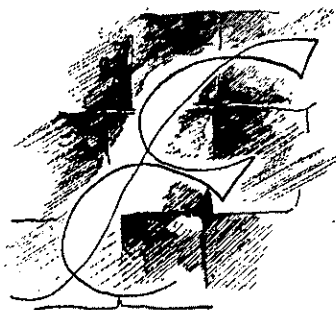


▲ JOSÉ MIGUEL PEREIRA G.*

Comunicación y ciudadanía

Apuntes para comprender las radios y televisiones comunitarias en Colombia



Este artículo, a modo de apuntes, notas y glosas, busca realizar una síntesis del proceso de construcción de radios y televisiones comunitarias como formas de expresión y comunicación ciudadana en Colombia. Se pretende establecer los alcances, avances, limitaciones y problemas de estas experiencias en el país, mencionando algunos antecedentes, contextualizando el artículo — breve caracterización de la situación actual colombiana, esbozo de la relación comunicación y ciudadanía, aproximación a la situación de las radios y televisiones comunitarias— y señalando algunos desafíos a los que se enfrentan estos medios ante las demandas de la sociedad colombiana—.

► ANTECEDENTES

Este trabajo se desarrolló a partir del estudio *Políticas y estrategias de comunicación para el desarrollo social en Colombia*¹, con el que se pretendía: en primer lugar, analizar cómo las instituciones estatales, las organizaciones no gubernamentales, las organizaciones sociales y los medios masivos de comunicación estaban trabajando la comunicación y la información en temas relacionados con el desarrollo y, en segundo lugar, a

* Profesor del Departamento de Comunicación de la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá Colombia.

Dirección electrónica: jpereira@javeriana.edu.co

¹ Proyecto realizado y dirigido por los profesores Jorge Iván Bonilla y José Miguel Pereira con el apoyo del Ministerio de Comunicaciones de Colombia entre 1998 y 1999.

partir de este estudio, plantear algunas líneas de acción a que se enfrentan estos actores en el trabajo de la comunicación y la información para el desarrollo regional y la gestión social, especialmente, en áreas centrales como: la salud, la educación, el medio ambiente, la gestión cultural y la participación ciudadana entre otros.

En la segunda etapa del estudio se emplearon dos procedimientos de investigación: una entrevista abierta a miembros de las instituciones que estaban trabajando en proyectos de comunicación y un seminario donde se buscaba esclarecer el sentido, las posibilidades y los retos a los cuales se enfrentaba la comunicación en los contextos del desarrollo local y regional en Colombia. Para llevarlos a cabo se empleó la metodología de los grupos de discusión, que está considerada como "una herramienta de investigación social que trabaja con el habla [...] y constituye un dispositivo que permite la reconstrucción del sentido social en el seno de una situación —grupal— discursiva. Dado que el sentido es siempre grupal y discursivo y requiere del despliegue de hablas múltiples en una situación de comunicación"².

La investigación se llevó a cabo en cinco de las principales ciudades de Colombia y participaron miembros de unas cien instituciones y organizaciones nacionales, regionales y locales³. En cada lugar se desarrolló un esquema de trabajo similar (ajustado y mejorado de una ciudad a otra); el seminario se orientó alrededor de tres ejes: primero, la situación de la comunicación y la información para el desarrollo local y regional; segundo, las fortalezas y debilidades (problemáticas y prioridades que deberían orientar el trabajo), y tercero, los lineamientos y recomendaciones para construir políticas de comunicación que guíen el desarrollo social en Colombia.

Durante el desarrollo de este proceso surgió el tema de las radios y las televisiones comunitarias como un tema de análisis y reflexión sobre las posibilidades de los procesos de organización comunitaria, participación ciudadana y gestión del desarrollo local y regional en el país. Tema que, luego de finalizada la segunda etapa del estudio, se continuó profundizando y enriqueciendo con algunas entrevistas, estudios de ciertos casos y con la participación en el IV Encuentro Nacional de Radios Comunitarias en diciembre de 1999, organizado por la Red de Radios Comunitarias de Colombia (RECORRA) en asociación con otras instituciones gubernamentales y no gubernamentales. Los avances y las reflexiones sobre la situación de los medios locales y comunitarios están resumidos en este documento.

► EL CONTEXTO ACTUAL COLOMBIANO

Los medios de comunicación comunitarios en Colombia son casos de estudio interesantes, no sólo por los procesos de constitución y consolidación de estas formas de expresión de los ciudadanos y sus organizaciones sociales, sino por las condiciones sociales, políticas y económicas, en las que se encuentra el país.

Colombia vive unas de las peores crisis económicas y sociales de los últimos años, reflejada en los bajos índices de producción nacional, el desempleo de más de tres millones de personas en edad de trabajar y el incremento de la población con necesidades básicas insatisfechas (15 de los 38 millones de habitantes), y en condiciones de pobreza (7 de los 38 millones de habitantes)⁴. Además, Colombia se caracteriza por ser uno de los países latinoamericanos con mayor concentración de riqueza, por ser un país violento que vive en medio de un conflicto armado interno (más de cuarenta años de duración) y por tener un Estado que no hace presencia en muchos lugares del territorio nacional.

El Estado ha sido manejado por intereses privados y por los monopolios nacionales y extranjeros; un ejemplo es la creciente privatización de las empresas públicas. Es una nación donde se criminaliza la asociación, la expresión ciudadana, así como la protesta social, y se saquean los dineros de las entidades públicas para mantener el clientelismo político y las empresas electorales. La sociedad colombiana es una sociedad de desigualdades, exclusiones, fragmentada socialmente, que se usa la violencia en lugar de la negociación política para resolver los conflictos personales y sociales, en pocas palabras, es una nación con un tejido social roto y con poca participación ciudadana⁵.

Los estudios sobre el conflicto armado entre 1985 y 1996 demostraban que durante ese lapso en Colombia se presentaron 11.613 acciones armadas, en las

² Cañales, Manuel y Peinado, Anselmo. "Grupos de discusión". En: Delgado, Juan y Gutiérrez, Juan (coord.). *Métodos y técnicas cualitativas de investigación en ciencias sociales*. Madrid: Síntesis, 1994. p. 288-316.

³ Los seminarios no fueron de carácter abierto y masivo; fueron cerrados, con grupos de participantes previamente seleccionados, que trabajaban en comunicación, en sus diversos ámbitos, y que estaban vinculados a organizaciones gubernamentales, no gubernamentales, a medios masivos y comunitarios de comunicación y a algunas organizaciones sociales.

⁴ Datos del Ministerio de Salud, del Departamento Nacional de Planeación y del DANE. *El Espectador*, 18 de marzo del 2000.

⁵ Confrontar: "Agenda ciudadana. Documentos de trabajo". *Separata Papeles para la democracia* de la Corporación Viva la Ciudadanía. Bogotá, 1999.

cuales murieron 16.625 colombianos, discriminados así: 7.673 guerrilleros, 4.400 miembros de las Fuerzas Armadas y 4.552 civiles asesinados. Además, 4.853 civiles fueron secuestrados. En 1995 se calculaba que el costo del conflicto colombiano ascendía a \$6,1 billones de pesos, equivalentes al 9% del PIB, con un promedio anual de 1,5% del PIB. Por otro lado, se sostiene que entre 1995 y 1998, 835.000 personas fueron desplazadas por la guerra y, de ellas, el 65% (542.000) eran niños, niñas y jóvenes⁶.

Ante el conflicto armado interno y la violencia generada por el narcotráfico, algunos sectores están empeñados en construir una sociedad donde los ciudadanos demanden sus derechos económicos, sociales, civiles y políticos; se interesen y actúen de manera permanente y organizada frente a los asuntos públicos, y ocupen los diversos espacios de participación que creó la Constitución de 1991. Una sociedad donde todos estemos incluidos, donde haya cabida para la pluralidad regional, cultural, étnica y los distintos modos de pensar que, por la violencia, han sido silenciados y excluidos del debate político y de las esferas públicas entendidas como:

Esos espacios simbólicos donde todos los ciudadanos puedan comunicarse y ser interlocutores de todas las voces y proyectos que hay en el país. Espacios en los que tiene que caber la palabra en sus múltiples manifestaciones, el debate, la fiesta, la expresión de la memoria, lo que implica, en el proceso de construcción de una

cultura de la paz en Colombia, abrir espacios para la comunicación, entender las prácticas sociales desde la cultura, potenciar la capacidad expresiva y comunicativa de los ciudadanos, dado que como dice Hannah Arendt: la violencia es muda⁷.

Cabe resaltar que en el escenario de las comunicaciones en Colombia además del Estado y sus instituciones, las empresas privadas, los medios masivos de comunicación y las universidades (con sus diversos programas de comunicación) encontramos a una serie de organizaciones de la sociedad civil⁸ de carácter nacional, regional y local, entre ellas las denominadas ONG, que vienen produciendo trabajos de comunicación en diversos ámbitos como salud, medio ambiente, educación, organización comunitaria, participación ciudadana y animación cultural. El propósito de estas organizaciones es ampliar la esfera pública comunicativa del país, reivindicando el derecho a la información y a la comunicación (como parte fundamental del ser humano), consagrados en la Constitución colombiana de 1991. Estas organizaciones han venido impulsando y fortaleciendo las experiencias de las radios y las televisiones comunitarias en el país.

► COMUNICACIÓN-CIUDADANÍA: UNA APROXIMACIÓN

Estudiar las experiencias de las radios y las televisiones comunitarias, implica no sólo comprender que son modos de expresión y comunicación ciudadana, sino, más profundamente, que la comunicación es una dimensión central y constitutiva de las actividades humanas, dado que es un modo peculiar de interacción mediadora y mediada entre sujetos-agentes sociales⁹. Además, que los procesos de interacción, construidos por medio de estas experiencias, son significativos y comprometen el ámbito de la vida cotidiana, las dinámicas sociales y culturales, la esfera pública, las sensibilidades y las identidades colectivas.

Cuando la comunicación se plantea en este sentido, se enfatiza en los procesos de producción, intercambio y negociación de significados en el seno de la cotidianidad de las comunidades y grupos sociales. Si una de las tareas principales de la comunicación es la de posibilitar la construcción de acuerdos colectivos, de tejido social, podríamos considerar que la comunicación es, fundamentalmente, una cuestión de política, en cuanto "la política en el sentido estricto, no tiene que ver tanto con los hombres como con *el mundo que surge entre ellos...* ese mundo es creado por los hombres y está mediado por la acción y el discurso"¹⁰.

⁶ Datos tomados de: Departamento Nacional de Planeación, "Los costos económicos de la criminalidad y la violencia en Colombia, 1991-1996". Defensoría del Pueblo, "Estado de los derechos de la infancia colombiana, 1998". *Consultoría para los Derechos Humanos y el Desplazamiento (CODHES)*. Boletín 20, mayo de 1999.

⁷ García, Eugenia y Pereira, José Miguel. "Comunicación, universidad y cultura de paz". En: *Diálogos de la Comunicación*. Lima: FELAFACS, 2000.

⁸ El concepto de *sociedad civil* está tomado de Larry Diamond en "Reflexión sobre la sociedad civil: hacia la consolidación de la democracia". En: Santana, Pedro. *Las incertidumbres de la democracia*. Bogotá: Foro Nacional por Colombia, 1995. p. 3-22. Para Diamond la sociedad civil implica "un vasto conjunto de organizaciones económicas, culturales, informativas y educativas, basadas en intereses, de desarrollo, cívicas; además abarca el mercado ideológico y el flujo de información e ideas, esto incluye no sólo los medios de comunicación independientes, sino también las instituciones que pertenecen al campo más amplio de la actividad intelectual y cultural, como universidades, grupos ideológicos, casas editoriales, teatros, compañías de producción cinematográficas y redes artísticas". Para el autor, la sociedad civil se refiere a los fines públicos, no a los privados; se relaciona con el Estado de alguna forma, pero no tiene el propósito de obtener el poder formal o una función dentro de él; entonces, se distingue por que abarca el pluralismo y la diversidad.

⁹ Piñuel, José y Gaitán, Juan. *Metodología general: conocimiento científico en investigación en comunicación social*. Madrid: Síntesis, 1995. p. 221.

¹⁰ Arendt, Hannah. *¿Qué es la política?* Barcelona: Paidós, 1997. p. 118.

La relación comunicación-ciudadanía implica analizar cómo una sociedad amplía o disminuye los intercambios, la red de relaciones sociales mediatizadas, la participación ciudadana, la manera de expresarse, de sus habitantes, su libertad de expresión, el grado de accesibilidad a los medios de comunicación, el reconocimiento y la visibilidad que éstos hacen de la pluralidad social, cultural y política de una sociedad, y la manera como en esa sociedad se garantiza el derecho a la libertad de opinión y expresión.

Por otro lado, para hablar de ciudadanía desde un punto de vista comunicacional —parafraseando a Germán Rey— es necesario hablar de la vigencia de los derechos políticos y sociales, así como establecer la dirección de la sociedad mediante decisiones públicas; esto último implica que los movimientos sociales, el Estado y las ONG deben desarrollar proyectos para que los ciudadanos accedan eficientemente a la información pública.

La ciudadanía implica participar activamente en la conformación del futuro de la

sociedad por medio del debate y de decisiones públicas, es decir, los ciudadanos deben incorporarse a la vigilancia y al diseño de las instituciones públicas, creando vínculos, participando y conversando. En este sentido, las comunicaciones configuran la ciudadanía en cuanto las comunidades afectan la vida social y pública, pues cada vez más van a confrontar los intereses de los ciudadanos y éstos van a participar aún más en las discusiones referidas a los problemas comunicacionales y a los problemas de la sociedad en su conjunto¹¹.

Abordar la relación comunicación-ciudadanía implica analizar cómo una sociedad amplía o disminuye los intercambios, la red de relaciones sociales mediatizadas, la participación ciudadana, la manera de expresarse y comunicarse de sus habitantes, su libertad de expresión, el grado de accesibilidad a los medios de comunicación, el reconocimiento y la visibilidad que éstos hacen de la pluralidad social, cultural y política de una sociedad, de los diversos actores sociales, y la manera como en esa sociedad se garantiza el derecho a la libertad de opinión y expresión.

La comunicación se constituye en unos de los ejes de las relaciones humanas (interpersonales, grupales, mediadas y mediatizadas), de la participación ciudadana y de la construcción de la democracia. Lo que implica,

además, que la capacidad de intercambiar y confrontar diversos puntos de vista, entre sí y con otros, está íntimamente relacionada con el grado de participación, la libertad de expresión y la capacidad que tiene esa sociedad de construir tejido social, acuerdos para la convivencia pacífica y la construcción de un proyecto político y social colectivo.

En los discursos del Estado, de las organizaciones sociales y de algunos académicos, las experiencias de las radios y las televisiones comunitarias son consideradas formas de expresión, participación y organización ciudadanas; ejercicios políticos y democráticos de ciudadanos que históricamente han sido excluidos de las decisiones, los debates, el acceso y la producción de comunicación en el país; por eso, es necesario preguntar por los avances, las fortalezas, las limitaciones, los retos organizativos, tecnológicos y jurídicos a que se enfrentan estas experiencias en la construcción de un país más democrático, en el actual proceso de negociación del conflicto armado y en la configuración de una esfera pública donde quepan todos los ciudadanos.

► LAS RADIOS LOCALES Y COMUNITARIAS EN COLOMBIA

▲ De 'piratas' a legales

En 1995 se reconocieron y adjudicaron las licencias de operación de las (hasta la fecha) consideradas ilegales y 'piratas' radios comunitarias en Colombia. Emisoras que estaban articuladas a organizaciones comunitarias y que venían trabajando en comunicación para el desarrollo del país desde hacía varios años. A partir de ese año, la radiodifusión comunitaria es definida como:

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 ciudadana¹².

¹¹ Rey, Germán. *Balsas y medusas*. Bogotá: Fescol, Fundación Social, 1998.

¹² Ministerio de Comunicaciones. "Una nueva radio para Colombia". Bogotá, 1995. Decreto 1447 de 1995.

Diez años atrás, las radios comunitarias se habían iniciado como formas alternativas de comunicación¹³ por el trabajo de organizaciones comunitarias y colectivos de comunicación en regiones como Antioquia, Santander y el litoral pacífico colombiano.

En este sentido, las radios comunitarias son fruto de la necesidad de las poblaciones más olvidadas y apartadas de las grandes urbes; pues esas poblaciones buscan un medio que permita el cubrimiento y la difusión de los servicios mínimos: campañas de vacunación, atención en caso de desastres naturales, actividades sociales que van desde primeras comuniones, matrimonios y cumpleaños, hasta reuniones de mingas y encuentros comunitarios.

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 (Unesco) y José Ignacio López Vigil (Amarc) no ha sido posible en otros países latinoamericanos. El Decreto 1447 del 30 de agosto de 1995 plantea la posibilidad de realizar el antiguo sueño de la democratización de la radio, de seguir impulsando —a través de los medios la participación ciudadana— espacios de reflexión comunitaria, de concertación y negociación para la resolución de sus conflictos o para la realización proyectos de desarrollo local.

Sin embargo, lo más importante no está en que las radios comunitarias pasaran de su clandestinidad al reconocimiento oficial y legal, sino que este decreto les ofrece un mapa, un compromiso, una función social clara, que las define y les da el carácter de comunitarias. 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 la paz de la comunidad.

Además, deben estar orientadas a difundir programas de interés social para los diferentes sectores de la comunidad, y así propiciar tanto su desarrollo socioeconómico y cultural como la recreación y los valores esenciales de la nacionalidad, dentro de un ámbito de integración y solidaridad ciudadana. Por lo tanto, todos los concesionarios tendrán la obligación de ajustar sus programas a los fines indicados. Se busca rescatar el valor de lo público, involucrar a los diferentes sectores de la comunidad para (entre otras cosas) hacer

sostenible a la emisora comunitaria. Esta tarea, nada fácil, depende de la gestión y acercamientos que los concesionarios realicen con las organizaciones que tienen un trabajo reconocido y avalado por la comunidad, así como con las diferentes entidades públicas existentes tanto en el ámbito local como regional.

Para hacer sostenibles las radios comunitarias, ha sido necesario capacitar a los miembros de las emisoras en administración, planeación, diseño, gestión y ejecución de proyectos, de manera que se pueda garantizar no sólo la financiación de la emisora, sino todo un proceso de participación y movilización social a su alrededor. Con este proceso se buscaba que los concesionarios del servicio comunitario de radiodifusión invirtieran los recursos obtenidos en la emisora (comercialización de espacios, patrocinios, apoyos financieros de organizaciones internacionales legalmente constituidas en Colombia u organismos gubernamentales nacionales) en su adecuado funcionamiento, mejoramiento de equipos y de la programación que se transmite a través de ella y, en general, en inversiones que garantizaran la adecuada continuidad en la prestación del servicio y el desarrollo de los objetivos comunitarios.

El balance del Ministerio de Comunicaciones sobre el proceso de adjudicación de frecuencias en la modalidad de radiodifusión comunitaria en 1995 fue muy positivo. Todos los procedimientos relacionados con la convocatoria y evaluación de las solicitudes se llevaron a cabo teniendo en cuenta el Decreto 1447 de 1995, mientras que la adjudicación se hizo mediante la resolución No. 1420 de 1997. Para acceder a este servicio se presentaron 1.311 solicitudes, de las cuales se seleccionaron 401, es decir, el 31,2%.

En la segunda convocatoria, realizada en 1997, el procedimiento de selección y evaluación de las solicitudes se llevó a cabo teniendo en cuenta el decreto mencionado; la adjudicación se hizo mediante la Resolución No. 5120 de 1997. Se presentaron 352 solicitudes de las cuales se seleccionaron 155, es decir, el 44%, lo que significa que actualmente en el país existen 556 emisoras de radiodifusión comunitaria legalmente constituidas. Además, 70 nuevas están en proceso de adjudicación a comunidades indígenas.

Según el Ministerio de Comunicaciones, las organizaciones que atendieron la convocatoria eran de carácter comunitario, religioso, educativo, ecológico, cooperativo, deportivo, comercial, de padres de familia y de artesanos, entre otras. En la mayoría de los casos era notoria la clara noción de los adjudicatarios sobre el papel de las emisoras comunitarias a la luz de los

¹³ Pinzón Uribe, Yolanda. *La radio comunitaria: el comienzo de la democratización de la radio*. Bogotá: Mimeo, 1998.

propósitos trazados por el Estado colombiano. Sin embargo, actualmente, tanto el Ministerio de Comunicaciones como el Ministerio de Cultura vienen apoyando a las comunidades favorecidas en la tarea de articular esta labor con procesos reales de participación y organización comunitaria, partiendo de la definición planteada y la redefinición del sentido social de estas experiencias de comunicación para el desarrollo del país. Esto evidencia que muchas licencias fueron otorgadas a concesionarios que no tenían claros los propósitos de estas experiencias, no estaban articulados a verdaderos proyectos de organización y participación de los ciudadanos; de ahí que muchas emisoras se hayan convertido en réplicas de las emisoras comerciales.

▲ Tres etapas del proceso

Para Jeannine El'Gazi, la historia de las radios comunitarias en Colombia se podría dividir en tres etapas. En primer lugar la *búsqueda de la legalización y reglamentación*:

...comprende el período de 1990 a 1995. Se caracteriza por la búsqueda de un reconocimiento legal y de una reglamentación favorable a las emisoras comunitarias, es un período de creación y actividad colectiva y de consolidación de algunos proyectos. Un hecho histórico clave por esta época fue la creación de la Constitución Política Colombiana de 1991 que en varios de sus artículos garantiza la libertad de expresión y la posibilidad de crear medios de comunicación por parte de los ciudadanos¹⁴.

La segunda etapa es la de *competencia individual por la licencia local de radio comunitaria*:

...comprende de 1995 a 1998 cuando finalmente se asignan las licencias. Esta etapa está marcada por desarrollos particulares y competitivos entre las distintas propuestas, significó un proceso cualitativo distinto del anterior, se caracterizó, no tanto por la búsqueda colectiva de una legislación, sino por el logro de un grupo 'representativo' de obtener la licencia de funcionamiento en nombre de la 'comunidad organizada'¹⁵.

Según El'Gazi, muchos de los que optaron por las licencias

...fueron individuos particulares, con alguna experiencia en comunicación, que vieron en las emisoras, más una salida económica familiar o individual, que un proyecto de comunicación social tal como inicialmente se había pensado. Por otro lado, a la Iglesia Católica le fueron asignadas alrededor de un 30% de las licencias, quienes

vieron la posibilidad de utilizar las emisoras más con fines catequizadores que con fines sociales. Las experiencias de la Iglesia Católica tampoco surgieron de procesos participativos comunitarios y locales, sino que fueron montadas en 'representación' de las comunidades. Sólo un porcentaje muy pequeño de las propuestas avaladas y a las cuales el Ministerio de Comunicaciones asignó las licencias son el resultado de proyectos sociales participativos o son sustentados por algún tipo de actividad comunitaria. Se evidencia una marcada ausencia de proyectos comunitarios, cuestión que se refleja hoy en la baja participación de las comunidades. El tipo de convocatoria propuesto por el Estado marco más derroteros de exclusión que de participación de los diversos sectores de una comunidad en el proyecto de comunicación comunitaria desde lo local¹⁶.

En tercer lugar, El'Gazi sostiene que luego de 1998 y hasta la fecha, asistimos a la *consolidación de las radios comunitarias que obtuvieron licencia*:

En este período se evidencian limitaciones en la gestión y la eficiencia de las asociaciones y redes conformadas en la primera etapa. En el proceso ha surgido una contradicción entre los intereses de algunos grupos comunitarios y la reglamentación del proyecto desde el Estado, con sus perspectivas no del todo coherentes o unívocas en su intencionalidad. Las comunidades se ven abocadas a la consecución de recursos para el montaje de las emisoras estimado en unos 15 mil dólares; lo que genera tensiones y dificultades, agregando además, los engorrosos procedimientos de tipo técnico-legal exigidos por el Estado para la operación de las emisoras¹⁷.

▲ Los hacedores de radio: el encuentro de RECORRA¹⁸

El IV Encuentro Nacional de Radios Comunitarias realizado por la Red Colombiana de Radios Comunitarias (RECORRA) en diciembre de 1999, que reúne alrededor de doce redes regionales y al que asistieron unas 400 personas de todo el país, se puede considerar como un primer balance de la situación actual de las radios

¹⁴ El'Gazi, Jeannine. *Cultura y región: la mirada a una experiencia en radio como espacio de interrelaciones y creación cultural de lo público desde lo local*. Bogotá: Mimeo, 1999. p. 4.

¹⁵ *Ibíd.*, p. 6.

¹⁶ *Ibíd.*, p. 6.

¹⁷ *Ibíd.*, p. 8.

¹⁸ Las anotaciones sobre el IV Encuentro Nacional de Radios Comunitarias, que aparecen en este texto, se desprenden de los apuntes del autor, por lo tanto, son de su responsabilidad y no comprometen a los organizadores del evento.

comunitarias en el país, pero, además, es un buen ejemplo para ilustrar lo que sostiene El'Gazi sobre el proceso de consolidación de las radios comunitarias en Colombia. Veamos algunos de los ejes de las discusiones y recomendaciones de este evento en temas como participación, organización y gestión, y el proyecto de ley que actualmente cursa en el Congreso colombiano.

▲ *En cuanto a la participación*

Los asistentes plantearon que las radios comunitarias son espacios para el diálogo y la concertación, son experiencias que generan reflexiones populares y ciudadanas en torno a la paz y el conflicto, pues la mayoría de las radios comunitarias hacen convenios con instituciones importantes para informar y capacitar a la gente.

Asimismo, consideran que las radios comunitarias promueven valores, generan identidad cultural, unen y comprometen a la gente en torno a determinadas causas. El hecho de que los encargados de manejar la radio sean de la misma comunidad genera confianza en los oyentes, dado que conocen los problemas y necesidades y emplean lenguaje espontáneo y cotidiano que llama la atención del público y lo motiva a acercarse.

Teniendo en cuenta que la definición de ciudadano abarca a hombres, mujeres, niños, enfermos, negros, blancos, indígenas, prostitutas, presos, etc. Los participantes del encuentro se preguntaron ¿cuántas de estas personas participan en las emisoras comunitarias?, ya que uno de sus objetivos es abrir espacios de participación para los excluidos ¿los micrófonos de las emisoras están abiertos a todos o sólo a unos cuantos?

Es evidente la falta de capacitación de los conductores de las emisoras comunitarias, dado que no saben cómo crear formas de participación de los ciudadanos en las experiencias. Los temas que se tratan y las opiniones que se dan no son imparciales, pues, además de las presiones de los grupos armados (guerrilla y paramilitares), también se ven afectados por las políticas económicas. Esto se evidencia en que la radio comercial-privada deja muy pocas posibilidades a las emisoras comunitarias porque concentran la mayor parte de las

audiencias; lograr que sintonicen las emisoras de su pueblo o barrio no es tarea fácil. En muchas experiencias, la participación no es tan democrática como se quisiera, pues hay temas que no se pueden mencionar ya que por el conflicto armado que vive el país la gente no habla ni participa.

En ese sentido, los asistentes plantearon que es necesario realizar convenios con instituciones y universidades para capacitar a los agentes promotores de comunicación en la comunidad. Pidieron que los ministerios de Comunicaciones y de Cultura apoyen, asesoren y capaciten a los miembros de las radios comunitarias.

Además, que se generen espacios de participación para que las radios se conviertan en espacios culturales, de recreación y de expresión de los ciudadanos. Lo que implica diseñar políticas de comunicación y cultura para el fomento, gestión y sostenibilidad de estas experiencias.

▼ *En cuanto a la estructura y organización*

Los participantes en el IV Encuentro organizado por RECORRA consideran que el proceso de estructuración de los proyectos radiofónicos, así como la organización de las redes locales, regionales o nacionales de radios comunitarias se debe fortalecer por medio de varias propuestas: apoyando la creación de escuelas radiofónicas para niños en las escuelas y colegios; creando políticas para la reactivación económica y el incremento de la productividad de los municipios, dado que una economía local estable, va a invertir recursos en el sostenimiento de las emisoras comunitarias; evaluando los contextos socioculturales para iniciar procesos de formación en radio acordes con los contextos culturales regionales; creando comités de comunicación en las Juntas de Acción Comunal de las localidades; revisando la misión, visión, objetivos y fines de cada proyecto radiofónico a la luz de los propósitos por los que fueron creadas las emisoras, lo que implica, además, que los diseños de programación no dependan de una sola persona, sino de una junta o comité de programación en cada proyecto radiofónico.

Para fortalecer las organizaciones regionales, los participantes sostienen que deben construirse redes



de emisoras comunitarias interregionales para el intercambio de proyectos, experiencias y programación. Además, crear mesas de trabajo regionales articuladas con organizaciones de carácter nacional, lo que implica (entre otras cosas) la realización de proyectos de investigación interregional sobre la incidencia de proyectos de radiodifusión sonora comunitaria en el país.

De igual manera, consideran necesaria la participación del Estado por medio del Ministerio de Comunicaciones en temas relacionados con el marco legal existente y sus modificaciones periódicas, así como la participación del Ministerio del Exterior, del Ministerio de Cultura y de organizaciones nacionales e internacionales interesadas en el fortalecimiento y desarrollo de la expresión ciudadana mediante estas experiencias de radios comunitarias en Colombia.

▼ Sobre el proyecto de ley de radios comunitarias

Los participantes en este IV Encuentro organizado por RECORRA realizaron algunos comentarios y recomendaciones al Proyecto de Ley 183 de 1999, por el cual se establece el servicio de radiodifusión sonora comunitaria y que actualmente cursa en el Congreso de Colombia.

En cuanto a la adjudicación de licencias, se recomienda que en el estudio de las propuestas se incluyan dos representantes de la sociedad civil y de la organización nacional de radios comunitarias. Además, que dentro de los requisitos de la organización se anexen evidencias que demuestran su trabajo comunitario en el municipio.

En cuanto a criterios de programación, se sugiere que en ésta se incluyan espacios de debate sobre los temas que afectan a las comunidades, para que todas las partes involucradas tengan espacios y tiempos equitativos. En las emisoras comunitarias no debe permitirse la propaganda política pagada. Se recomienda que la pauta publicitaria sea de quince minutos por hora y que el Estado les dedique un porcentaje significativo de la pauta oficial.

En cuanto al seguimiento, apoyo, control y evaluación de las emisoras, se recomienda que se establezca un comité consultivo local, conformado por cinco personas representadas así: dos cupos para instituciones y tres para organizaciones sociales. Este comité debe establecer los criterios para los anuncios de servicio a la comunidad de acuerdo con el contexto local; también, que en el comité de seguimiento del Ministerio de Comunicaciones, se garantice la presencia de un representante de la organización nacional de radio comunitaria.

► LAS TELEVISIONES COMUNITARIAS EN COLOMBIA

Para el caso de la televisión comunitaria en Colombia, retomamos el trabajo de Darío Ángel, Luis Fernando Barón y otros autores *Diagnóstico nacional la televisión local y comunitaria en Colombia*, realizado en 1997, el cual está considerado como uno de los más significativos sobre el tema de las televisiones comunitarias en Colombia. Para efectos de estos apuntes, retomamos los principales aspectos de este diagnóstico.

Los autores de esta investigación sostienen que en Colombia existen más de 300 experiencias de televisión local y comunitaria; sin embargo, en un estudio donde sólo se registran 265 casos concluyen que:

Las regiones con mayores recursos económicos concentran la mayoría de las experiencias, cuestión que es similar para el caso de las radios comunitarias. [...] Los resultados dejan ver con claridad que la heterogeneidad de experiencias y proyectos de televisión local reflejan la diversidad de procesos históricos, de tejido de identidades culturales y territoriales al interior de las regiones y zonas del país [...] La participación plural de organismos e instituciones revela el acceso de nuevos actores sociales con voz propia a estos espacios que están construyendo propuestas diferentes de desarrollo social y cultural. La televisión local y comunitaria no sólo se ha convertido en una nueva plaza de discusión de asuntos públicos, sino en una nueva tribuna para adquirir visibilidad social. Tiene como objetivo central lo cultural, entendido como la reseña, recuperación y reconocimiento de experiencias artísticas y sociales de los lugares donde operan y reclaman al Estado que garantice la confección de un marco reglamentario que le permita a estas experiencias nacer y crecer en condiciones de equidad frente a las demás modalidades de televisión¹⁹.

▲ Los orígenes

En el estudio se sostiene que entre los aspectos que incidieron para la creación y consolidación de los canales comunitarios en el país se resaltan: la proliferación de los sistemas de parabólicas y su empleo por parte de comunidades organizadas, la apropiación tecnológica y

¹⁹ Ángel, Darío y otros. *Diagnóstico nacional de televisión local y comunitaria: panorama de la televisión local y comunitaria en Colombia*. Bogotá, No. 1 (febrero, 1998). Bogotá: Fundación Social (Vicepresidencia de Desarrollo), CINEP, Fundación HablaScribe y Ministerio de Comunicaciones, 1997.

La televisión comunitaria nace, por un lado, como resultado de la acción comunitaria enfocada hacia las necesidades particulares y las estructuras en formación de la participación y movilización en la sociedad. Los canales son una respuesta a la necesidad de expresión de las comunidades, pero en muchos casos no aparece como exigencia comunitaria, sino como gestión política electorera de empresarios de las antenas parabólicas.

narrativa del video, la Constitución de 1991, la descentralización administrativa, el nacimiento y consolidación de los canales regionales y los procesos de legislación de la televisión.

La televisión comunitaria nace, por un lado, como resultado de la acción comunitaria enfocada hacia las necesidades particulares y las estructuras en formación de la participación y movilización en la sociedad. Los canales son una respuesta a la necesidad de expresión de las comunidades, pero en muchos

casos no aparece como exigencia comunitaria, sino como gestión política electorera de empresarios de las antenas parabólicas.

Y; por otro; aunque es cierto que quienes comercializaron la televisión por parabólica lograron una gran aceptación en el mercado por la baja inversión y el uso gratuito del canal local, también es cierto que debido al desconocimiento jurídico de los alcaldes, sin las demandas comunitarias por el acceso a la televisión internacional y los deseos de acceso a la televisión por parte de las comunidades, no hubiera sido posible la aparición de las televisiones comunitarias en Colombia. Además, el estudio argumenta que la televisión fue una posibilidad de trabajo para algunos comunicadores sociales y expertos de otras áreas.

Sin embargo, estas razones dejan de lado la mediación cultural y cognitiva, con la resultante transformación de la dimensión de la distancia entre los emisores y los receptores. Pero el hecho de incluir dentro de sí la memoria tradicional, los imaginarios locales y un tipo particular de actores posibilitó que este medio se convirtiera en un elemento decisivo de conformación de identidades y difusión de propios conocimientos.

Estos elementos ayudaron a legitimar y a consolidar los poderes locales, la valoración de sus autonomías y sus formas más directas de participación, aunque en realidad la televisión comunitaria ha sido más fructífera en municipios y ciudades intermedias, que en las grandes

ciudades y centros metropolitanos. Su éxito se debe al bajo costo, la oportunidad de 'conectarse' con otras culturas, la poca oferta que ofrecía la televisión del país frente a un consumidor con cada vez más posibilidades de elección en el mercado, y un modelo de propiedad televisiva mixta (estatal y comercial privada) muy cuestionada.

Los autores del estudio explican que debido al incremento del uso del satélite para procesar información, en Estados Unidos (principalmente) se propició un auge en la oferta televisiva (con su posterior desarrollo de equipos de recepción y distribución) que bajó los precios y masificó el uso de las parabólicas, de los aditamentos para los equipos de recepción de televisión internacional y de los equipos de producción de televisión, lo cual, igualmente, popularizó su consumo a principios de los años noventa.

De esta forma, aunque en un principio el servicio se limitaba a la emisión de películas como alternativa a la televisión existente (llamada "Betamax o VHS cultural"), en la medida en que se popularizó su uso en los estratos bajos, la diversidad fue aumentando hasta el punto que se empezaron a incluir grabaciones domésticas de eventos importantes para la comunidad.

Además, factores de índole política —como el proceso de descentralización política y administrativa iniciado en 1986— dieron a los alcaldes mayor poder sobre el erario público, utilizado en gran parte para satisfacer aquellas necesidades de la comunidad que significaran mayor posibilidad de votos. Entre ellas, estaba la demanda comunitaria de televisión, así que muchos optaron por comprar antenas parabólicas, ofrecidas como un medio que, dentro de su espacio, tenían la posibilidad de emisión de mensajes de interés público para la comunidad.

En agosto de 1997 se reunieron cuarenta delegados para formular el proyecto de televisión comunitaria en Colombia y promover así la licitación de frecuencias de televisión local en las regiones; igualmente, para publicar y dar a conocer permanentemente documentos que impulsen a las organizaciones regionales a la creación de una institución nacional de televisiones comunitarias en el país.

▲ Aspectos legales

En 1991, la nueva Constitución estableció como premisa la igualdad de oportunidades de acceso al espectro electromagnético (art. 75) y el derecho social a difundir informaciones y fundar medios masivos de comunicación para la prestación del servicio público de

la televisión (art. 20) y encargó su administración a la Comisión Nacional de Televisión, un organismo autónomo creado constitucionalmente.

En cuanto a los aspectos legales, los autores del estudio en mención plantean que con la Ley 182 de 1995, además de crear formalmente la Comisión Nacional y definir a las comunidades organizadas, se clasificó el servicio televisivo por tecnología, cobertura (nacional, regional, local y comunitaria), determinación de los usuarios, contenido de la programación y país de origen; sin embargo, no se definió la televisión comunitaria, por lo cual no quedó clara su cobertura.

La Ley 335 de diciembre de 1996 reclasificó el servicio de televisión con relación a su cubrimiento territorial y su fin económico se planteó como sin ánimo de lucro, con un carácter legal confuso y limitado que no se superó hasta la expedición del Acuerdo 29 de diciembre de 1997, en el cual se definió la televisión comunitaria como un servicio cerrado y cableado, una televisión de y para la comunidad, con capacidad de transmitir señales incidentales y codificadas pagando los derechos de autor y con derecho a transmitir a zonas geográficas continuas.

El artículo 83 de la misma Ley, por su parte, definió la posibilidad de recibir dividendos por el servicio televisivo prestado. En tal sentido, el Acuerdo 029 reglamenta la emisión de comerciales de un tiempo no mayor a cuatro minutos por cada media hora de programación los dos primeros años y luego de seis minutos; mientras que el artículo 13 instituye los publinreportajes y programas de mercadeo como fuente de recursos para la financiación de las experiencias televisivas. Por último, se aprobó la emisión de programas de opinión y noticieros en el artículo 14, siempre y cuando fueran de interés comunitario.

El Acuerdo 006 de 1999 formalizó las condiciones del servicio comunitario de televisión. En este acuerdo la televisión comunitaria en Colombia es definida como:

un servicio de televisión prestado por las comunidades organizadas sin ánimo de lucro, con el objeto de realizar y producir su propia programación para satisfacer necesidades educativas, recreativas y culturales. Este servicio deberá prestarse bajo la modalidad de televisión cerrada, por uno o varios canales de la red. Así mismo, por razón de su restricción territorial y por prestarse sin

ánimo de lucro, este servicio no se confundirá con el de televisión por suscripción.

Las televisiones comunitarias podrán cubrir un área geográfica continua determinada por urbanizaciones, condominios, conjuntos residenciales, barrio o asociación de barrios y ámbitos rurales aledaños a los cuales la señal deberá llegar necesariamente por cable, es decir en forma cerrada. En todo caso el área geográfica cubierta por el operador de televisión comunitaria no podrá ser superior a seis mil (6.000) asociados.

Los operadores del servicio de televisión comunitaria sin ánimo de lucro deberán emitir programación de producción propia. Además podrán recibir y distribuir señales incidentales, y hasta siete (7) señales codificadas distribuidas por géneros o formatos de canales de la siguiente manera: 1. Un canal educativo. 2. Un canal cultural o científico. 3. Un canal infantil. 4. Un canal de noticias. 5. Un canal de deportes. 6. Un canal de películas. 7. Un canal musical. Con el objeto de fomentar los lazos de unión y el espíritu de la comunidad, el operador del servicio de televisión comunitaria sin ánimo de lucro deberá emitir mínimo catorce horas semanales de producción propia, de las cuales se deberá programar una hora diaria entre las 18:00 horas y las 23:00 horas. En todo caso la producción propia no tendrá limitación en cuanto al número máximo de horas y se sujetará a las franjas establecidas para el efecto. El operador del servicio de televisión comunitaria sin ánimo de lucro será el único responsable ante la CNTV por la calidad de la señal, lo mismo que por el contenido de la programación emitida por los distintos canales. En ningún caso se podrán realizar actividades encaminadas a hacer proselitismo político, así como presentar las actuaciones de entidades públicas o comunitarias como obra personal de sus gestores.²⁰

▲ *El camino recorrido: los avances*

A la hora de los balances, en el texto *Diagnóstico nacional de la televisión local y comunitaria en Colombia* sostienen que estas experiencias tienen un potencial transformador, dada su posibilidad de narraciones creativas que alternan y abren posibilidades a los discursos imaginarios imperantes. La televisión comunitaria posee un tipo de creación particular, dado que no está

²⁰ Confrontar: Acuerdo 006 de 1999, Bogotá, Comisión Nacional de Televisión. <http://www.cntv.org.co/>

atada a las leyes de mercadotecnia de la televisión transnacional.

Incluso el hecho de que sus emisores y productores pertenezcan a la comunidad establece una televisión más cercana y democrática, porque utiliza sistemas de participación más directa y porque su producción implica una interacción permanente con la comunidad y con la vida nacional. La televisión comunitaria es protagonista de la reconfiguración de órdenes sociales (comunicativos, medioambientales, políticos, generacionales, religiosos, sexuales, étnicos y de género) desde lo local; ha despertado el sentido crítico comunitario acerca de las demás televisiones y ha aprendido a discernir la información nacional de sus prácticas locales; además, plantea que la televisión local ha facilitado la organización comunitaria para diferentes procesos y, por lo tanto, ha estimulado la participación de los ciudadanos.

▲ *El camino por recorrer: problemáticas por resolver*

Para los autores del trabajo citado, la reglamentación sobre la televisión comunitaria necesita un único cuerpo normativo, ya que al estar muy disperso, dificulta su entendimiento. Por otro lado, aún no queda claro en su reglamentación, cuál es su límite máximo de cobertura, por lo que esto no será un criterio determinante a la hora de elegir su modelo de organización.

Además, el grado de desconocimiento mutuo existente entre canales y experiencias locales, así como la precariedad de los proyectos de información, intercambio y coproducción incide negativamente en los procesos de organización y trabajos conjuntos, ya que puede ser visto como un trabajo fragmentado y anárquico, que no puede enriquecerse de otras experiencias y que entorpece una interacción adecuada con el Estado; lo cual trae como



La televisión comunitaria ha generado, en algunas zonas de Colombia, iniciativas de expresión, ya que ofrece informaciones que "no prevé ninguna instancia social" y contribuye a la participación y la autogestión para el desarrollo local. Este tipo de televisión ha dinamizado diagnósticos y procesos de planeación de la región, resolviendo inquietudes a la población sobre los procesos políticos y administrativos de la zona.

Los autores consideran que con el proceso de descentralización política, administrativa y fiscal que se inició en Colombia en la década de los ochenta se ha generado una mayor posibilidad de acceso a los medios y a las tecnologías de punta o intermedia a menor costo, y otras alternativas de representación, interacción y mediación de lo local, que han abierto nuevas perspectivas a la participación y a la democracia.

consecuencia una mayor dificultad para la intervención de éste en los procesos de reglamentación.

Además, en el ámbito legal los procesos de reglamentación han generado una inseguridad que ha impedido la inversión en los canales y, en algunos casos, su constitución. Se evidencian casos en los cuales las mismas instancias gubernamentales han obstaculizado el desarrollo de la televisión comunitaria.

Es más, debido a que muchos procesos de televisión local se iniciaron con personas que trabajaban en la radio, muchos locutores "terminan monopolizando estas experiencias, cerrando el paso a nuevas generaciones y expresiones". Igualmente, la falta de recursos ha obligado a muchos canales a acudir al político que ofrezca más dinero, lo cual somete al canal a los intereses del patrocinador. Se observa, además, que muchos de los



que manejan las televisiones comunitarias reproduciendo los esquemas de la televisión comercial, piensan que están disputando una mayor sintonía, lo cual resta posibilidades a las funciones sociales que puede llegar a cumplir y la necesidad de generar nuevos lenguajes y comportamientos.

► CONCLUSIONES Y DESAFÍOS

Estas anotaciones y apuntes tomadas de viva voz por los hacedores, por los agentes externos y por los gestores de las radios y las televisiones comunitarias en Colombia, nos permiten inferir algunas conclusiones, pero a la vez esbozar algunos desafíos a los que se enfrentan los actores involucrados, ya sea directa o indirectamente y los mismos medios comunitarios.

Desde el punto de vista teórico, nos encontramos con una variedad de concepciones sobre qué son y qué deberían ser los medios comunitarios en el país. Existen diferencias entre las concepciones del Estado, las ONG, las fundaciones, las organizaciones sociales con respecto a lo que piensan los propios medios comunitarios. En la historia de la comunicación en América Latina, la radio y la televisión comunitaria ha sido denominada como *medios alternativos y populares*, aunque recientemente han empezado a ser nombradas como *medios ciudadanos* para enfatizar en el papel central de la participación, en el carácter público y de servicio social a las comunidades. Otros prefieren englobar estas experiencias en la categoría *comunicación y ciudadanía*, que además de considerar la participación de todos los actores de las comunidades, incluyen tanto experiencias mediáticas (prensa, internet, radio y televisión) como no mediáticas (modos de expresión, prácticas sociales y culturales como fiestas, música, cocina y bailes populares, entre otros).

Pese a que se ha venido trabajando para superar los vacíos teóricos, aún se observa que el activismo y la falta de claridad conceptual y política reduce estos proyectos a un simple papel instrumental que no está articulado con propuestas culturales, sociales y comunicativas, pues se reproducen las lógicas del sistema organizativo mediático masivo, de concentración, exclusión, repetición y ausencia de experimentación narrativa y expresiva.

Aunque en número significativo (565 emisoras de radio y alrededor de 42 experiencias de televisión adjudicadas, sin saber cuántas funcionan de manera permanente), la mayoría todavía está por consolidarse como verdaderos proyectos de comunicación local y comunitaria articulados con proyectos sociales y cultura-

les que sean verdaderas expresiones de ciudadanía. Basándose en los análisis del Grupo Comunicarte —que viene realizando un trabajo de acompañamiento y capacitación a los miembros de emisoras comunitarias— sólo el 5% de las experiencias de radios comunitarias en el país tienen proyecto social y cultural acorde con las reglamentaciones existentes y con las funciones para las que fueron aprobadas estos medios: el 15% de las emisoras están en manos de políticos de las regiones, el 35% son administradas por la Iglesia Católica y el 45% restante por locutores, periodistas empíricos, pequeños empresarios y profesionales de otras áreas. Aún no existen datos confiables sobre esta distribución para la televisión comunitaria y habría que realizar un estudio comparado antes y después del Acuerdo 006 de 1999.

Las radios y las televisiones comunitarias en Colombia, con muy pocas excepciones, evidencian bajos índices en la participación, poca claridad en la gestión, financiación y sostenibilidad con proyectos a mediano y largo plazo. La estructura de estos medios funciona con modelos centralizados y piramidales de gestión y, aunque han avanzado en el establecimiento de redes locales, regionales y nacionales para el intercambio de experiencias, de recursos y de mejores posibilidades de negociación con el Estado con otras organizaciones sociales, gobiernos locales y regionales y con instituciones nacionales e internacionales, todavía queda mucho por hacer para hablar de *redes*; pues cuando observamos que en algunas regiones del país existe muy poco conocimiento entre las propias experiencias, habría que hablar de asociaciones de medios comunitarios.

Además —y ésta tal vez sea una de las problemáticas más importantes— las radios y televisiones comunitarias enfrentan el desafío de diseñar una programación propia, una producción capaz de crear identidad para contar y narrar la historia local usando formatos y

Pese a que se ha venido trabajando para superar los vacíos teóricos, aún se observa que el activismo y la falta de claridad conceptual y política reduce los proyectos de medios comunitarios a un papel instrumental desarticulado de propuestas culturales, sociales y comunicativas, pues se reproducen las lógicas del sistema organizativo mediático masivo, de concentración, exclusión, repetición y ausencia de experimentación narrativa y expresiva.

lenguajes propios —más distantes de las radios y televisiones comerciales— y, definiendo los públicos a los que quieren llegar. Es un desafío no sólo para los realizadores, sino para quienes trabajan y van a trabajar con estas experiencias en términos de experimentación y ensayo; se trata de superar la situación que se tipifica en los congresos sobre radios comunitarias: “la mayoría de las radios comunitarias no hacen, sino moler música y copiar a la radio comercial”.

Es necesario reconocer que las radios y las televisiones comunitarias han avanzado en la construcción de un proyecto legislativo propio, que actualmente se debate en el Congreso de la república, para el caso de la radio comunitaria (proyecto de Ley 146 del 2001), y en la Comisión Nacional de Televisión, en lo que respecta a la televisión comunitaria (artículo 37 de la Ley 182 de 1995, el artículo 24 de la Ley 335 de 1996 y el Acuerdo 006 de 1999), y en diversos espacios tanto académicos como institucionales.

Estos proyectos requieren de mayor discusión, negociación y claridad en aspectos relacionados con la financiación, gestión, apoyo por parte del Estado; adjudicación de nuevas licencias, entre otros problemas neurálgicos, así como se debatió en el IV Encuentro organizado por RECORRA, donde los participantes dedicaron un buen tiempo a estudiar, analizar y a sugerir algunas modificaciones al proyecto de Ley 183 de 1999.

Para algunos analistas la situación de la televisión comunitaria en el país es preocupante, sostienen que el proceso de legalización en lugar de propiciar su desarrollo, ha significado una pérdida cultural y democrática para el país. Aunque la CNTV ha otorgado licencia a 42 operadores de televisión comunitaria, algunos no

están funcionando, varios han desaparecido y otros se abstienen de empezar el proceso de legalización por la imposibilidad de cumplir algunos de los requisitos establecidos en el Acuerdo 006 de 1999 relacionados con equipos, aportes económicos, horas de programación propia diaria y semanal, demandas, derechos de autor, impuestos y costos ampliación e instalación de los canales.

Otro de los desafíos clave a que se enfrentan estas experiencias en Colombia y las instituciones que las apoyan está relacionado con la cualificación de los procesos de investigación y sistematización. Son pocos los documentos, archivos, investigaciones y memorias que se encuentran en el país sobre estas experiencias; existe alguna información, pero dispersa y sin publicar. ¿Qué está pasando realmente con los medios locales y comunitarios en Colombia? ¿Cuáles son sus aportes en el proceso de construcción de tejido social, con el incremento o no de la participación ciudadana y en la formulación de un nuevo proyecto de nación?, son preguntas que aún están por responderse. Éste es, a nuestro modo de ver, uno de los desafíos y de los puntos de análisis para la investigación en comunicación en Colombia, dado que la información y los diagnósticos realizados en años anteriores están desactualizados²¹.

Es importante resaltar el trabajo que vienen realizando tanto el Ministerio de Cultura como el Ministerio de Comunicaciones especialmente en el ámbito de la capacitación permanente a los miembros de las radios y televisiones comunitarias en el país; sin embargo, el apoyo en este campo aún es insuficiente, se necesitan más recursos, mayor inversión por parte del Estado y, quizá más importante, se requiere de unas políticas de comunicación y cultura que ayuden a orientar la labor más allá de los funcionarios de turno, políticas que incluyan a los medios comunitarios y ciudadanos y a otras formas de expresión y comunicación como opciones reales para construir tejido social y una sociedad más incluyente, así como lo han manifestado los mismos hacedores de radio, prensa y televisión comunitarias en los encuentros regionales que sobre el tema viene realizando el Ministerio de Cultura en varias regiones del país²².

¿Qué está pasando realmente con los medios locales y comunitarios en Colombia? ¿Cuáles son sus aportes en el proceso de construcción de tejido social, con el incremento o no de la participación ciudadana y en la formulación de un nuevo proyecto de nación?

²¹ Actualmente Gabriel Gómez y Juan Carlos Quintero están realizando un diagnóstico del servicio comunitario de radiodifusión sonora que busca estudiar “la situación actual del servicio para reconocer el uso y beneficios sociales a fin de tener una imagen de los logros y dificultades para diseñar acciones de acompañamiento y fortalecimiento en el futuro inmediato”. El proyecto es del Ministerio de Comunicaciones de Colombia y se está realizando a partir de una muestra aleatoria de 53 emisoras con instrumentos cualitativos y cuantitativos. Datos suministrados por los autores del diagnóstico.

²² Durante el año 2000 y lo que va del 2001 el Ministerio de Cultura ha realizado seis mesas de trabajo regional sobre “Medios ciudadanos y comunitarios” en las ciudades de Pasto, Cartagena, Bogotá, San Juan de Girón, San Pedro de los Milagros y Armenia y un encuentro preparatorio del Foro Nacional de Cultura en Bogotá, en los que han participado unas 650 personas vinculadas con radio, prensa y televisión comunitaria. Las mesas buscan realizar una aproximación diagnóstica a las situaciones de estos medios y, establecer algunos lineamientos que sirvan como insumo para el diseño de políticas de cultura y comunicación desde el Estado colombiano.

Los municipios y las regiones colombianas tienen en los medios locales y comunitarios un espacio clave para narrar sus historias, experimentar, ensayar y hacer comunicación articulada con los procesos propios del desarrollo y al mejoramiento de la calidad de vida de los ciudadanos. Medios que en su mayoría aún no han sido aprovechados por los planificadores del desarrollo, dado que la comunicación, la cultura y la participación ciudadana en los medios masivos aún siguen siendo aspectos marginales y no ejes centrales del desarrollo local y regional, cuestión que además se reproduce en los canales de televisión regional en el país²³.

Por otro lado, las experiencias de radio y televisión comunitaria en Colombia no han sido ajenas al conflicto interno armado que vive el país. Al igual que los periodistas de los medios masivos de comunicación, algunos miembros de las radios y televisiones comunitarias han sido objeto de amenazas en zonas como Putumayo, Córdoba, Bolívar, Meta, Antioquia y Chocó, lo que ha generado la salida de los comunicadores de las regiones y la imposibilidad de realizar programas de opinión o informativos. En los medios comunitarios también ha aparecido la censura, autocensura y los miedos que atentan contra la libertad de expresión y prensa que tan cuestionada está en Colombia. Para el caso de los medios masivos, según las estadísticas, entre 1977 y 1999:

Fueron asesinados 150 periodistas; la época más violenta contra la prensa se vivió en la década de los 80, por cuenta de los carteles del narcotráfico; el año pasado 13 periodistas debieron exiliarse, 15 fueron secuestrados y 11 más recibieron amenazas. Los 20 asesinatos de periodistas ocurridos entre enero de 1999 y diciembre de 2000 se produjeron en regiones altamente afectadas por el conflicto. Actualmente, las autoridades investigan la autoría de otros 6 crímenes contra comunicadores. No son pocos los casos en los que los periodistas, en ejercicio de su profesión, han difundido noticias que no son del agrado de alguno de los grupos, razón por la cual han sido calificados de favorecer al contrario. Por lo mismo, sin otra fórmula de juicio, deciden arbitrariamente su eliminación física²⁴.

Realizar un estudio de los medios comunitarios en las zonas neurálgicas del conflicto armado se convierte en uno de los desafíos para la investigación de la comunicación y para el desarrollo de mecanismos que garanticen la labor de los comunicadores comunitarios en Colombia.

Finalmente, los colombianos enfrentan el enorme desafío de: construir y ampliar su democracia, buscar una solución política al conflicto armado, resolver el problema del narcotráfico que la comunidad internacional

ha empezado a reconocer como un problema mundial (y no sólo de Colombia que es la que ha puesto los muertos) y construir lo público por medio de amplios procesos de participación ciudadana. Esto, entre otras cosas, mediante el uso intensivo de los medios de comunicación comunitarios (radio, prensa, internet y televisión) como mediadores sociales y culturales y como escenarios democráticos propicios para lograr tales propósitos, dado que la comunicación es uno de los ejes centrales de la movilización ciudadana y de la construcción de un proyecto de nación donde quepan todos los colombianos. ◀

► BIBLIOGRAFÍA

Afacom, Korad Adenauer et. al. *¿Participación social en los medios masivos? Canales regionales y sociedades urbanas*. Medellín: Pontificia Universidad Bolivariana, 1998.

Ángel, Darío; Barón, Luis, y otros. *Diagnóstico nacional de televisión local y comunitaria: panorama de la televisión local y comunitaria en Colombia*. Bogotá, No.1 (febrero, 1998). Bogotá: Fundación Social CINEP, Fundación HablaScribe y Ministerio de Comunicaciones, 1997.

Arendt, Hannah. *¿Qué es la política?*. Barcelona: Paidós, 1997.

Bonilla, Jorge Iván y Pereira, José Miguel. *Comunicación para el desarrollo: elementos para el diseño de políticas de comunicación*. Bogotá: Ministerio de Comunicaciones-Universidad Javeriana, Mimeo, 1997.

Bonilla Jorge Iván y Pereira, José Miguel. *Comunicación, Cultura y Desarrollo en Colombia: elementos para el debate regional*. Texto presentado en el Simposio Nacional de Cultura, Desarrollo y Región. Bucaramanga, agosto de 1997.

Canales, Manuel y Peinado, Anselmo. "Grupos de discusión". En: Delgado, Juan y Gutiérrez, Juan (coord). *Métodos y técnicas cualitativas de investigación en ciencias sociales*. Madrid: Síntesis, 1994. p. 288-316. Cooperación Viva la Ciudadanía. *Agenda ciudadana: documentos de trabajo*. Bogotá, 1999.

²³ Confrontar el estudio de AFACOM, la Konrad Adenauer otras universidades colombianas titulado *¿Participación social en los medios masivos? Canales regionales y sociedades urbanas*. Medellín: Pontificia Universidad Bolivariana, 1998.

²⁴ Confrontar en la página de la Fundación para la Libertad de Prensa en Colombia: <http://www.flipcolombia.org/index.htm>

- Cortina, Adela. *Ciudadanos del mundo: hacia una teoría de la ciudadanía*. Madrid: Alianza, 1999.
- Departamento Nacional de Planeación. *Los costos económicos de la criminalidad y la violencia en Colombia*. Bogotá, 1991-1996.
- Defensoría del Pueblo. *Estado de los derechos de la infancia colombiana, 1998*. Consultoría para los Derechos Humanos y el Desplazamiento. Bogotá: CODHES, Boletín 20, mayo de 1999.
- Diamond, Larry. "Reflexión sobre la sociedad civil: hacia la consolidación de la democracia". En: Santana, Pedro. *Las incertidumbres de la democracia*. Bogotá: Foro Nacional por Colombia, 1995.
- El'Gazi, Jeanine. *Cultura y región: la mirada a una experiencia en radio como espacio de interrelaciones y creación cultural de lo público desde lo local*. Bogotá: Mimeo, 1999.
- _____. *Culturas de paz y las emisoras comunitarias: un proyecto con beneficios mutuos*. Bogotá: Mimeo, 1999.
- Garay, Luis Jorge. *Ciudadanía, lo público, democracia: textos y notas*. Bogotá: Litocenco, 2000.
- García, Eugenia y Pereira, José Miguel. "Comunicación, universidad y cultura de paz". En: *Diálogos de la Comunicación*. Lima, No. 59-69 (2000).
- Gauthier, Guilles; Gosselin, André, y Moucho, Jean (comps.). *Comunicación y política*. Barcelona: Gedisa, 1998.
- González, Ana Lucía. *La radio comunitaria: una manera de entender la democracia participativa*. Bogotá: Universidad Javeriana (Tesis de grado), 2000.
- Krohling Peruzzo, Cicilia. *Comunicacao nos movimentos populares: a participacao na construcao da cidadania*. Petrópolis, Río de Janeiro: Vozes, 1998.
- Ministerio de Comunicaciones: *Una nueva radio para Colombia*. Bogotá, 1995. Decreto 1447 de 1995.
- Pereira, José Miguel. "Colombia: sociedad y comunicación. Desafíos en tiempos de globalización". En: *Anuario Unesco-Umesp*. Sao Paulo, No.3 (1999); p. 25-53.
- Piñuel, José y Gaitán, Juan. *Metodología general: conocimiento científico, e investigación en comunicación social*. Madrid: Síntesis, 1995.
- Pinzón Uribe, Yolanda. *La radio comunitaria: el comienzo de la democratización de la radio*. Bogotá: Mimeo, 1998.
- Rey, Germán y Restrepo, Javier. *Desde las dos orillas*. Bogotá: Ministerio de Comunicaciones de Colombia, 1995.
- _____. *Balsas y medusas: visibilidad comunicativa y narrativas políticas*. Bogotá: Fescol, Cerec, Fundación Social, 1998.