertirse en protagonistas, generadores y portadores de sus culturas. La idea entonces es mostrar la importancia de los medios comunitarios para muchas poblaciones postergadas como las únicas voces con las que se cuenta para demandar mejores condiciones de vida.

Por otro lado, queremos analizar de la relación del periodismo con los medios comunitarios. Se trata entonces de mirar el papel del periodista comunitario como un actor que debe a partir de la investigación generar contenidos que lleven a la reflexión y a la profundidad en la noticia. La ponencia permitirá reflexionar como el periodista y el medio de comunicación se han convertido en guardabarreras en la que está dejando a la gente afuera en lugar de dejarla entrar. En tal sentido, queremos demostrar como son los periodistas comunitarios los que deben dejar de ser esa barrera, para pasar a ser el túnel que conecte el hacer un buen y verdadero periodismo comunitario con la gente, con el medio y la comunidad.

Luego de hacer estos análisis, nos centraremos en el caso de las emisoras comunitarias en Colombia: Allí Radio Sutatenza representa el inicio; ubicada en amplitud modulada (A.M.) y dirigida por el padre José Joaquín Salcedo, fue la que

le dio un manejo pedagógico y cultural a su programación. Dicho estilo permitió el desarrollo de la comunicación popular que se caracteriza por su carácter libre, alterno, ciudadano y participativo.

Colombia ha sido pionera de las radios comunitarias en América Latina, pues les ha abierto el camino de la legalidad, algo que según Alejandro Alfonso de la Unesco y José Ignacio López Vigil de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC) no ha sido posible en otros países. El decreto 1447 del 30 de agosto de 1995 plantea la posibilidad de democratizar la radio para seguir impulsando, a través de espacios de participación ciudadana, espacios de reflexión comunitaria, de concertación y negociación para la resolución de sus conflictos o para la realización de proyectos de desarrollo local.

Es decir, las Emisoras Comunitarias en Colombia fueron pensadas para ampliar el acceso democrático a los medios por parte de diferentes sectores locales del país.La participación plural está en la base misma de la razón de ser de estas emisoras. Sin embargo, esta participación no siempre logra concretarse en muchas de ellas, ni reflejarse en laconstrucción de parrillas incluyentes que respondan a la diversidad de intereses y necesidades decomunicación de los ciudadanos ya que para los diferentes sectores sociales y organizaciones locales no es todavía suficientemente claro el papel que pueden jugar las emisoras en la promoción de sus intereses.

Objetivos

1. Definir y analizar la importancia de los medios de comunicación comunitarios.
2. Establecer la relación que existe entre el periodismo y los medios de comunicación comunitarios.
3. Determinar el modelo de las emisoras comunitarias en Colombia y su marco legal.

4. Establecer la importancia de la participación en las emisoras comunitarias de Colombia.

Medios de Comunicación Comunitarios y su relación con el periodismo, una mirada desde las emisoras comunitarias en Colombia

Hoy en día en Colombia y Latinoamérica el papel de los medios comunitarios se vuelve más relevante y variado, lo que genera, como bien lo anota la Asociación Mundial de Radios Comunitarias - AMARC - que gracias a la diversidad y heterogeneidad de este tipo de medios de comunicación puede resultar complicado intentar buscar una definición que los abarque completamente.

> "No es posible caracterizarlos por el uso de la tecnología ni por el alcance o el impacto social que generan o por los ingresos que obtienen. Todo medio con vocación verdaderamente comunitaria, sin embargo, tendrá en común el objetivo de beneficiar a la comunidad en la que está inmerso por sobre intereses económicos. En ese sentido, los medios de comunicación comunitarios están orientados a funcionar como una herramienta democratizadora de la sociedad y en general están comprometidos con la defensa de sus derechos, comenzando por el derecho a pensar y expresarse libremente. (Hernández, 2012)

Gracias al papel que hoy en día juegan los medios de comunicación comunitarios se puede pensar en que desde allí se contribuya de manera estratégica al desarrollo económico y social, pero visto desde un enfoque sostenible que requiere necesariamente de bases firmes. Requiere entonces de un enfoque

basado en el empoderamiento de las comunidades, y de trabajar por el fortalecimiento de los derechos a la libertad de información y a la libertad de expresión.

Como bien lo anota la AMARC, estos medios surgen de las comunidades cuando éstas sienten la necesidad de dejar de ser consumidores pasivos de información para convertirse en protagonistas, generadores y portadores de sus culturas. En muchas poblaciones postergadas los medios comunitarios son las únicas voces con las que se cuenta para demandar mejores condiciones de vida. Con la tendencia creciente a la formación de redes internacionales estas voces pueden amplificarse de forma significativa. (AMARC, 2008).

En este sentido el medio de comunicación comunitario, debe ser eso, comunitario, participativo y reflexivo. Por lo que queremos que esta ponencia gire en torno a los siguientes ejes: 1. El periodismo y los medios comunitarios y 2. Emisoras Comunitarias, un análisis desde el caso colombiano.

Periodismo y medios comunitarios

Para iniciar, debemos preguntarnos, ¿qué podríamos entender como periodismo de investigación y como puede ser aplicado dentro de los medios comunitarios? Según Heriberto Cardoso Milanés, doctor en Ciencias de la Comunicación Social y Profesor e investigador de la Universidad de Oriente y Santiago de Cuba, para el común de sus cultivadores, éste se distingue del resto de las rutinas profesionales tradicionales, fundamentalmente por la selección de determinados temas y su mayor profundidad en el tratamiento del objeto o asunto que se aborda, lo cual supone o es el resultado a su vez del empleo combinado de métodos y técnicas rigurosas de indagación en la búsqueda de los datos y, por supuesto, de un

consumo de tiempo y otros recursos superior a la media del reportaje convencional.

Autores como Robert W. Greene y Gerardo Reyes, en un intento de definición, precisan que el periodismo de investigación es la reportería que se realiza a través de la iniciativa y el trabajo del periodista, sobre asuntos de importancia que algunas personas u organizaciones desean mantener en secreto. Los tres elementos básicos son: que la investigación sea el trabajo del reportero, no un informe sobre una investigación hecha por alguien más; que el tema de la información trate algo de razonable importancia para el lector o televidente, y que haya quienes se empeñen en esconder esos asuntos al público. (UNAD, 2010)

Entonces, teniendo en cuenta lo anterior, los medios comunitarios deben rescatar o tener como pilar estos elementos y buscar que exista una prensa comunitaria debe convertirse en un medio de investigación que lleve a la reflexión y a la profundidad en la noticia.

Los periodistas entonces, dentro de los medios de comunicación comunitarios, deben rescatar esa esencia periodística que han venido perdiendo los medios de comunicación tradicionales: La investigación, sin que eso implique afirmar que la investigación se haya convertido en un nuevo género periodístico, todo lo contrario, puesto que habría que coincidir con Gabriel García Márquez cuando aclaraba en un artículo publicado por el Tiempo, que *"la investigación no es una especialidad del oficio, sino que todo periodismo tiene que ser investigativo por definición"*.(Márquez, 1995)

Es necesario que dentro de cualquier medio de comunicación comunitario se involucre a los ciudadanos. Los medios comunitarios no pueden verse simplemente como medios alternativos, sino que deben lograr trabajar de la mano

con este importante actor, y allí en gran medida puede verse una de las debilidades actuales.

Para Leonard Witt periodista estadounidense, *"como practicantes del Periodismo Comunitario, a menudo hemos tenido que enfrentarnos a la queja de otros periodistas que en realidad, los ciudadanos no tienen mucho que decir"*. *Ahora, los periodistas están aprendiendo que los ciudadanos no solo tienen muchas cosas que decir, sino que en muchos sentidos están conduciendo la conversación",* (Witt, 2008) y este es un punto vital que tienen que tener en cuenta hoy en día cualquier medio de comunicación comunitario. Según el Informe sobre el estado de los medios periodísticos del año 2004*,* producido por el reputado Proyecto para la Excelencia en el Periodismo en los Estados Unidos:

> "Hoy en día, la tecnología está transformando a los ciudadanos de consumidores pasivos de noticias producidas por profesionales a participantes activos que pueden componer su propio periodismo a partir de elementos dispares. A medida que los ciudadanos utilizan Google para buscar información, se alimentan de una infinita variedad de soportes, leen bitácoras (blogs) o las escriben, se convierten en sus propios editores, investigadores, e incluso corresponsales. Lo que antes se llamaba periodismo es solo una parte del cóctel, y su papel como intermediario y verificador, como los papeles de otras instituciones cívicas, se está debilitando. Estamos asistiendo al despertar de una nueva clase de ciudadanía en los Estados Unidos, más activa, con nuevas responsabilidades, a la que solo se la está empezando a tomar en consideración. (Rosenstiel, 2003).

Es claro entonces, que los medios de comunicación que son de carácter comunitario, no solamente deben involucrar a los ciudadanos, sino que debe lograr que éstos se apropien de los medios y por ende, debe buscar generar alianzas estratégicas con la comunidad, que logre que los ciudadanos los sientan como propios y se vean reflejados frente a lo que se produce, lo que los convertiría en generadores de contenidos sistemáticamente. De allí entonces el papel del periodista comunitario debe ser el de lograr que su principal fuente sea la misma comunidad.

Retomando *el informe* sobre el estado de los medios periodísticos del año 2004:

> En el año 2005, la sensación de que el papel de la prensa en relación con el público está cambiando parece todavía más clara. Hace una generación, la prensa era de hecho una institución que se quedaba sola en su papel como comunicadora entre la ciudadanía y los productores de noticias, fueran éstos empresas vendiendo productos o políticos vendiendo agendas, que querían dar forma a la opinión pública atendiendo a sus propios intereses. Hoy en día, los productores de noticias tienen una infinidad de nuevas formas de comunicación para llegar al público. Hay canales de tertulias, canales de entrevistas, sitios web corporativos, sitios web gubernamentales, sitios web que aparentan ser bitácoras de ciudadanos pero que en realidad son otra cosa, y mucho más. El periodismo es una pequeña parte que se hunde en medio de este mundo mediático que no para de crecer.

> El desafío para el periodista tradicional consiste en si puede reafirmar su posición como proveedor de algo distintivo y valioso, tanto para los ciudadanos como para los anunciantes. La prensa continúa siendo rentable en lo financiero porque, aunque la audiencia acumulada por un único medio pueda ser pequeña, es todavía el mayor punto de encuentro al que los anunciantes pueden acudir. Las líneas de tendencia, sin embargo, dejan claro que esto, también, no debería darse por sentado. De alguna manera, el periodismo necesita probar que está actuando en nombre del público, si es que quiere salvarse a sí mismo (Rosenstiel, 2003).

Pero involucrar a los ciudadanos también trae grandes retos, ya que debemos lograr que estos piensen periodísticamente, es decir convertirlos en lo que Chris Nolan, uno de los practicantes de esta nueva corriente llama como “periodista por cuenta propia” Un periodista o un pequeño grupo de reporteros pueden trabajar en Internet o en un medio alternativo, para producir lo que ellos quieren si lo encuentran adecuado. Y los lectores son igualmente libres para leer el trabajo de un periodista individual, a medida que ven que encaja en su tiempo y no en los horarios establecidos por las cadenas de televisión o los periódicos.

Esto es algo que debe explotar el medio comunitario, ya que las noticias, secciones y temáticas manejadas dentro de estos, deben ir acorde a lo que el lector está buscando, a las noticias de sus interés, de su región de su comunidad y por su puesto un medio en el que él mismo pueda verse reflejado e identificado.

Mary Lou Fulton editora del Northwest Voice dijo a los asistentes a una conferencia “creo que una de las cosas en las que el periodismo no ha sido eficaz

es la de hacer que la gente se sienta poco importante, haciéndole sentir que las cosas que les importan y que son significativas para ellos no tienen sitio en lo que hacemos. Así que yo quiero eliminar todo esto y decir: “Oiga, si nos quiere enviar lo que escribe, siempre y cuando tenga sentido, lo publicaremos. Y lo hacemos... (Seoane, 2009).

Entonces el problema es que el periodista y el medio de comunicación se han convertido en guardabarreras en la que está dejando a la gente afuera en lugar de dejarla entrar. Los periodistas comunitarios, deben dejar de ser esa barrera, para pasar a ser el túnel que conecte el hacer un buen y verdadero periodismo comunitario con la gente, con el medio y la comunidad

El servicio que brindan los medios de comunicación comunitarios es esencial para la sociedad, como bien lo anotaron en la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información, el desarrollo la radio y la televisión comunitaria, depende del acceso a ciertos recursos que no les están asegurados. La capacidad de acceder a las frecuencias radioeléctricas y la apropiación de estándares técnicos es fundamental para la evolución de estos medios, por lo que tanto los gobiernos como los organismos intergubernamentales (la Unión Internacional de Telecomunicaciones, en particular) deberían promover una distribución de frecuencias y un desarrollo de estándares técnicos adecuados para este fin.

La apuesta

Los medios de comunicación comunitarios proporcionan una alternativa a las imposiciones del mercado, comprometiéndose con una vocación de justicia social y defensa de la diversidad, en la que futuros periodistas, deben tener clara la importancia de este tipo de medios de comunicación, ya que la labor social e investigativa, no debe ser pilar de algunos sino de todos los que se dedican a

hacer una la labor periodística y noticiosa. Hay entonces que vaticinar el futuro de la prensa comunitaria o de cualquier medio de comunicación participativo desde los siguientes elementos que bien anota los siguientes aspectos:

1. Aprovechar a los profesionales en comunicaciones de las oficinas de prensa en cada uno de los municipios o ciudades, para que los medios comunitarios sean realizados con calidad y se puedan articular de manera más vertiginosa al servicio de la comunidad.
2. Se requiere el respaldo económico que garantice la continuidad del personal encargado del medio, ya que muchos proyectos comunitarios han nacido, pero han muerto por el poco respaldo de las Instituciones. Adicionalmente, lograr que los trabajos realizados por estos medios puedan proyectarse y convertir a sus promotores en auto gestores de proyectos con instituciones en el exterior que apoyan este tipo de actividades en pro y con la comunidad.
3. Pensar en la posibilidad de manejar auspicios sin compromisos legales o políticos, a través de las alcaldías, gobernaciones o del gobierno nacional. Adicionalmente, buscar la posibilidad de conseguir recursos con organizaciones no gubernamentales, prestándoles servicios o proyectos sociales.
4. Capacitar a los diferentes actores que están interviniendo dentro del medio de comunicación.
5. Involucrar a las universidades y facultades de comunicación de las regiones.

La radio comunitaria

La radio asociativa, comunitaria, libre, popular, alternativa, participativa, ciudadana, cultural, insurgente, educativa, municipal, indigenista, comunal, rural... representa un modelo claramente diferenciador frente a los modelos clásicos dominantes del sector público tradicional y privado comercial (Chaparro, 2012). Los diferentes nombres bajo los que se conoce este modelo de radio responden a

las diferentes realidades de los continentes donde la tradición de estas emisoras se hace sentir en mayor medida.

La radio comunitaria es sin ánimo de lucro y su objetivo principal es brindar una oportunidad a la comunidad para que haga algo por ella misma, en la búsqueda de respuesta a sus necesidades.

Dichas emisoras se han convertido en una herramienta indispensable para que las personas puedan reconocerse, identificarse y comunicarse entre ellas; la radio libre se niega a la comunicación mercantil, ya que toda la programación que allí se elabora y emita debe ser en pro de la comunidad, para mejorar sus condiciones sociales y su calidad de vida.

En 1995 se reconocieron y se adjudicaron las primeras licencias a las emisoras comunitarias que fueron otorgadas a las consideradas ilegales o piratas, medios articulados a organizaciones comunitarias.

Dichos medios representan un puente de encuentro en la localidad donde se visibilizan los temas municipales a partir de la participación ciudadana. Es decir, medios con cobertura local y de acuerdo a lo estipulado por el Estado, sólo se adjudican una frecuenciaen cada municipio.

> La radiodifusión comunitaria es un servicio público sin ánimo de lucro, de ámbito local, considerado como actividad de telecomunicaciones, a cargo del Estado, quien lo prestará en gestión indirecta a través de comunidades organizadas debidamente constituidas en Colombia. Este servicio está orientado a difundir programas de interés social para los diferentes sectores de la comunidad, que propicien su

desarrollo socioeconómico y cultural, el sano esparcimiento y los valores esenciales de la nacionalidad, dentro de un ámbito de integración y solidaridad ciudadana (Pereira, 2001).

Colombia ha sido pionera de las radios comunitarias en América Latina, pues les ha abierto el camino de la legalidad, algo que según Alejandro Alfonso de la Unesco y José Ignacio López Vigil de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC) no ha sido posible en otros países. El decreto 1447 del 30 de agosto de 1995 plantea la posibilidad de democratizar la radio para seguir impulsando, a través de espacios de participación ciudadana, espacios de reflexión comunitaria, de concertación y negociación para la resolución de sus conflictos o para la realización de proyectos de desarrollo local.

El decreto sostiene que las radios comunitarias deben ser participativas y de toda la comunidad; deben responder a las necesidades, gustos y realidades locales, y deben ser medios que contribuyan a la formación, al desarrollo y a la paz de la comunidad. Además, deben estar orientadas a difundir programas de interés social para los diferentes sectores de la comunidad, así propiciar su desarrollo socioeconómico y cultural dentro de un ámbito de integración y solidaridad ciudadana.

Los concesionarios (comunidades organizadas a las cuales el Ministerio de Comunicaciones hoy Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, adjudica las licencias para el funcionamiento de emisoras comunitarias) tienen la obligación de ajustar sus programas a los fines indicados.
Se busca rescatar el valor de lo público, involucrar los diferentes sectores de la comunidad para así también hacerla sostenible como lo expresa Alfonso

Gummucio Dragón en su texto Arte de Equilibristas (2002), al referirse a la sostenibilidad social.

Para hacer de estos medios sostenibles, fue necesario capacitar a los miembros de dichas radios en diferentes temas como: administración, planeación, diseño, gestión y ejecución de proyectos así no solo garantizar la sostenibilidad económica sino también todo un proceso de participación y movilización social. De esta manera, los concesionarios invierten los recursos obtenidos en la emisora en su adecuado funcionamiento, mejoramiento de equipos y de la programación con el fin de garantizar la continuidad en la prestación del servicio y el desarrollo de sus objetivos.

En cuanto a las adjudicaciones de licencias, éstas se hicieron mediante la Resolución 1420 de 1997 (la convocatoria a través del decreto 1447 de 1995); en aquella época se presentaron 1.311 solicitudes, de las cuales se seleccionaron 401, es decir, el 31.2 %. La segunda convocatoria se realizó en 1997 y la adjudicación se hizo mediante resolución 5110 de 1997; se presentaron 352 solicitudes y se seleccionaron 155, es decir, el 44%, y luego se adjudicaron licencias a comunidades indígenas (Pereira, 2001).

Según Jeannine El'Gazzi (citada por Pereira, 2001), la historia de la Radio Comunitaria se podría dividir en tres etapas: la primera, la búsqueda de la legalización y la reglamentación que comprende el periodo de 1990 a 1995, periodo de creación y actividad colectiva y de consolidación de algunos proyectos. Un hecho histórico fue la Constitución que se promulgó en 1991, en la que consagra algunos artículos que garantizan la creación de medios comunitarios por parte de los ciudadanos.

La segunda etapa es la de competencia individual por la licencia local de la radio comunitaria, época que comprende de 1995 a 1998 cuando se asignaron las licencias; este lapso se caracterizó por el logro de un grupo representativo de obtener la licencia de funcionamiento en nombre de la comunidad organizada. Muchos de los que optaron por las licencias lo hicieron como una salida económica familiar o individual; otras fueron asignadas a la Iglesia Católica que utilizaron sus emisoras con fines catequizadores, y tan solo un pequeño grupo contaba con proyectos sociales participativos o sustentados por alguna actividad comunitaria. De ahí la baja participación de las comunidades dentro de su emisora.

La tercera etapa que cobija desde 1998 hasta la fecha, y es la consolidación de las radios comunitarias que obtuvieron licencias. En este periodo se han evidenciado las limitaciones en la gestión y la eficiencia de las asociaciones y redes conformadas en la primera etapa. Las emisoras tienen grandes dificultades en la consecución de recursos económicos para sostenerse.

Actualmente, las radios comunitarias pasan por un momento difícil pues además de las dificultades para sostener su proyecto financieramente, deben pagar multas en millones de pesos por no ajustarse a los requerimientos técnicos previstos por el Estado.

La Agencia Nacional del Espectro – ANE es la encargada de realizar visitas a cada municipio con el fin de hacer un diagnóstico sobre la situación técnica que, en muchos casos, no se ajusta exactamente a la norma. Por ejemplo, algunas pueden tener trasmisores “hechizos” (fabricados artesanalmente), la antena no está ubicada en las coordenadas correspondientes y los equipos de trasmisión no son los homologables que exige el ministerio, entre otros (Mesa Galicia, 2014).

Modelo colombiano de radio comunitaria

La pionera de las radios comunitarias en Colombia fue Radio Sutatenza, experiencia exitosa puesta en marcha gracias a la ardua labor del padre José Joaquín Salcedo que durante casi cuatro décadas logró que la población campesina tuviera otras opciones en la cotidianidad a partir de la propuesta radiofónica, además de bajar los niveles de analfabetismo en dicha época; estuvo ubicada en amplitud modulada (A.M.) y permitió el desarrollo de la comunicación popular que se caracteriza por su carácter libre, alterno, ciudadano y participativo.

Desde los inicios, la participación de la comunidad fue fundamental para poner en marcha este tipo de medios de comunicación y eso se plasmó tanto en la concepción que hace la academia como en la legislación radial.

> La Radiodifusión comunitaria es un servicio público de interés social, sin ánimo de lucro, participativo y pluralista, orientado a satisfacer necesidades de comunicación del municipio o área objeto de cubrimiento; a facilitar el ejercicio del derecho a la información y la participación de sus habitantes, a través de programas radiales realizados por distintos sectores del municipio, de manera que promueva el desarrollo social, la convivencia pacífica, los valores democráticos, la construcción de ciudadanía y el fortalecimiento de las identidades culturales y sociales(Ministerio de Comunicaciones, 2004).

La Radiodifusión Sonora en Colombia, de acuerdo al Decreto1445 de 1995, se clasifica en:

1. Atendiendo la forma de gestión:
   a. Directa. A través de entidades públicas debidamente autorizadas.
   b. Indirecta. A través de nacionales colombianos, comunidades organizadas o personas jurídicas debidamente constituidas en Colombia.
2. De acuerdo a la orientación de la programación:
   a. Comercial
   b. De interés público
   c. Comunitaria

Radiodifusión comercial

Son emisoras de carácter privado. Sus ingresos provienen de la venta, pauta y arrendamiento de su tiempo al aire. Esta primera clasificación se divide en 3 categorías de acuerdo al contenido musical de sus franjas así: A, más musical que B y C.

La radiodifusión comercial se clasifica según su ubicación y población. A mayor número poblacional, será especial. De 2 a 5 millones de habitantes serán emisoras de primera categoría y de 100.000 habitantes o menos, serán emisoras comerciales de quinta categoría.

Emisoras de interés público

- Son otorgadas a entidades estatales
- A las fuerzas militares
- A RTVC (La Radio Televisión Nacional de Colombia – sistema de medios públicos Señal Colombia*)*

Sus recursos en la mayoría de los casos se generan gracias a colaboraciones, aportes, donaciones y partidas presupuéstales de entidades interesadas en fortalecer estos medios; no pueden tener publicidad. En resumen, son emisoras de carácter más institucional, sus temáticas tienen intenciones comunicativas que promueven intereses organizacionales.

Emisoras comunitarias

La ley permite que estas emisoras queden bajo la administración de comunidades organizadas. Sus recursos provienen del ejercicio creativo de la comunidad (bazares, rifas, bingos) y de la comercialización de espacios, patrocinios, arrendamientos, auspicios, colaboraciones y apoyos de instituciones no nacionales reconocidas en el país; pueden pautar hasta 15 minutos por hora de programación.

Sus espacios son participativos, plurales y heterogéneos. La radio comunitaria es el micrófono de la comunidad; en ella participa el médico, el estudiante, la señora de la tienda, el alcalde, la parroquia, en fin… es la radio en la que todos caben y no excluye.

Sin embargo, se ha generado una discusión entre lo legal y lo legítimo de dichos medios; aquellosque tienen reconocimiento en las sociedades, que a pesar de su ilegalidadestán generando procesos de construcción de tejidos sociales y comunicativos entrelos pueblos, pero también se habla de aquellas que cumplen con todo los requisitos frente al Estado pero no tienen el proyecto comunicativo claro, ya que se han dedicado avender y manipular audiencias.

Para JeanineEl'Gazi -antropóloga colombiana y fotógrafa documental, quien ha trabajado en el área de la

comunicación por más de 17 años y estuvo a cargo del programa *Radios Ciudadanas: Espacios para la Democracia*, ha acompañado y ayudado en los procesos de legislación, organización, entrenamiento y desarrollo de las radios comunitarias en todo el país, incluyendo el desarrollo de emisoras radiales de las comunidades indígenas-, Colombia es unos de los países más avanzados en cuanto a legislación de medios, porque se les da reconocimiento a partir de la Constitución de 1991, en el artículo 20, que estipula que los ciudadanos tienen el derecho constitucional de recibir información libre, no mediada o censurada; además tienen el derecho a tener medios propios para no ser sólo consumidores de propuestas hechas por otra gente. El cambio que está detrás de esa Constitución, es el paso de procesos de representación a procesos de participación. No conozco ningún otro país de América Latina que haya hecho alguna propuesta de 800 emisoras comunitarias para todo el territorio; que esté en este momento metido en las emisoras de los pueblos indígenas impulsando sus procesos de concertación, su autonomía, ayudando a que tengan sus propios medios y en su idioma. En esa medida, Colombia es un país muy peculiar. Estamos en medio de una guerra que nos está desbaratando y que está callando a los sectores y, precisamente, toda la idea es no dejarse callar (García Morales, 2006).

Marco legal

Con la expedición de la nueva Constitución Política deColombia en 1991, se fortalece el derecho a la información y expresión porque establece la libertad para comunitarias se sustenta en los Artículos 70 y 75 de la Constitución Nacional que se refieren a temas como la diversidad cultural en el país, el estímulo a su reconocimiento y su difusión; el artículo 103 impulsa las formas de participación democráticas (Mesa Galicia, 2014).

El artículo fundar medios y señala que no habrá censura. El modelo colombiano de radios

> 20 estipula que los ciudadanos tienen el derecho constitucional de recibir información libre, no mediada ni censurada; además tienen el derecho a tener medios propios para no ser sólo consumidores de propuestas hechas por otras personas, sino que tengan la posibilidad de ser ciudadanos activos, artífices de sus propios relatos, de sus propios sueños, de sus propios discursos políticos (Pereira, 2001).

La legislación sobre medios comunitarios establece ciertos parámetros de carácter técnico respecto a la financiación y la naturaleza de la persona jurídica que asume la representación legal del medio. Incluso las políticas nacionales de comunicación definen algunas orientaciones para la programación de este tipo de emisoras: ser opción es participativas y pluralistas, responder a las necesidades de comunicación locales, promover el desarrollo local y el constituir una posibilidad de presencia para las diversas identidades culturales (Benavides Campos, 2004).

> La construcción y legitimidad de la política pública se sustenta a partir de la concertación entre el Estado y la sociedad civil. El servicio de radiodifusión comunitaria constituye un servicio público prestado en gestión indirecta por las organizaciones concesionarias y las comunidades beneficiarias, con el fin de garantizar su dimensión democrática plural y participativa (Ministerio de Comunicaciones, 2008).

La política de radiodifusión sonora comunitaria en Colombia se sustenta en leyes, decretos y documentos CONPES (instrumentos técnicos de planeación por medio de los cuales el gobierno colombiano traza líneas sociales y económicas) que se han expedido desde 1995. Bertha Lucía Arnedo Redondo en su libro "La onda de la Radio" hace una clara exposición de cada una de ellas:

- Ley 74 de 1966: Establece que los servicios de radiodifusión estarán orientados a difundir la cultura y afirmar los valores esenciales de la nacionalidad colombiana.

- Ley 72 de 1989: Hace referencia a los principios que se deben adoptar y el régimen de concesión de licencias.

- Decreto 1900 de 1990: Señala que las telecomunicaciones deben ser utilizadas en forma responsable para contribuir a la defensa de la democracia, la promoción de la participación de los colombianos en la vida de la Nación y la garantía de la dignidad humana y de otros derechos fundamentales consagrados en la Constitución para asegurar la convivencia pacífica.

- Ley 80 de 1993: Establece que las licencias de operación se deben otorgar de acuerdo con principios de selección objetiva, transparencia y economía, además

de los requisitos de carácter social, jurídico, económico y técnico, propios de cada servicio.

- Decreto 1445 de 1995: Con el cual se adoptaron los Planes Técnicos Nacionales de Radiodifusión Sonora en Amplitud Modulada (A. M.) y en Frecuencia Modulada (F.M.).

- Decreto 1446 de 1995: Estableció la clasificación del servicio de radiodifusión en Colombia de tres tipos: comercial, de interés público y comunitaria.

- Decreto 1447 de 1995: Por el cual se reglamenta la concesión del servicio de radiodifusión sonora en gestión directa e indirecta, se define el Plan General de Radiodifusión Sonora y se determinan los criterios y conceptos tarifarios y las sanciones aplicables al servicio.

- Decreto 348 de 1997: Abre la posibilidad de adjudicar licencias de emisoras a la Fuerza Pública.

- Decreto 1021 de 1999: Plantea las formas de financiación de las emisoras comunitarias.

- Decreto 1972 de 2003: Establece el régimen unificado de contraprestaciones, permisos, liquidaciones, cobros y recaudos en materia de telecomunicaciones.

- Decreto 1981 de 2003: Contiene la reglamentación general de las radios comunitarias.

- Decreto 2805 de 2008: Por el presente decreto se expide el Reglamento del Servicio de Radiodifusión Sonora que desarrolla los alcances, objetivos, fines y

principios de dicho servicio público; las condiciones para su prestación; los derechos y obligaciones de los concesionarios; los criterios para la organización, encadenamiento y concesión del servicio.

- Resolución No. 0908 de 2009: Por la cual se adoptan medidas en materia de ordenación técnica del espectro radio eléctrico atribuido a la Radiodifusión Sonora en Amplitud Modulada (A.M.) y Frecuencia Modulada (F.M.)" (Arnedo Redondo, 2011).

- Así mismo está la Resolución 415 de 2010: Por la cual se prorroga el plazo establecido para la actualización de Coordenadas del sistema de transmisión para los proveedores del servicio de Radiodifusión Sonora Comercial. Adicionalmente existen documentos de políticas públicas que aportan al tema de la radio, entre los cuales están:

- El documento de políticas de Radiodifusión Sonora en Colombia, 2004, el cual compila aspectos históricos y legales de la radio en el país, haciendo un recorrido y análisis en cada una de sus categorías y planteando las políticas y nuevos caminos.

- El documento de políticas del Servicio de Radiodifusión Sonora de Interés Público de 2008, fortalece la prestación del servicio de Radiodifusión Sonora de Interés Público en su capacidad de expresarlos propósitos específicos de las instituciones que lo brindan, con el fin de que responda a las necesidades de comunicación entre el Estado y los ciudadanos, contribuya a la defensa de los derechos constitucionales, amplíe lo público, enriquezca los referentes culturales de la ciudadanía y proteja el patrimonio cultural y natural de la nación.

- Documento CONPES (Consejo Nacional de Política Económica y Social) 3506 de 2008, señala políticas para el fortalecimiento del servicio de la radiodifusión comunitaria en Colombia.

- Documento CONPES 3518 de 2008, presenta lineamientos de política para el fortalecimiento de la gestión de la radio y televisión pública nacional, para la promoción de la prestación de un servicio eficiente, se optimice el modelo de negocio de la red pública y se consoliden los servicios de radio y televisión como instrumentos estratégicos del Estado para fomentarla educación, la cultura, la ciencia, la participación democrática, la construcción de ciudadanía y la generación de identidad nacional". (Arnedo Redondo, 2011).

Actualmente el Vice Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, trabaja en la elaboración del Documento de estudio y análisis para la implementación y regulación de la radio difusión digital en Colombia, con el apoyo del Centro de Investigación de las Telecomunicaciones (CINTEL) (Arnedo Redondo, 2011). Con este nuevo documento se pretende describir y analizar las nuevas tecnologías digitales para la radio y los estándares internacionales que se han desarrollado hasta el momento, con el fin de plantear las políticas nacionales frente al nuevo fenómeno.

Radio comunitaria y participación

Las Emisoras Comunitarias en Colombia fueron pensadas para ampliar el acceso democrático a los medios por parte de diferentes sectores locales del país. De acuerdo al modelo nacional, se pensó la participación en varios niveles:

- Presencia directa y efectiva de sectores de las comunidades locales en las emisorasmediante su participación en las Juntas de Programación y en la

definición del proyectocomunicativo, así como en la elaboración del Manual de Estilo y el Código de Ética de lasemisoras.

- Participación de colectivos ciudadanos en la producción de programas que reflejen susintereses y necesidades.
- Participación y apoyo a las emisoras por parte de las audiencias locales, en la medidaen que vean reflejada en la programación temas y narrativas que son de su interés yafinidad.

> Las emisoras comunitarias surgen en un contexto histórico marcado por la ampliación de los referentes del ejercicio ciudadano y de la democracia, sumada a la necesidad de participación por parte de diversas comunidades y grupos sociales en el país, de acceder al escenario público del cual hacen parte de manera significativa los medios de comunicación, y de esta manera, visibilizar sus problemáticas, identidades e intereses (Delgado Pinzón, 2008).

Una vez entró a operar el Decreto 1981 del 2003 que establece la necesidad de acreditar liderazgosocial para integrar las Juntas de Programación, más del 81% de las radios comunitarias del país lo hicieron y superaron el número de sectores participantes mínimos establecidos en los términos de referencia (cuatro sectores).

Sin embargo, a pesar de los avances en lo referente a participación, a los que contribuyó el decreto mencionado, continúa siendo necesario el trabajo para cualificar la participación de los distintos sectores sociales en las emisoras comunitarias, y cabe pensar evaluaciones que miren de manera sistemática y periódica aspectos como, por ejemplo: los usos que la comunidad le da a la emisora comunitaria, el tipo de relaciones que establece la comunidad con su

emisora y los roles que juega una emisora en una comunidad (Ministerio de Comunicaciones, 2008).

> El rasgo característico de una radio comunitaria es la naturaleza participativa de las relaciones existentes entre ésta y la comunidad. La mayoría de las radioemisoras, ya sean comunitarias o de otro tipo, participan de alguna manera en la vida de sus oyentes anunciando sus noticias y eventos, difundiendo su música y reflejando su cultura. Sin embargo, unas pocas estaciones convencionales brindan oportunidades de participación a sus oyentes por medio de solicitudes de una canción particular o expresando su opinión sobre un tema definido por la estación en debates telefónicos. La radio comunitaria, por otro lado, apunta no solo a participar en la vida comunitaria, sino también a permitir que la comunidad participe a su vez en la vida de la estación. Esta participación puede llevarse a cabo a distintos niveles: propiedad, programación, gerencia, administración y financiación. Cada una de las radioemisoras que se contemplan en esta sección han desarrollado una manera particular de potenciar y fomentar la participación comunitaria en uno o varios de estos niveles (Girard, 2002).

La participación plural está en la base misma de la razón de ser de estas emisoras. Sin embargo, esta participación no siempre logra concretarse en muchas de ellas, ni reflejarse en la construcción de parrillas incluyentes que respondan a la diversidad de intereses y necesidades de comunicación de los ciudadanos ya que para los diferentes sectores sociales y organizaciones locales

no es todavía suficientemente claro el papel que pueden jugar las emisoras en la promoción de sus intereses (Mesa Galicia, 2014).

Sólo en el 2003, después de 6 años de haber iniciado la puesta en funcionamiento de las emisoras comunitarias, cuando entró en vigencia el Decreto 1981, la mayoría de los concesionarios de dichos medios empezaron a convocar la participación de diversos sectores en los asuntos que conciernen a las estaciones radiales.

La corta experiencia en convocar ypromover de manera permanente la participación hace que aun, para muchas emisoras, esta convocatoria no reconozca o recoja presiones o posibles intereses ciudadanos que se traduzcan en aumentos significativos de programas realizados localmente, orientados a satisfacer las necesidades y formas de comunicación ciudadana propias de cada municipio o localidad (Ministerio de Comunicaciones, 2008).

En este sentido, Winocur (2002) señala que “el desafío para los ciudadanos, las organizaciones civiles y los movimientos sociales no es cómo aparecer en los medios, tampoco cómo apropiarse de ellos, suena tan utópico como hacer de cuenta que no existen, el verdadero reto es aprender a servirse de ellos para poder incidir en la definición de tiempos, formas y contenidos de los canales de participación”.

A pesar de las limitaciones, varias de las emisoras comunitarias colombianas, primero, han logrado construir un proyecto comunicativo considerado como pionero, no solo en el país sino en el contexto Latinoamericano y mundial; segundo, han logrado consolidar ejercicios efectivos y significativos de participación ciudadana en varios espacios de la vida pública local; (3), han construido y participado en la esfera pública y han gestado una capacidad de

convocatoria propia y efectiva, mediante la producción de una programación interesante y pertinente a sus contextos, debates y campañas (Mesa Galicia, 2014).

> La presencia de una emisora comunitaria aunque no totalmente participativa, tiene un efecto inmediato en la población. Pequeñas emisoras generalmente comienzan a transmitir música la mayor parte del día, teniendo así un impacto en la identidad cultural y en el orgullo de la comunidad. El próximo paso, generalmente asociado a la programación musical, es transmitir anuncios y dedicatorias, que contribuyen al fortalecimiento de las relaciones sociales locales. En cuanto esta crece en experiencia y calidad comienza la producción local de programas sobre salud o educación. Eso contribuye a la divulgación de informaciones sobre cuestiones importantes que afectan a la comunidad. La palabra “participación” es caleidoscópica; cambia de color y de forma según la voluntad de las manos que la sostienen (Gumucio Dagron, 2001).

Lo contrario también sucede a veces: emisoras que comienzan siendodemocráticas y acaban sufriendo la centralización “presidencialista” en la gestión de la programación. En esos casos estas personas tienden a ser vistas como dueñas de la radio, aunque pertenezca a la comunidad. En última instancia, la radio comunitaria típica es aquella que la comunidad reconoce como suya y por eso la protege y participa en ella. Como el caso de las radios mineras en Bolivia a mediados del siglo pasado o Radio Sutatenza.

Los caminos que toman ciertos medios radiales no siempre se coinciden con los objetivos inicialmente trazados, y, por lo que se observa, distorsiones de este tipo suceden cuando se descuida de alimentar la participación intensiva de la comunidad en la vida de la emisora. De ahí que se requieren procesos de negociación y concertación de los diversos intereses ciudadanos, en busca de metas específicas, en el contexto complejo de tramas concretas de relaciones sociales y de poder.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMARC. (Mayo de 2008). *Choike .* Obtenido de Principios para un marco regulatorio democrático para radio y TV comunitaria: http://www.choike.org/nuevo/informes/1283.html

Arnedo Redondo, B. L. (2011). *En la onda de la radio.* Cartagena: Editorial Universitaria.

Benavides Campos, J. E. (Marzo de 2004). Medios de comunicación comunitaria: entre los deseos y los espejismos de la ciudadanía. Bucaramanga, Santander, Colombia.

Chaparro, M. (Marzo de 2012). *La Asociación de Radios Comuntiarias (AMARC): otro modelo radiofónico posible.* Recuperado el Marzo de 2012, de www.telos.fundaciontelefonica.com: "http://telos.fundaciontelefonica.com/telos/institucionesgrabar.asp@idarticulo=1&rev=65.htm"http://telos.fundaciontelefonica.com/telos/institucionesgrabar.asp@idarticulo=1&rev=65.htm

Delgado Pizón, J. Q. (2008). *Características, alcances sociales e impacto del servicio de radiodifusión comunitario en Colombia.* Bucaramanga: Universidad Industrial de Santander.

García Morales, M. (2006). *Medios ciudadanos y comunitarios en América Latina.* Bogotá: Centro de competencia de comunicación para América Latina. www.c3fes.net.

Girard, B. (2002). *Radioapasionad@s. 22 experiencias de la Radio Comunitaria en el mundo.* www.comunica.org/apasionados/: Ciespal.

Gumucio Dagron, A. (2001). *Haciendo Olas. Historias de comunicación participativa para el cambio social.* Nueva York: Fundación Rockefeller.

Hernández, G. M. (Abril de 2012). *MEDIOS Y DESARROLLO: UN RETO DESDE LO COMUNITARIO.* Recuperado el marzo de 2014, de http://www.eumed.net/rev/cccss/20/mhsg.html

López Vigil, J. I. (31 de Julio de 2010). *Manual Urgente para Radialistas Apasionad@s.* Recuperado el 31 de Julio de 2010, de www.radialistas.net: HYPERLINK "http://www.radialistas.net"http://www.radialistas.net

Márquez, G. G. (3 de Diciembre de 1995). *El Tiempo*.

Mesa Galicia, M. (2014). *Participación ciudadana y nuevas territorialidades en la Emisora Comunitaria Musicalia 106.0 F.M. de Planadas (Tolima): Estudio de caso. Tesis de Maestría.* Ibagué, Colombia: Universidad del Tolima.

Ministerio de Comunicaciones. (2004). *Las telecomunicaciones al sevicio de los colombianos.* Bogotá.

Ministerio de Comunicaciones. (2008). *Radio y Pluralismo. Política de Radiosifusión Sonora de Interés Público.* Bogotá: Imprenta Nacional.

Pereira, J. M. (2001). Comunicación y ciudadanía. Apuntes para comprender las radios y televisiones comunitarias en Colombia. *Signo y Pensamiento No. 38*, 102 - 116.

Rosenstiel, B. K. (2003). *PERIODISMO, LOS ELEMENTOS DEL.* Madrid.

Seoane, F. (2009). *La fórmula periodística del mañana: Noticias para el público y por el público*. Recuperado el Marzo de 2014, de http://www.monografias.com/trabajos908/formula-noticias-publico/formula-noticias-publico2.shtml

UNAD. (2010). *¿ Qué es el periodismo de investigación?* Recuperado el febrero de 2014, de http://datateca.unad.edu.co/contenidos/401110/cotenidonuevo/leccin_41__qu_es_el_periodismo_de_investigacin.html

Wimmer, Roger/ Dominick, Joseph (1996): *La investigación científica de los medios de comunicación social. Una introducción a sus métodos*. Barcelona. Editorial Bosch.

Winocur, R. (2002). Radio, espacio público y participación. En R. Winocur, *Ciudadanos mediáticos. La construcción de los público en la radio.* Gedisa.

Witt, L. (2008). La fórmula periodística del mañana: Noticias para el público y por el público.